



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Σχολή Καλών και
Εφαρμοσμένων Τεχνών.

Πτυχιακή εργασία

Καμπάνια κοινωνικής ευαισθητοποίησης για τη σχιζοφρένεια

Άντρια Μιχαήλ

Λεμεσός, Απρίλιος 2019

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ

Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Πολυμέσα και Γραφικές Τέχνες

Πτυχιακή εργασία

Καμπάνια κοινωνικής ευαισθητοποίησης για τη σχιζοφρένεια

Της

Άντρια Μιχαήλ

Επιβλέπων Καθηγητής

Δρ. Νίκος Σουλελής

Λεμεσός, Απρίλιος 2019

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Αντρία Μιχαήλ, 2019

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ. Νίκο Σουλελέ για την καθοδήγηση και την πολύτιμη βοήθειά του κατά την υλοποίηση της παρούσας Πτυχιακής εργασίας.

Παράλληλα, ευχαριστώ και όλους μου τους φίλους για τη βοήθειά τους κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας, καθώς και όλους όσους συμμετείχαν στην έρευνα, στη φωτογράφιση για τις αφίσες και στο βίντεο.

Τέλος, ευχαριστώ θερμά την οικογένεια μου για την όλη στήριξη και την ανοχή τους, να αφιερώνω τόσες ώρες στην εργασία αυτή.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η απουσία μιας ενημερωτικής καμπάνιας με πληροφορίες και μηνύματα ευαισθητοποίησης για τη σχιζοφρένεια στην Κύπρο, ώθησε την γράφουσα στο σχεδιασμό και ανάπτυξη μιας καμπάνιας, της «Καμπάνιας κοινωνικής ευαισθητοποίησης για τη σχιζοφρένεια» στα πλαίσια της κυπριακής κοινωνίας.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου, κρίθηκε σκόπιμο σε πρώτη φάση να πραγματοποιηθεί μια βιβλιογραφική ανασκόπηση του θέματος. Στο στάδιο αυτό μελετήθηκαν σημαντικά άρθρα εμπειρογνομόνων που ασχολήθηκαν με το θέμα.

Για τη διερεύνηση των ερευνητικών ερωτημάτων ακολουθήθηκε η μεθοδολογική προσέγγιση της έρευνας δράσης ως την καταλληλότερη γιατί βοήθησε να βελτιωθεί η καμπάνια σταδιακά, και πρόσφερε ιδέες για το τι θα μπορούσε να γίνει μελλοντικά.

Η ολοκλήρωση της έρευνας δράσης βοήθησαν την γράφουσα να καταλήξει σε σημαντικά συμπεράσματα και εισηγήσεις για τη βελτίωση της καμπάνιας.

ABSTRACT

Summary

The absence of an informative campaign with information and messages about awareness of Schizophrenia in Cyprus, lead the writer to the design and the evolution of a campaign called “Campaign of social awareness for Schizophrenia” in Cypriot society.

For making this goal possible it was decided that for the first part of the campaign a bibliographical review of the subject should take place. In the process many important articles of experienced people were studied.

As a methodological approach action research was followed because that approach was the most suitable for the subject to gradually improve the campaign and have insights for future improvements.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

| | |
|--|------|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ..... | iv |
| ABSTRACT..... | v |
| ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ..... | vi |
| Κατάλογος εικόνων..... | viii |
| Πίνακας διαγραμμάτων..... | ix |
| 1 Εισαγωγή..... | 1 |
| 1.1 Περιγραφή του προβλήματος..... | 1 |
| 1.2 Σκοπός πτυχιακής εργασίας..... | 2 |
| 1.3 Δομή πτυχιακής..... | 3 |
| 1.4 Τα ερευνητικά ερωτήματα..... | 4 |
| 2 Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας..... | 5 |
| 2.1 Επιστημονικά άρθρα..... | 5 |
| 2.2 Καμπάνιες..... | 9 |
| 3 Μεθοδολογία | 13 |
| 3.1 Η έρευνα δράσης..... | 13 |
| 3.2 Συνοπτική περιγραφή των εργαλείων συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν | 14 |
| 3.3 Περιορισμοί γενικά της έρευνας δράσης..... | 15 |
| 3.4 Θέματα Δεοντολογίας - Ηθικά ζητήματα και πως αντιμετωπίστηκαν..... | 15 |
| 3.5 Δείγμα..... | 15 |
| 3.6 Διαδικασία ανάλυσης δεδομένων..... | 15 |
| 3.7 Αξιοπιστία / Εγκυρότητα..... | 15 |
| 3.8 Περιορισμοί και οριοθετήσεις της συγκεκριμένης παρούσας έρευνας..... | 16 |
| 3.8.1 Περιορισμοί της έρευνας..... | 16 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3.8.2 | Οριοθετήσεις της έρευνας..... | 16 |
| 4 | Πρώτο στάδιο έρευνας δράσης..... | 17 |
| | 4.1 Αποτελέσματα συνεντεύξεων..... | 17 |
| | 4.2 Αποτελέσματα παρατηρήσεων..... | 17 |
| | 4.3 Αποτελέσματα ομάδας επισκόπησης..... | 18 |
| | 4.4 Συμπεράσματα Πρώτου σταδίου..... | 18 |
| 5 | Δεύτερο στάδιο έρευνας δράσης | 19 |
| | 5.1 Αποτελέσματα συνεντεύξεων..... | 19 |
| | 5.2 Αποτελέσματα παρατηρήσεων..... | 19 |
| | 5.3 Αποτελέσματα ομάδας επισκόπησης..... | 20 |
| | 5.4 Συμπεράσματα Δεύτερου σταδίου..... | 20 |
| 6 | Περιγραφή της πρακτικής ανάπτυξης του έργου..... | 21 |
| 7 | Επίλογος | 23 |
| 8 | Βιβλιογραφία | 25 |

Κατάλογος εικόνων

| | |
|--|----|
| Εικόνα 1: Εκστρατεία ευαισθητοποίησης σχετικά με τη σχιζοφρένεια..... | 9 |
| Εικόνα 2: Αφίσα εκστρατείας για επανεξέταση του όρου ψυχική υγεία και υιοθέτηση του ελάχιστα γνωστού όρου <<νευρο – ποικιλομορφία>>..... | 10 |
| Εικόνα 3: Αφίσα εκστρατείας για μείωση του στίγματος που περιβάλλει συχνά τις ψυχικές ασθένειες με το όνομα ‘ Gaining Insight’..... | 10 |
| Εικόνα 4: Αφίσα για εκστρατεία ευαισθητοποίησης για την ψυχική υγεία..... | 11 |
| Εικόνα 5: Αφίσα με θέμα τις ψυχικές ασθένειες που έχουν παρόμοια συμπτώματα.. | 12 |
| Εικόνα 6: Αφίσα ένα (1)..... | 21 |
| Εικόνα 7: Αφίσα δύο (2)..... | 21 |
| Εικόνα 8: Αφίσα τρία (3)..... | 21 |
| Εικόνα 9: Σκηνή από το βίντεο. Δείχνει το μπέρδεμα που υπάρχει στο μυαλό ενός σχιζοφρενή ατόμου..... | 23 |
| Εικόνα 10: Σκηνή από το βίντεο. Δείχνει το ρόλο της φιλίας σε αυτά τα άτομα..... | 23 |
| Εικόνα 11: Σκηνή από το βίντεο. Η εμφάνιση του λογοτύπου και του σλόγκαν στο τέλος του βίντεο..... | 23 |
| Εικόνα 12: Σκηνή από το βίντεο. Η εμφάνιση του κειμένου που μιλά για το ρόλο της φιλίας σε αυτά τα άτομα, στο τέλος του βίντεο..... | 23 |

Πίνακας διαγραμμάτων

| | |
|--------------------------------------|----|
| Διάγραμμα 1: Κυκλική διαδικασία..... | 13 |
|--------------------------------------|----|

1. Εισαγωγή

1.1 Περιγραφή του προβλήματος

Αρχικά, το πρόβλημα που θα ασχοληθώ είναι η γενική άγνοια του κόσμου για τα συμπτώματα της σχιζοφρένειας και η ευαισθητοποίηση του κόσμου απέναντι στα άτομα αυτά. Λόγω του ότι δεν είναι ιδιαίτερα συχνό φαινόμενο να έχει κάποιος σχιζοφρένεια, ο κόσμος δεν το βλέπει συχνά ούτως ώστε να αναγνωρίζει τα συμπτώματα, με αποτέλεσμα κάποιες συμπεριφορές των ατόμων αυτών να παρεξηγούνται.

