

内 容

* イギリスにおけるリカバリー研修ツアーの報告(11)

○ 意識向上と反スティグマキャンペーン(2)

ファウンデーショントラスト ダイアナさん

* イギリスにおけるリカバリー研修の報告(11)

○ 意識向上と反スティグマキャンペーン(2)

ファウンデーショントラスト ダイアナさん

次のお話です。

児童と若者に対する新しいキャンペーンです。少しスティグマを潰すということです。

若者も参加させなかったもので、3つのコンペをやった訳です。

1つは、16歳から18歳の方を対象にして、「スティグマを潰す」というポスターを作ってもらいました。

もう1つは、18歳から20歳対象に短い映画を作ってもらいました。今それはYouTubeでご覧になることができます。

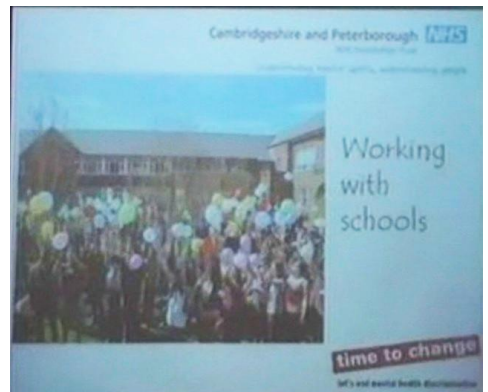
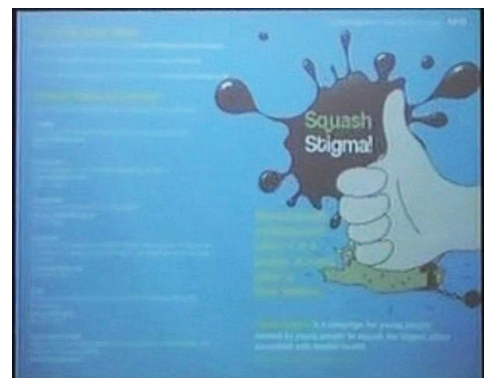
3つ目は、8歳から12歳にポスターをデザインしてもらいました。しかし残念なことに、8歳から12歳は誰も参加しませんでした。そして、これは子どもたちのためのパンフレットです。

例えば人が亡くなった時、何て言って良いか分からないという気持ちがあって、何も言わなかったりすることがありますよね。それで精神保健に関しても、その相手の人が精神病だと言ったら、何て言ったら良いのだろう、何て言えば相手の気持ちを和らげられるのだろう。私が震災の有った福島だということは皆分かっていますが、私が働いているボランティア仲間で、私にそのことを言ってくれた人が、普通に一人くらいしかいなかったときには非常にショックでした。

キャッチフレーズは、「スティグマを持つことによって友情をダメにしないで」という事です。

私自身はスティグマという言葉が嫌いで、むしろ理解を高めようと言いたいのですが、どうも良いキャッチフレーズになりません。

身体的な障がいでしたら目に見えることなので、大変だろうなと共感する事が出来るのですが、精神障がいは見えないので共感することがとても難しいのです。



それから学校で小さな生徒さんを前に、皆さんカップケーキをランチに入れますよね、あれを風船として上げたのです。すると子供たちから「カップケーキが欲しいのだけど、どうしたらもらえるの」と言われたので、「私と話したらもらえるよ」という話をしました。

これはまた別のプロジェクトですが、図書館に行くというのは若いお母さん、子どもがいる若いお母さん、お年寄りあとは失業者ですね。そういう方たちを対象に単純な分かりやすいメッセージを図書館で展示いたしました。先ほどに挙げた神話と事実という精神保健にフォーカスを当てました。毎月毎月 4 つのボードを持って 1 ヶ月おきに違う図書館を回ってきました合計 50 の図書館を回ってきました。そして本のしおりを作りました。そのしおりには、精神保健について、どの様なところに行ったら助けてもらえるか。精神保健の予防にはどうすれば良いのか、という様なことが書いてあります。

このボードに写真を載せること、パンフレットにもですけど、すごく難しいです。どういう写真を使うか、どういう印象を作るか、ということを考えることが重要です。私たちは精神障がい者を普通の人と同じように見てもらいたいと思っているので、普通に見える写真を使う訳ですが、理解できない人たちにとっては普通の人だと思ってしまうことです。精神障がいなど無いと思われてしまうことで、精神保健というものはとても難しい問題なのです。

図書館に来る人たちが、このボードを見てどの様に受け止められたかを尋ねました。

結果は、あまりフィードバックはなかったようなのですが、ただ置いていたパンフレットは無くなっていたので、多くの皆さんが持って行ってくださったのだと思います。

知っている人のことで心配があったら、私の友達がおかしいのだけど、どうしたら良いのだろうと言ったら、それについてアドバイスが出来るわけです。どうやって連絡ができるのか、どういうところに連絡をすればよいのか。