Επίσης, μία έρευνα μίας ομάδας ερευνητών (Thompson et al., 2002) μελέτησαν ένα σύνολο ερευνών στο τομέα της αντιμετώπισης του κόσμου απέναντι στα άτομα με σχιζοφρένεια. Άτομα που ερωτήθηκαν στις έρευνες έδειξαν να ξέρουν τη εστί σχιζοφρένεια και να την αποδέχονται μέχρι ενός σημείου και έδειξαν θετική στάση στις ενέργειες βελτίωσης του προβλήματος εκτός από ένα μικρό μέρος πληθυσμού που έδειξε αρνητική στάση. Ακόμα, το πρόγραμμα αυτό γίνεται σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπρόσθετα, τα άτομα με αυτή την ψυχολογική κατάσταση βρίσκονται σε δεύτερη κατηγορία πολιτών κατά την άποψη του κόσμου και έτσι έχουν γίνει κάποιες εκστρατείες ευαισθητοποίησης του κόσμου χωρίς αρκετό αποτέλεσμα. Επίσης, τα άτομα με σχιζοφρένεια θεωρούνται εσφαλμένα επικίνδυνα από τον κόσμο χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν θέλουν να βρίσκονται κοντά τους. Αυτό οφείλετε στο ότι έχουν λάθος αντίληψη και δεν θεωρούν εφικτή την καταπολέμηση της αρρώστιας με ή και χωρίς θεραπεία έτσι δεν μπορούν να εντάξουν ξανά στην κενότητα κάποιο πρώην ασθενή. Ακόμα, άτομα που εμπλέκονται στον ιατρικό χώρο έδειξαν περισσότερο αρνητική στάση απ' ότι ο κόσμος και ο κόσμος έδειξε να θέλει περισσότερο την ψυχική υποστήριξη από τη την φαρμακευτική. Τέλος, έχουν γίνει 5 μελέτες σχετικά με αυτό το πρόγραμμα και έδειξαν ότι ο κόσμος πιστεύει πως το πρόβλημα ο ασθενής το φέρει εκ γενετής ή του έτυχε κάποιο σοβαρό συμβάν ή έχει υπερβολικό άγχος.

Μία άλλη έρευνα των Wakefield, Loken και Hornik (2010) καλύπτει καμπάνιες θεμάτων υγείας, που έγιναν χρησιμοποιώντας μέσα μαζικής ενημέρωσης. Αρχικά, οι καμπάνιες αυτές έγιναν με σκοπό να επηρεάσουν θετικά μεγάλο πληθυσμό ατόμων για θέματα υγείας. Αυτό γίνεται τοποθετώντας μηνύματα στα ΜΜΕ ή σε έντυπα μέσα ή ακόμα και στο Διαδίκτυο. Επίσης, μπορούν να είναι σύντομες ή ακόμα και να παρουσιάζονται σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Ακόμα, το μήνυμα μπορεί να μην είναι πειστικό σε ένα μέρος του κοινού και αυτό σημαίνει ότι η καμπάνια θα πρέπει να αντιμετωπίσει κάποιους διαφορετικούς χαρακτήρες του

κοινού. Επιπλέον, οι καμπάνιες μπορεί να λειτουργήσουν ευθέως ή με πλάγιο τρόπο. Δηλαδή, μπορεί να βοηθήσουν τον ακροατή να αναγνωρίζει τι είναι θετικό και τη αρνητικό από αυτά που βλέπει ή να τον κάνουν να βοηθήσει και αυτός στην επίλυση του προβλήματος μέσω τοποθέτησης του σε ομάδες υποστήριξης. Συμπερασματικά, οι καμπάνιες μπορούν να καταλήξουν με θετικά αποτελέσματα είτε είναι με ευθύ τρόπο είτε με πλάγιο το μήνυμα που δίνουν, ή μπορούν να αποτρέψουν τα αρνητικά αποτελέσματα, και αυτός είναι ο σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας.

1.2 Σκοπός πτυχιακής εργασίας

Στόχος του έργου αυτού είναι να αναπτύξει μια καμπάνια όπου θα ευαισθητοποιήσει το κοινό για το θέμα της σχιζοφρένειας. Το στοχευόμενο μου κοινό είναι άτομα ανεξάρτητου φύλου μεταξύ των ηλικιών 20 ως 25 ετών.

Όπως βλέπουμε στο άρθρο του Tebes (2004) το οποίο μιλά για το πόσο σημαντικό ρόλο έχει στη ζωή του ανθρώπου η φιλία πόσο μάλλον στα άτομα με σχιζοφρένεια και πόσο θα μπορούσε να βοηθήσει στην κοινωνικοποίηση του ψυχικά διαταραγμένου ατόμου στο γενικό σύνολο. Αρχικά, έρευνες που έγιναν, έδειξαν πως κάποια από τα σημαντικότερα εμπόδια που αντιμετωπίζουν τα ψυχικά διαταραγμένα άτομα είναι η μοναχικότητα και ο στιγματισμός από του κοινωνικό σύνολο με αποτέλεσμα την απομάκρυνση του ατόμου από το γενικό σύνολο. Επίσης, για όσους έχουν αποφύγει την πολύχρονη νοσηλεία, υπάρχουν ελάχιστες ενέργειες που μπορούν να επιλέξουν για την επανένταξη τους στη κοινότητα και οι μόνες επαφές που έχουν με κόσμο είναι η τυπικές σχέσεις με κάποιο πωλητή σε μία υπεραγορά ή σε μια καφετέρια. Συνεπώς, αυτό τους απομακρύνει και από το ενδεχόμενα να αναπτύξουν κάποιες περαιτέρω σχέσεις με άτομα ούτως ώστε να αποκτήσουν φίλους. Τέλος, στο συγκεκριμένο κείμενο, αναφέρονται και κάποιες προσπάθειες που έχουν γίνει για την αύξηση και την ενθάρρυνση της κοινωνικοποίησης αυτών των ατόμων.

Στις μέρες μας το γεγονός του να είσαι ενταγμένος στο γενικό σύνολο είναι κάτι πολύ σημαντικό, γι' αυτό ο στόχος μου είναι να δημιουργήσω μία σειρά αφισών και βίντεο όπου θα βοηθούν στην κατανόηση του κόσμου απέναντι στα άτομα που πάσχουν από σχιζοφρένεια. Δηλαδή, να βοηθήσει τον κόσμο να κατανοήσει τα συμπτώματα της σχιζοφρένειας. Αυτό θα γίνει με απώτερο σκοπό την ευαισθητοποίηση του κόσμου απέναντι

στα άτομα που πάσχουν από την συγκεκριμένη ψυχική ασθένεια και να μπορέσουν τα άτομα αυτά να ενταχθούν στο γενικό σύνολο και να αποφεύγεται η κοινωνική τους απομόνωση.

1.3. Δομή πτυχιακής

Η πτυχιακή αρχίζει με την εισαγωγή και ακολουθεί η βιβλιογραφική ανασκόπηση. Αυτό το μέρος της εργασίας αναφέρεται είτε σε έρευνες που έγιναν για ψυχικές ασθένειες είτε για έρευνες που έγιναν συγκεκριμένα για την σχιζοφρένεια. Καλύπτει παραμέτρους, όπως βελτίωση του προβλήματος, επιρροή από το κοινωνικό πλαίσιο, επιπτώσεις από παλαιότερες καμπάνιες, εύρεση του προβλήματος σε νεαρή ή μεγαλύτερη ηλικία τι είναι γνώσιμο στον κόσμο περί του θέματος, δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τα άτομα που εργάζονται στη Πρωτοβάθμια Φροντίδα Υγείας στον έλεγχο ψυχικά διαταραγμένων ατόμων, προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα άτομα με σχιζοφρένεια στον τομέα της υγείας τους, καθώς επίσης το ρόλο που παίζει η φιλία στη ζωή των ατόμων με σχιζοφρένεια. Στοιχεία που αφορούν τα παραπάνω θέματα θα συνδεθούν μεταξύ τους, ώστε να εξυπηρετούν τους στόχους της εργασίας.

Στο τομέα αυτό θα γίνει μια περιγραφή κάποιων παλαιότερων ενεργειών που έγιναν με θέμα τη ψυχική υγεία και τη σχιζοφρένεια. Ποιο συγκεκριμένα θα γίνει μια περιγραφή οπτικών παραδειγμάτων που έχουν ως θέμα την ευαισθητοποίηση του κόσμου απέναντι σε άτομα με ψυχικά προβλήματα.

Ακολούθως παρουσιάζεται η ερευνητική μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για τους σκοπούς αυτής της καμπάνιας. Αναφέρονται τα εργαλεία συλλογής δεδομένων και η διαδικασία συλλογής τους και οι γενικοί περιορισμοί της έρευνας δράσης. Επίσης, γίνεται αναφορά στην διαδικασία ανάλυσης δεδομένων και στην αξιοπιστία και εγκυρότητα αυτών όπως και στους περιορισμούς και οριοθετήσεις της παρούσας έρευνας.

Στη παρούσα έρευνα θα χρησιμοποιηθεί ποιοτική προσέγγιση, η οποία ταιριάζει με την έρευνα-δράσης ή αλλιώς με τον τύπο της έρευνας. Θα γίνει χρήση τριών εργαλείων συλλογής δεδομένων.

Στη συνέχεια μέσα από αυτή τη διαδικασία θα ερευνηθεί αν το οπτικό μέρος της καμπάνιας έχει το επιθυμητό αποτέλεσμα δηλαδή αν το στοχευόμενο κοινό αντιλαμβάνεται τα σχεδιαστικά μηνύματα, το σλόγκαν, το λογότυπο της εκστρατείας και αν τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν (γενικά) ταιριάζουν με το θέμα κλπ. Παράλληλα, η εργασία αυτή θα

ερευνήσει αν η προσέγγιση που χρησιμοποιήθηκε στα δείγματα μπορεί να λειτουργήσει ως ενημέρωση και ευαισθητοποίηση σχετικά με τα άτομα που πάσχουν από σχιζοφρένεια.

Ακολουθεί η περιγραφή της πρακτικής ανάπτυξης του έργου. Εξετάζεται τι αναπτύχθηκε μέσα από την έρευνα και πώς σχεδιάστηκε στα δύο στάδια ανάπτυξης.

Στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στο σύνολό τους ούτως ώστε να βγουν τα συμπεράσματα. Αναφέρονται κύριες διαπιστώσεις οι οποίες οδήγησαν στα αποτελέσματα που συζητήθηκαν και σχολιάστηκαν νωρίτερα.

1.4 Τα ερευνητικά ερωτήματα

- α) Ποιες είναι οι σχεδιαστικές προκλήσεις που αντιμετώπισε η έρευνα αυτή και πώς επιλύθηκαν;
- β) Πώς αξιολογήθηκε η σχεδιαστική παρέμβαση και ποια τα αποτελέσματά της;
- γ) Τι θα μπορούσε να γίνει μελλοντικά για να βελτιωθεί η σχεδιαστική παρέμβαση;

2. Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας

2.1 Επιστημονικά άρθρα

Το άρθρο των Corrigan et al., (2001) μελετά τρεις τρόπους για βελτίωση σοβαρών προβλημάτων ψυχολογικά διαταραγμένων ατόμων. Αυτό έγινε με πείραμα από φοιτητές όπου μοιράστηκαν σε τρεις τρόπους. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο κόσμος παίζει σοβαρό ρόλο στο τρόπο ζωής των ατόμων με σχιζοφρένεια και άλλα ψυχικά προβλήματα. Επίσης, ο κόσμος που ξέρει κάποιες λεπτομέρειες περί του προβλήματος είναι πιο θετικός στην υποστήριξη τους. Ακόμα, δεν υπάρχει αρκετή έρευνα απέναντι στο αποτέλεσμα των ενεργειών για τη στάση του κόσμου στα ψυχικά διαταραγμένα άτομα. Τέλος, προσπάθησαν να καταπολεμήσουν κάποιους μύθους όπως το ότι ‘άτομα με σχιζοφρένεια είναι επικίνδυνα και πρέπει να απαλλαγεί από αυτά’.

Το συγκεκριμένο άρθρο (Wright, McGorry, Harris, Jorm & Pennell, 2006) παρουσιάζει τις επιπτώσεις που επέφερε μία καμπάνια ευαισθητοποίησης, με τη χρήση της μεθόδου Compass που στοχεύει στην πρόοδο ατόμων με ψυχικά προβλήματα και στην άμεση αναζήτηση περίθαλψης των παιδιών διότι όπως αναφέρετε στο άρθρο συνήθως τα ψυχικά προβλήματα φανερώνονται στην παιδική ηλικία. Αρχικά η ανακάλυψη του προβλήματος σε νεαρή ηλικία μπορεί να έχει πιο θετικά αποτελέσματα. Για την αξιολόγηση της καμπάνιας έγιναν πολλές ενέργειες όπου έδειξαν πώς η Compass μπορεί να αποφέρει αποτελέσματα στην αφύπνιση του κοινού για διάφορα θέματα ψυχικής υγείας. Γενικότερα, η Compass έδειξε να κατακτά τις περισσότερες από τις βλέψεις της. Επίσης, η Compass έγινε σε 6 στάδια για καλύτερη οργάνωση αλλά οι αποδείξεις των ενεργειών αυτών δεν έχουν κριθεί εντελώς. Εν κατακλείδι, η Compass για να μπορέσει να μεταφερθεί σε ολόκληρο τον κόσμο θα πρέπει να γίνει μια αξιολόγηση για προσαρμογή.