これは私の念仏、唱える念仏です。

「ちょっとした言葉が、本当に大きな違いを作るのだよ」

私は言葉遣いについて本当に気をつけており、全ての色々な出版物について検討しているわけです。

「あなたは頭がおかしいじゃないの？」という、ただそれだけの言葉がどれほどその相手を傷つけるか、大きなインパクトを持つか、ということが有りますね。

でも、簡単に「病気だったのですね、今日は大丈夫？」それだけの言葉掛けがすごく大きな意味を持つ場合もあります。

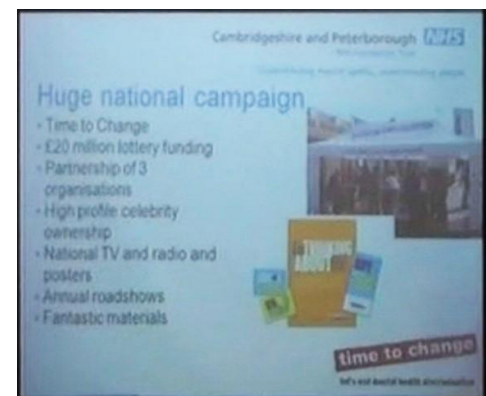
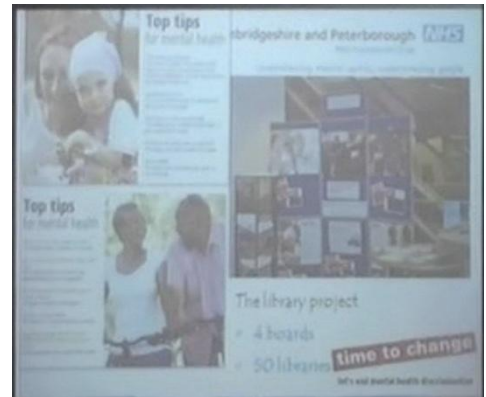
彼女には、少しの言葉が大きな違いがあるということで、そういう 2 つの意味があるということです。

この様な沢山の情報は、time to change.uk(※1) でご覧になれます。

全国的な「time to change」のシステムに、私たちが参加したのは理由は有りました。

第一に、彼らには全国的に 2 千万ポンドの予算がありました。

そしてその事はラジオやテレビで大きく報道されました。それで、沢山の出版物を各地に送り使ってもらうキャンペーンをしていただけるように促したわけです。彼らには全国的に使えるお金があって、我々には作ったものが有りますので、自分たちでスティグマキャンペーンを行うよりも、彼らに協力をお願いした方が効率



的と考え参画したわけです。

私たちが「time to change」の全国キャンペーンに参加した最初の組織なのです。そのため彼らにとってはキャンペーンプログラムの試験事業の様なものでした。

そしてこれが彼らの仕事で、私たちはスティグマと戦うという事に貢献できたと思っていますし、私たちの行ったことの評価を通して、効果があったということを確認しております。

これは全国的な評価をしたものです。過去 12 ヶ月で 4%の人が経験した差別というものが減っているわけです。そして彼らがメンタルヘルスに関する問題を持っていると言って仕事を探した場合で、このキャンペーンの前と後では結果に大きな差があったという事です。そして仕事を探す人の 9%の人が、差別が減少したことを経験していると示しています。

求職において 9%というのは大きな数では無いかも知れませんが、初めて行ったこの種のキャンペーンで、これだけの効果が有ったというのはとても大きい事だと考えています。

「time to change」がこの様に色々なことをやった結果によります。そして恐怖というものが、沈黙というものを生み出します。自分で閉じこもったりして沈黙してしまうと、社会的なコンタクトというものが無くなってしまいます。人々の意見や行動を変えるには、何かの変化が必要だ。それを変えないと何か良いことができないのだろうか。そして問題は正面から取り組まなくてははいけません。

最後に、この話に笑ってもいいのですか？

精神保健について笑っても良いのです。

コメディアンの人が精神疾患者をネタにして笑ってもいいのですか？

それはその人の言葉使いによって何れにもなります。

以上でお話したいことは全て終わりました。

何か質問が有りましたらどうぞ。

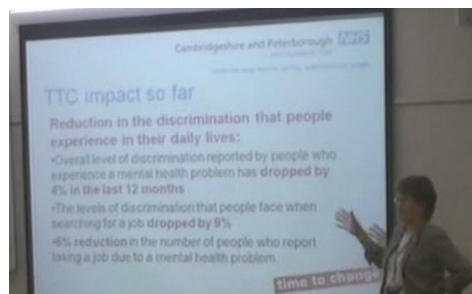
(参加者) 何故別の組織とコラボしたのですか？

(ダイアナ) NHS の予算は非常に限られています。そのため他の企業組織と協働して活動することはとても大切なのです。そして「time to change」は保健所から予算を貰っているキャンペーンなのです。