Σε μια άλλη έρευνα (Kelly, Jorm, & Wright, 2007) βλέπουμε τι είναι γνώριμο για τον αλφαριθμητισμό για τα ψυχικά προβλήματα και πώς θα γίνει άμεση παρέμβαση για καταπολέμηση του προβλήματος. Αρχικά, οι ψυχικές ασθένειες εμφανίζονται στη παιδική ηλικία για πρώτη φορά. Ακόμα, για άμεση αναγνώριση των συμπτωμάτων των ψυχικών ασθενειών πρώτο ρόλο έχουν τα κοντινά άτομα των παθόντων όπου πρέπει να γνωρίζουν το πρόβλημα και σε ποιο να απευθυνθούν για την επίλυση του. Επίσης, τα παιδιά και τα κοντινά τους άτομα μετά από έρευνα που έγινε βλέπουμε πως δεν γνωρίζουν ούτε το πρόβλημα ούτε το πού μπορούν να απευθυνθούν για βοήθεια και φαρμακευτική περίθαλψη. Επιπλέον, υπάρχουν τέσσερις τρόποι μεσολάβησης για πρόοδο των ψυχικών προβλημάτων στη παιδική

ηλικία και αυτά είναι προγράμματα για τον κόσμο, εκπαιδευτική παρέμβαση του σχολείου και οργανώσεις εκπαίδευσης του κόσμου για τα συμπτώματα ψυχικών ασθενειών ώστε να μπορεί να παρέμβει σε μία κρίση του ψυχολογικά διαταραγμένου ατόμου. Τέλος, τα άτομα με ένα τέτοιου είδους πρόβλημα προτιμούν να απευθυνθούν σε ένα φίλο τους ή άτομο της οικογένειάς τους.

Επίσης, μια ομάδα ερευνητών (Thompson et al., 2002) μελέτησαν ένα σύνολο ερευνών στο τομέα της αντιμετώπισης του κόσμου απέναντι στα άτομα με σχιζοφρένεια. Άτομα που ερωτήθηκαν στις έρευνες έδειξαν να ξέρουν τη εστί σχιζοφρένεια και να την αποδέχονται μέχρι ενός σημείου και έδειξαν θετική στάση στις ενέργειες βελτίωσης του προβλήματος εκτός από ένα μικρό μέρος πληθυσμού που έδειξε αρνητική στάση. Ακόμα, το πρόγραμμα αυτό γίνεται σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπρόσθετα, τα άτομα με την ασθένεια αυτή βρίσκονται σε δεύτερη κατηγορία πολιτών κατά την άποψη του κόσμου και έτσι έχουν γίνει κάποιες εκστρατείες ευαισθητοποίησης του κόσμου χωρίς αρκετό αποτέλεσμα. Επίσης, τα άτομα με σχιζοφρένεια θεωρούνται επικίνδυνα από τον κόσμο χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν θέλουν να βρίσκονται κοντά τους. Αυτό οφείλετε στο ότι έχουν λάθος αντίληψη και δεν θεωρούν εφικτή την καταπολέμηση της αρρώστιας με ή και χωρίς θεραπεία έτσι δεν μπορούν να εντάξουν ξανά στην κενότητα κάποιο πρώην ασθενή. Ακόμα, άτομα που εμπλέκονται στον ιατρικό χώρο έδειξαν περισσότερο αρνητική στάση απ' ό τι ο κόσμος και ο κόσμος έδειξε να θέλει περισσότερο την ψυχική υποστήριξη από τη την φαρμακευτική. Τέλος, έχουν γίνει πέντε μελέτες σχετικά με αυτό το πρόγραμμα και έδειξαν ότι ο κόσμος πιστεύει πως το πρόβλημα ο ασθενής το φέρει εκ γενετής ή του έτυχε κάποιο σοβαρό συμβάν ή έχει υπερβολικό άγχος.

Οι Howard, Rabins, Seeman, Jeste και Late-Onset (2000) μελέτησαν την εμφάνιση της σχιζοφρένειας σε μεγαλύτερες ηλικίες. Συνήθως η εμφάνιση γίνεται σε παιδική ηλικία αλλά υπάρχουν και εξαιρέσεις όπου εμφανίζεται σε γηραιότερες ηλικίες. Ακόμα, τα συμπτώματα των ασθενών αυτών είναι διαφορετικά με αυτά των ατόμων που αρρωσταίνουν σε νεώτερη ηλικία γι' αυτό και έχει δοθεί άλλη επιστημονική ονομασία στην αρρώστια αυτών των ατόμων που αργεί να τους εμφανιστεί η νόσος. Επίσης, βλέποντας τα συμπτώματα διαχωρίζετε η σχιζοφρένεια από την άνοια. Επιπλέον, η σχιζοφρένεια που αργεί να εμφανιστεί είναι συχνότερη σε γυναίκες και έχουν ποιο λίγα αρνητικά συμπτώματα. Επιπρόσθετα, υπάρχουν δύο είδη σχιζοφρένειας εκτός από αυτή που εμφανίζεται σε νεότερη ηλικία. Αυτές είναι όταν εμφανιστεί η αρρώστια μετά τα σαράντα και η άλλη όταν η

αρρώστια εμφανιστεί μετά τα εξήντα. Τέλος, δεν υπάρχουν επαρκείς αποδεικτικά στοιχεία ότι σε γηραιότερες ηλικίες, μετά τα εξήντα είναι όντος σχιζοφρένια.

Στο κείμενο αυτό (Περιτογιάννης, Ληξουριώτης, & Μαυρέας, 2018) παρουσιάζονται κάποιες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τα άτομα που εργάζονται στη Πρωτοβάθμια Φροντίδα Υγείας, στον έλεγχο ψυχικά διαταραγμένων ατόμων. Επίσης, βλέπουμε μία δυσκολία εύρεσης και αναγνώρισης της αρρώστιας και δεν γίνεται σωστά η θεραπεία από τον πάσχοντα. Επιπλέον, υπάρχουν κάποιες μεθόδους που μπορούν να ακολουθήσουν τα άτομα της ΠΦΥ που θα τους βοηθήσει να ανιχνεύσουν εγκαίρως το πρόβλημα και την εκτίμηση των συμπτωμάτων.

Ακόμα, τα άτομα που πάσχουν από μια τέτοια ασθένεια έχουν μια γκάμα συμπτωμάτων που συχνά προκαλούν και αναπηρίες. Επιπρόσθετα, πολλοί από τους ασθενείς χρειάζεται να μένουν μόνιμα σε ίδρυμα, οι περισσότεροι καταντούν με πρόωρη σύνταξη λόγω ανικανότητας εργασίας και κάποιοι άλλοι καταλήγουν στην αυτοκτονία. Έπειτα, η μοναδική έρευνα που έγινε στην Ελλάδα μέχρι σήμερα έδειξε πως τριάντα στους εκατό χιλιάδες Έλληνες έχουν διαγνωστεί με ψυχωτικές διαταραχές. Συμπληρωματικά, κάποια από τα συμπτώματα της σχιζοφρένειας είναι το να ακούν πράγματα που στην πραγματικότητα δεν ισχύουν, μπερδεμένη ομιλία και συμπεριφορά και άλλα πολλά όπου για να διαγνωστεί ένας ασθενής με σχιζοφρένια πρέπει να πληροί ένα συνδυασμό συμπτωμάτων. Επιπρόσθετα, ψυχικά διαταραγμένα άτομα έχουν περισσότερες πιθανότητες για διαβήτη, για παθήσεις της καρδιάς, παχυσαρκία και πνευμονικά προβλήματα. Επίσης, τους χορηγούνται για θεραπεία κάποια φάρμακα σε μορφή χαπιού ή και ενέσιμα. Εν κατακλείδι, έρευνες που έγιναν, αρχικά είχαν δείξει ότι άτομα με σχιζοφρένια δεν νιώθουν τόσο έντονα πόνο αλλά σε μια δεύτερη έρευνα βλέπουμε πως οι ασθενείς νιώθουν τον πόνο απλά σε μειωμένη ένταση και όχι τόσο συχνά.

Στο άρθρο αυτό (Wakefield, Loken, & Hornik, 2010) γίνεται αναφορά σε καμπάνιες θεμάτων υγείας, που έγιναν χρησιμοποιώντας μέσα μαζικής ενημέρωσης. Αρχικά, οι καμπάνιες αυτές έγιναν με σκοπό να επηρεάσουν θετικά μεγάλο πληθυσμό ατόμων για θέματα υγείας. Αυτό γίνεται τοποθετώντας μηνύματα στα ΜΜΕ ή σε έντυπα μέσα ή ακόμα και στο Διαδίκτυο.

Επίσης, μπορούν να είναι σύντομες ή ακόμα και να παρουσιάζονται σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Ακόμα, το μήνυμα μπορεί να μην είναι πιστικό σε ένα μέρος του κοινού και αυτό σημαίνει ότι η καμπάνια θα πρέπει να αντιμετωπίσει κάποιους διαφορετικούς χαρακτήρες του κοινού. Επιπλέον, οι καμπάνιες μπορεί να λειτουργήσουν ευθέως ή με πλάγιο τρόπο. Δηλαδή, μπορεί να βοηθήσουν τον ακροατή να αναγνωρίζει τι είναι θετικό και τη αρνητικό από αυτά που βλέπει ή να τον κάνουν να βοηθήσει και αυτός στην επίλυση του προβλήματος μέσω

τοποθέτησης του σε ομάδες υποστήριξης. Συμπερασματικά, οι καμπάνιες μπορούν να καταλήξουν με θετικά αποτελέσματα είτε είναι με ευθύ τρόπο είτε με πλάγιο το μήνυμα που δίνουν, ή μπορούν να αποτρέψουν τα αρνητικά αποτελέσματα.

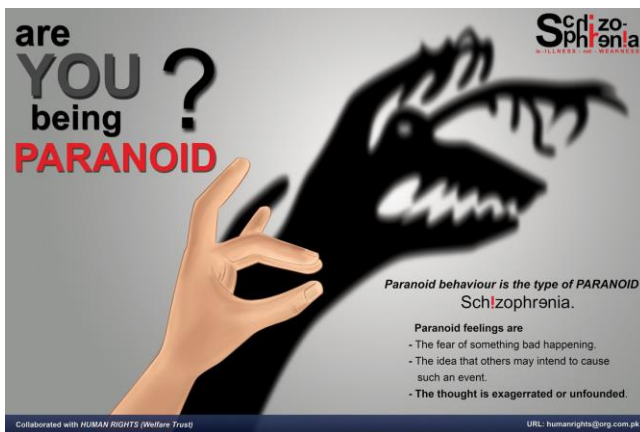
Οι Mamakou, Thanopoulou, Gonidakis, Tentolouris και Kontaxakis (2018) μελέτησαν ένα άλλο πρόβλημα υγείας που αντιμετωπίζουν τα άτομα με σχιζοφρένεια και αυτό είναι ο σακχαρώδης διαβήτης τύπου δύο κάτι που οδηγεί σε καρδιακά προβλήματα και σε μνημένο όριο ζωής. Ακόμα, τα άτομα με σχιζοφρένεια έχουν παραπάνω πιθανότητες για διαβήτη παρά το γενικότερο σύνολο λόγω ποικίλων παραγόντων όπως για παράδειγμα η κληρονομικότητα. Επίσης, ο ασθενής πρέπει να προσέξει ιδιαίτερα στο να μην αποκτήσει διαβήτη είτε με σωματική άσκηση, είτε με υγιεινή διατροφή. Επιπλέον, ένας παράγοντας που μπορεί να προκαλέσει τον διαβήτη είναι οι διάφορες παρενέργειες των φαρμάκων που καταναλώνουν τα άτομα με σχιζοφρένεια. Κάποιοι άλλοι παράγοντες που μπορούν να τον προκαλέσουν είναι, κακή διατροφή με αποτέλεσμα την παχυσαρκία, γηρατειά, το κάπνισμα, μειωμένη σωματική άσκηση, η ποιότητα ζωής, το στρες και άλλα.

Το άρθρο αυτό (Davidson & Stayner, 1997) μελετάει τρεις προσδοκίες των ψυχικά διαταραγμένων ατόμων και συγκεκριμένα αυτών που πάσχουν από σχιζοφρένεια σε θέμα με την κοινωνικοποίηση τους. Επίσης, βλέπουμε κάποιους λόγους που συντελούν στην επιδείνωση των συμπτωμάτων της σχιζοφρένειας. Ακόμα, το κείμενο δίνει έμφαση σε ποιο ουσιαστικά θέματα, και όχι σε ιατρικά θέματα, που θα μπορούσαν να επηρεάσουν, όπως είναι και η αντίληψη του κόσμου απέναντι στα άτομα με σχιζοφρένεια και η κοινωνικοποίηση τους αλλάζοντας τις πεποιθήσεις του κόσμου εις βάρος των ατόμων με σχιζοφρένεια. Επιπλέον, η απομάκρυνση των ατόμων αυτών από το κοινωνικό πλαίσιο γίνεται λόγω στιγματισμού τους από τον κόσμο και αυτό βοηθά εξίσου στην επιδείνωση του προβλήματος. Τέλος, το άρθρο αυτό εξετάζει τον τρόπο ζωής των ατόμων με μια τέτοια ψυχική ασθένεια όπως εμφανίζεται στις τρεις προσδοκίες.

Ένα άλλο κείμενο είναι αυτό του Tebes (2004) το οποίο μιλά για το πόσο σημαντικό ρόλο έχει στη ζωή του ανθρώπου η φιλία πόσο μάλλον στα άτομα με σχιζοφρένεια και πόσο θα μπορούσε να βοηθήσει στην κοινωνικοποίηση του ψυχικά διαταραγμένου ατόμου στο γενικό σύνολο. Αρχικά, έρευνες που έγιναν, έδειξαν πως κάποια από τα σημαντικότερα εμπόδια που αντιμετωπίζουν τα ψυχικά διαταραγμένα άτομα είναι η μοναχικότητα και ο στιγματισμός από το κοινωνικό σύνολο με αποτέλεσμα την απομάκρυνση του ατόμου από το γενικό σύνολο. Επίσης, για όσους έχουν αποφύγει την πολύχρονη νοσηλεία, υπάρχουν ελάχιστες ενέργειες

που μπορούν να επιλέξουν για την επανένταξη τους στη κοινότητα και οι μόνες επαφές που έχουν με κόσμο είναι η τυπικές σχέσεις με κάποιο πωλητή σε μία υπεραγορά ή σε μια καφετέρια. Συνεπώς, αυτό τους απομακρύνει και από το ενδεχόμενο να αναπτύξουν κάποιες περαιτέρω σχέσεις με άτομα ούτως ώστε να αποκτήσουν φίλους. Τέλος, στο συγκεκριμένο κείμενο, αναφέρονται και κάποιες προσπάθειες που έχουν γίνει για την αύξηση και την ενθάρρυνση της κοινωνικοποίησης αυτών των ατόμων.