精神保健の病というのは一生続くようなものですので、リカバリーのプロセスの中では非常に色々な組織と関わっていくことになると思います。ですからそのような意味でも沢山の組織が協働し、予算を最大限に活用して使うという事がとても意味が有ることだと思います。

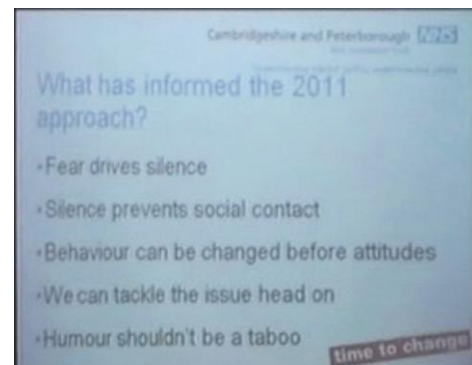
イギリスには、「回転する車が有るなら新しい車を作ることはせず、有るものを活用していこう」という諺があります。ですからキャンペーンが有るなら、それに参加して一緒にやっていくという事です。

(参加者) 当事者や家族に対する対応に変化は有ったのでしょうか？



これまでの TTC の影響。

- ・日常生活で人々が経験する差別の減少。
- ・精神疾患を抱える人々が報告した全体的な認知度は、過去 12 か月間で 4%減少しました。
- ・求職活動中に人々が直面する差別のレベルは 9%減少しました。
- ・精神疾患のために仕事に就けないと報告する人の数は 6%減少しました。



2011 年のアプローチの根底にあるものは何ですか？

- ・恐怖は沈黙を生む。
- ・沈黙は社会的な接触を妨げる。
- ・態度を変える前に行動を変えることができる。
- ・問題に正面から取り組むことができる。

(ダイアナ) 私は4年間この仕事をしてありますが、4年間の中だけでも当事者や家族の方とお話してみると、以前だったらこのように話したくは無いという傾向が有りましたが、心を開いて話して下さる方が増えている傾向が有ると感じています。

パーティーに行くとおじさんにそこで出会うのです。私はおじさんには精神疾患が有り問題が有るというのを聞いて知っています。それでおじさんに何て話しかけよう、「大丈夫ですか？」みたいなこと、「元気ですか？」と言おうかしら、会わなかったように靴紐でも結んで会わないふりをするか、あるいは話をして病気だってことを知らないふりをするか、この様に3つのチョイスがある訳です。

そしてその3つのバージョンを行ってみて、おじさんがどの様に反応するかということを考えるのだそうです。



私のメッセージは、いつでも「大丈夫ですか?」「お元気ですか?」等とお話しするべきだと言うことです。人々が本当に話したくないという時は、話したくないと言えば良いことです。

(参加者) キャンペーンでは色々な人が参加されると思うのですが、万人受けする様なキャッチフレーズはどの様に考えるのですか?

(ダイアナ) 短い文にします。その方が覚えやすいですね。

(参加者) 私たちは以前からプロのデザイナーに協力して頂いていますが、その様なことは有りますか?

(ダイアナ) 我々は仕事毎にプロのデザイナーに依頼するのではなく、我々のオフィスに各種書類の作成やキャッチフレーズ作成等を行うためデザイナーを雇っております。デザイナーが職員として居るのです。

(シェパード) そろそろ時間となりましたので、ここまでにします。ダイアナさん有り難うございました。

有り難うございました。

※1 Time to Change.uk ホームページ翻訳(抜粋)

概要: Time to Change (TTC) は、メンタルヘルス関連のスティグマと差別の軽減を目的として、メンタルヘルス慈善団体 MIND と Rethink Mental Illness によって 2007 年に設立されました。

具体的な目標は、最初の 12 ヶ月間でスティグマと差別を 5%削減することでした。最初の 4 年間は、Big Lottery Fund と Comic Relief から 2,050 万ポンドの助成金を受けていました。

2011 年、TTC は新しいスローガン「今こそ話し合う時。今こそ変革の時。」を広めるため、4 週間にわたるテレビ広告キャンペーンを開始しました。

「Time to Change」は 2021 年 3 月 31 日終了、「素晴らしい実績を残し、まだ任務は完了していないものの、政府は将来にわたってこのプログラムに資金を提供する立場にない事を確認した」と発表した。

成果: TTC が最初の 12 ヶ月間で 5%の目標を達成したかどうかを測定するための学術研究が実施されました。この研究は、「差別を 5%削減するという TTC の目標達成に向けた進捗状況」を測定しました。

キャンペーン開始から 4 年間の独立した評価は 2013 年に実施されました。その結果、友人や家族からの差別は減少したものの、医療専門家の態度の変化はごく僅かであることが分かりました。