2.2 Καμπάνιες



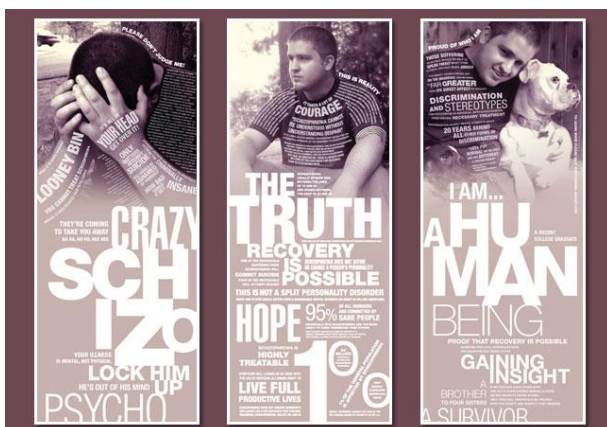
Εικόνα1: Εκστρατεία ευαισθητοποίησης σχετικά με τη σχιζοφρένεια

Σκοπός αυτής της έρευνας είναι να αναπτύξει θετική και υποστηρικτική στάση απέναντι στους σχιζοφρενείς. Επιπλέον, στοχεύει στο να διευρύνει την ευαισθητοποίηση των σημείων έγκαιρης προειδοποίησης και των ενδείξεων της σχιζοφρένειας στο γενικό κοινό, κυρίως στους νέους, επιδεικνύοντας τις βλαβερές συνέπειες της ίδιας της νόσου. Αυτή η καμπάνια βοηθά επίσης πολλούς ανθρώπους να ενημερωθούν για τους ασθενείς που πάσχουν από σχιζοφρένεια σχετικά με αυτή την πάθηση και τον τρόπο θεραπείας της. Η αφίσα αυτή μου φάνηκε ενδιαφέρον λόγω του ότι αρχικά, είναι ίδιο το μήνυμα που θέλει να μεταφέρει στο κόσμο με το δικό μου και επίσης έχει ενδιαφέρον εικονογράφηση η οποία δείχνει με απλό τρόπο αυτή την κατάσταση στην οποία βρίσκονται τα άτομα με σχιζοφρένεια δηλαδή αυτή τη παραίσθηση του ότι τους συμβαίνει κάτι άλλο από την πραγματικότητα.



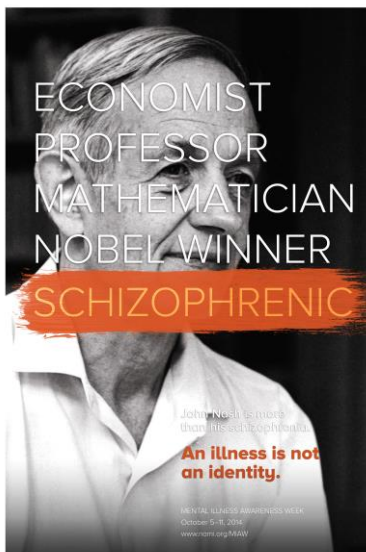
Εικόνα 2: Αφίσα εκστρατείας για επανεξέταση του όρου ψυχική υγεία και υιοθέτηση του ελάχιστα γνωστού όρου «νέυρο - ποικιλομορφία»

Ένα παιδί με σχιζοφρενή μητέρα και πατέρα όπου και το ίδιο έπασχε από κατάθλιψη μετά από ένα καταγισμό συναισθημάτων από όλα αυτά που του συνέβαιναν αποφάσισε σε συνεργασία με μια ένωση φοιτητών να οργανώσει μια εκστρατεία επανεξέτασης του όρου ψυχική υγεία και υιοθέτηση του ελάχιστα γνωστού όρο «νέυρο-ποικιλομορφία». Την αφίσα αυτή την επέλεξα κυρίως λόγω της έντονης εικόνας που έχει στο κέντρο της. Επιπλέον, ταιριάζει με το σκεπτικό που είχα εγώ στο μυαλό μου για την υλοποίηση των δικών μου αφισών και βίντεο. Τέλος, ένας από τους λόγους που επέλεξα την αφίσα αυτή είναι και η ιστορία που κρύβετε πίσω της.



Εικόνα 3: Αφίσα εκστρατείας για μείωση του στίγματος που περιβάλλει συχνά τις ψυχικές ασθένειες με το όνομα "Gaining Insight"

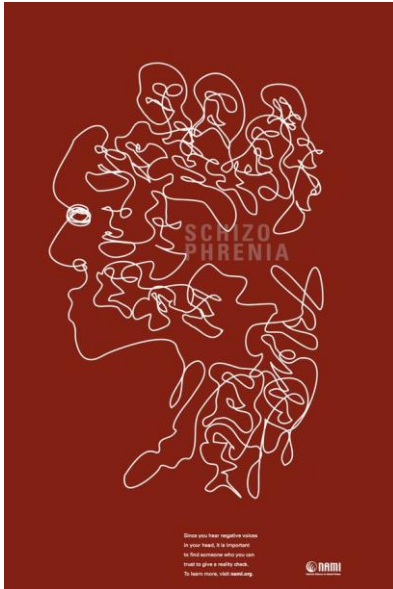
Μια καμπάνια που όπως και η προηγούμενη έγινε λόγω διάγνωση κοντινού ατόμου της καλλιτέχνης Amber Christian Osterhout και συγκεκριμένα του αδελφού της, με σχιζοφρένεια. Στην ιστοσελίδα της λέει: "Είμαι τόσο εμπνευσμένη από το θάρρος του αδελφού μου να ξεπεράσει αυτή τη σοβαρή ασθένεια, συνειδητοποιώ πώς οι απόψεις των ψυχικών ασθενειών μπορούν να γίνουν αντιληπτές από εσφαλμένες αντιλήψεις και στερεότυπα. Είναι πολύ σημαντικό να αξιολογήσουμε τον τρόπο με τον οποίο αντιδρούμε και συμβάλλουμε σε αυτό το στίγμα. Ο στόχος μου ήταν να εκπαιδεύσει και να εμπνεύσει τους άλλους, μέσω αυτής της καμπάνιας, ώστε να μπορούν να δουν την ψυχική ασθένεια σε ένα θετικό φως. Με την απόκτηση γνώσης, ίσως αρχίσουμε να διαγράφουμε το στίγμα. Εκείνοι που πάσχουν από σχιζοφρένεια και ψυχικές ασθένειες πρέπει να επαινούν για την ανδρεία τους, χωρίς να κρίνουν. "Την αφίσα αυτή την επέλεξα, κυρίως για την τυπογραφία της και τον τρόπο που τοποθετήθηκε η τυπογραφία που δείχνει το μπέρδεμα που δημιουργείτε στο κεφάλι των σχιζοφρενών ατόμων.



Εικόνα 4: Αφίσα για εκστρατεία ευαισθητοποίησης για την ψυχική υγεία

Στην καμπάνια αυτή χρησιμοποιήθηκαν πολλά γνωστά πρόσωπα εκτός από τον John Nash και μερικά από αυτά είναι και η Marilyn Monroe, ο Abraham Lincoln και η Oprah Winfrey. Η καμπάνια αυτή είχε ένα δυνατό σλόγκαν 'An illness is not an identity' καθώς και έντονο κείμενο. Την αφίσα αυτή της επέλεξα λόγω του σλόγκαν της αλλά και για το σκεπτικό της. Δηλαδή μου φάνηκε ενδιαφέρον το γεγονός ότι επέλεξαν κάποια γνωστά άτομα στον κόσμο

όπου θα μπορούσαν να μεταφέρουν ευκολότερα το μήνυμα, αφού θα φαινόταν ποιο ενδιαφέρον στον κόσμο ένα γνωστό άτομα και θα γύριζαν να παρατηρήσουν την αφίσα ποιο εύκολα .



Εικόνα 5: Αφίσα με θέμα τις ψυχικές ασθένειες που έχουν παρόμοια συμπτώματα

Η καμπάνια αυτή είχε σκοπό την επισήμανση κάποιων ψυχικών ασθενειών με παρόμοια συμπτώματα. Οι ασθένειες στις οποίες επικεντρώθηκε η καλλιτέχνης Jennifer_Lau είναι η σχιζοφρένια, ο διχασμός προσωπικότητας και η διαταραχή ταυτότητας (Bipolar Disease, and Dissociative Identity Disorder). Την καμπάνια αυτή την επέλεξα για το μινιμαλισμό που χρησιμοποιεί και για το γεγονός ότι η καμπάνια αυτή έχει τρεις αφίσες και έχουν και οι τρεις τον ίδιο χαρακτήρα με μόνη διαφορά το χρώμα και την τοποθέτηση της συνεχόμενης γραμμής που σχηματίζει το πρόσωπο.

3. Μεθοδολογία

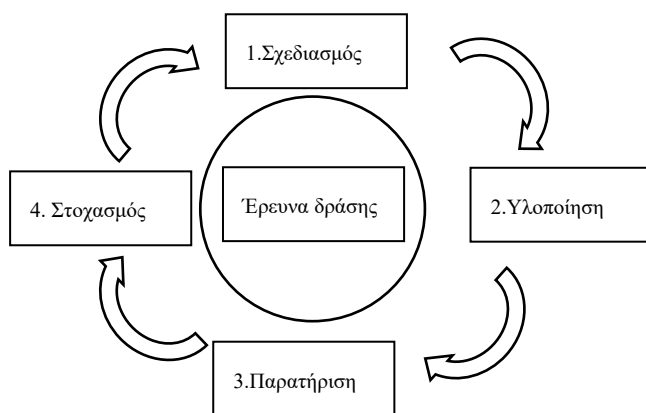
3.1 Η έρευνα δράσης

Η μεθοδολογία η οποία θα χρησιμοποιηθεί σε αυτή τη πτυχιακή εργασία είναι, η έρευνα δράσης. Η συγκεκριμένη μεθοδολογική προσέγγιση επιλέχθηκε με βάση τις ανάγκες όπως προκύπτουν μέσα από τις ερευνητικές ερωτήσεις. Δηλαδή, την υλοποίηση μιας έρευνας μέσω της έρευνας δράσης για την ανάγκη πραγματοποίησης μιας καμπάνιας για ευαισθητοποίηση για τη σχιζοφρένεια.

Η έρευνα δράσης αντιμετωπίζει ένα συγκεκριμένο, πρακτικό ζήτημα και στοχεύει στο να βρει λύσεις σε ένα πρόβλημα. Επίσης, χρησιμοποιεί τη συλλογή δεδομένων με ποσοτικές ή ποιοτικές μεθόδους η ακόμα και τα δύο.

Ακόμα, η έρευνα δράσης χρησιμοποιεί ένα συγκεκριμένο σχεδιασμό όπου χρησιμοποιεί ένα κύκλο διαδικασιών. Αρχικά, πρέπει να γίνει η κατανόηση ενός προβλήματος και να γίνουν κάποια σχέδια για κάποια μορφή παρέμβασης. Στη συνέχεια πραγματοποιείται η παρέμβαση, η δράση δηλαδή που αναγράφεται και στην ονομασία της έρευνας. Στο στάδιο της δράσης γίνονται οι διάφορες παρατηρήσεις όπου συλλέγονται σε διάφορες μορφές.

Η κυκλική διαδικασία, επαναλαμβάνεται μέχρι να επιτευχθεί η επαρκή κατανόηση και καλύτερη αντιμετώπιση του προβλήματος. Στην παρούσα πτυχιακή εργασία ο κύκλος έχει ως εξής:



Διάγραμμα 1: Κυκλική διαδικασία

Επιπλέον στη παρούσα έρευνα θα χρησιμοποιηθεί ποιοτική προσέγγιση η οποία ταιριάζει με τον τύπο της έρευνας. Θα γίνει χρήση τριών εργαλείων συλλογής δεδομένων ώστε να γίνει τριγωνοποίηση.

Στα πλαίσια υλοποίησης της καμπάνιας ευαισθητοποίησης για τη σχιζοφρένεια θα σχεδιαστούν τρεις αφίσες και ένα βίντεο. Στις αφίσες θα υπάρχει το λογότυπο της καμπάνιας που θα σχεδιαστεί στη πορεία, το σλόγκαν, η εικόνα όπου θα είναι ή με την τεχνική φωτογραφίας ή με illustrations. Επίσης, θα υπάρχουν και κάποιες σχετικές πληροφορίες του θέματος. Τέλος, ο στόχος είναι η ευαισθητοποίηση του κόσμου απέναντι στα άτομα με σχιζοφρένεια.

Στη συνέχεια θα γίνει έρευνα αν το στοχευόμενο κοινό αντιλαμβάνεται το σωστό μήνυμα, αν είναι σχεδιαστικά σωστό, αν ο κόσμος αντιλαμβάνεται το νόημα του σλόγκαν και αν το λογότυπο της εκστρατείας και τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν ταιριάζουν με το θέμα.

3.2 Συνοπτική περιγραφή των εργαλείων συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν

Σε αυτό το σημείο κρίνεται αναγκαίο να γίνει μια περιγραφή στον τρόπο με τον οποίο θα χρησιμοποιηθούν τα αναφερθέντα εργαλεία συλλογής δεδομένων.

Αρχικά θα γίνει χρήση τριών εργαλείων συλλογής δεδομένων που είναι:

- 1) Ατομικές συνεντεύξεις
- 2) Ατομική Παρατήρηση
- 3) Ομάδα εστίασης (Focus group)

Σε πρώτο στάδιο θα γίνει το πρακτικό κομμάτι posters και video. Στα posters και στο video θα υπάρχει το λογότυπο της εκστρατείας, το σλόγκαν και άλλες σχετικές πληροφορίες .

Στόχος είναι η ευαισθητοποίηση του κόσμου απέναντι στα άτομα με σχιζοφρένεια.

Στη συνέχεια θα προχωρήσω σε ατομικές συνεντεύξεις με τον κόσμο ούτως ώστε να αξιολογήσουν τη δουλειά μου και να καταλάβω και εγώ αν τυχόν υπάρχουν κάποια λάθος στοιχεία ή μεταδίδετε λάθος μήνυμα. Ο χρόνος της συνέντευξης που θα αφιερωθεί στο κάθε άτομο θα είναι περίπου 15-20 λεπτά. Επιπλέον, οι συνεντεύξεις θα είναι ημι-δομημένου τύπου και θα περιλαμβάνουν ερωτήσεις ανοικτού τύπου όπου ο κόσμος θα μπορεί να εκφέρει

την άποψη του και να την αιτιολογήσει. Θα ηχογραφηθούν οι συνεντεύξεις και στη συνέχεια θα απομαγνητοφωνηθούν ούτως ώστε να γίνει η ανάλυσή τους. Παράλληλα με τις συνεντεύξεις θα γίνονται και οι ατομικές παρατηρήσεις , δηλαδή κατά την διάρκεια των συνεντεύξεων θα καταγράφονται και οι αντιδράσεις του ομιλητή για καλύτερο αποτέλεσμα. Τέλος, θα ακολουθήσουν τα focus groups με ομάδα των πέντε ατόμων.

3.3 Περιορισμοί γενικά της έρευνας δράσης

Κάποιοι περιορισμοί της έρευνας δράσης είναι ότι τα δεδομένα που συλλέγονται για κάποιο πρόβλημα δεν γενικεύονται και ότι υπάρχει θέμα αντικειμενικότητας των αποτελεσμάτων της.

3.4 Θέματα Δεοντολογίας - Ηθικά ζητήματα και πως αντιμετωπίστηκαν

Για την υλοποίηση της παρούσας έρευνας δεν εμπλέκονται άτομα με σχιζοφρένεια άρα δεν τίθεται θέμα ηθικό ή δεοντολογικό αφού δεν χρησιμοποιούνται προσωπικά δεδομένα αυτών που συμμετέχουν. Οι απαντήσεις στις συνεντεύξεις θα είναι ανώνυμες.

3.5 Δείγμα

Το δείγμα περιλαμβάνει δέκα (10) άτομα 18-25 ετών όπου τα μισά θα είναι αγόρια και τα μισά κορίτσια και είναι φοιτητές του ΤΕΠΑΚ στο τμήμα γραφικών τεχνών και πολυμέσων. Ο λόγος που επιλέγηκε το συγκεκριμένο δείγμα είναι γιατί τα άτομα του τμήματος αυτού γνωρίζουν λόγο της σπουδής καλύτερα και θα είναι ποιο βοηθητικά στο να βγει καλύτερο αποτέλεσμα.

3.6 Διαδικασία ανάλυσης δεδομένων

Η διαδικασία ανάλυσης δεδομένων θα περιλαμβάνει τρία στάδια: α) την επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχτηκαν κατά την διάρκεια των ημιδομημένων συνεντεύξεων, β) την επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχτηκαν από τις παρατηρήσεις και γ) την επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχτηκαν κατά τη διάρκεια παρατήρησης και παράλληλα ηχογράφησης της ομάδας εστίασης.

3.7 Αξιοπιστία / Εγκυρότητα

Η εγκυρότητα των δεδομένων διασφαλίζεται από τη μέθοδο της «τριγωνοποίησης». Ο όρος «τριγωνοποίηση» σημαίνει η συλλογή τριών διαφορετικών εργαλείων συλλογής δεδομένων. Όπως και στην προκειμένη περίπτωση της παρούσας εργασίας που χρησιμοποιήθηκαν τρία διαφορετικά εργαλεία συλλογής δεδομένων (ατομικές ημι-δομημένες συνεντεύξεις, ατομική παρατήρηση, ομάδα εστίασης).

3.8 Περιορισμοί και οριοθετήσεις της συγκεκριμένης παρούσας έρευνας

3.8.1 Περιορισμοί της έρευνας

Στην παρούσα έρευνα υπάρχουν κάποιοι περιορισμοί στους οποίους κρίνεται σκόπιμο να γίνει αναφορά. Αρχικά, τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας δεν μπορούν να γενικευθούν. Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε από την ερευνήτρια της εργασίας. Η ερευνήτρια, λόγω του ότι αποτελούσε μέρος της έρευνας, κατέλαβε μεγάλη προσπάθεια να περιορίσει τη δική της υποκειμενικότητα, έτσι ώστε μέσα από τα δεδομένα που συνέλεξε να εξάγει αντικειμενικά αποτελέσματα.

Επειδή οι παρατηρήσεις των ομάδων κατά τη διάρκεια παρακολούθησης των δειγμάτων της καμπάνιας από τους φοιτητές, έγιναν από ένα άτομο, την ερευνήτρια, αυτό ενδεχομένως να εμπεριέχει κάποιους κινδύνους όπως: α) να έχουν διαφύγει κάποια στοιχεία της προσοχής της ερευνήτριας λόγω του αριθμού των φοιτητών που έπρεπε να παρατηρήσει και παράλληλα να καταγράφει, β) να έχουν παρερμηνευτεί κάποιες συμπεριφορές των φοιτητών κατά τη διάρκεια παρακολούθησής τους.

3.8.2 Οριοθετήσεις της έρευνας

Αρχικά, η παρούσα έρευνα έγινε σε ένα μόνο Πανεπιστήμιο. Επίσης, το δείγμα της έρευνας ήταν σκόπιμο. Παράλληλα μπορεί να χαρακτηριστεί ως δείγμα ευκολίας γιατί η ερευνήτρια είχε εύκολη πρόσβαση για να εφαρμόσει την έρευνα δράσης.

4. Πρώτο στάδιο έρευνας δράσης

Στο πρώτο στάδιο της έρευνας δράσης, ολοκληρωθήκαν οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις, οι ατομικές παρατηρήσεις και η ομάδα εστίασης. Παρουσιάζονται ποιο κάτω συνοπτικά τα δεδομένα από τα τρία εργαλεία συλλογής δεδομένων. Τα ερωτήματα που χρησιμοποιήθηκαν για τις ημι-δομημένες συνεντεύξεις ήταν ‘Μιλήστε μου για τα περιεχόμενο που βλέπετε μπροστά σας;, Τι σας αρέσει στο poster; , Τι δεν σας αρέσει στο poster;, Τι σας αρέσει στο slogan; , Τι δεν σας αρέσει στο slogan; Τι σας αρέσει στο λογότυπο; , Τι δεν σας αρέσει στο λογότυπο; , Τι συναισθήματα σας δημιουργεί το poster; , Όταν το είδατε άλλαξε η γνώμη σας για τους σχιζοφρενείς;’

4.1 Αποτελέσματα συνεντεύξεων

Οι συνεντεύξεις παρουσίασαν θετικά αποτελέσματα εκτός από κάποια μικρά θέματα που παρουσιάστηκαν ως αρνητικά. Αρχικά, και στις τρεις αφίσες υπήρχε το πρόβλημα με τα ‘μπλε και κόκκινα γράμματα’ που δυσκολεύονταν να τα διαβάσουν. Παρ’ όλα αυτά εισέπραξαν περισσότερα θετικά σχόλια κυρίως στο θέμα του στησίματος, της χρωματικής παλέτας που χρησιμοποιήθηκε και της γραμματοσειράς. Επίσης, θετικά σχόλια ακούστηκαν και για τις εικόνες που χρησιμοποιήθηκαν στις αφίσες όπως και για τις μπερδεμένες γραμμές που τοποθετήθηκαν για εμπλουτισμό των συναισθημάτων του θεατή. Επιπλέον, τα ίδια τα άτομα από μόνα τους εξέφρασαν τον θαυμασμό τους και το ότι ‘ευαισθητοποιήθηκαν’. Επίσης, το λογότυπο έκανε θετική εντύπωση σε όλα τα άτομα , το ίδιο και το σλόγκαν μαζί με τον τίτλο καί όσων αφορά την τοποθέτησή τους αλλά καί όσων αφορά την γραμματοσειρά. Επιπρόσθετα, στο βίντεο το μόνο που σχολιάστηκε από όλα τα άτομα ως αρνητικό ήταν το κείμενο στο τέλος που έφευγε λίγο γρήγορα και δεν προλάβαιναν να το διαβάσουν. Όμως, εκτός αυτού ακούστηκαν πολύ θετικά σχόλια για το βίντεο και τα πλείστα άτομα έλεγαν πως είχαν ‘ανατριχιάσει. Ακόμα, όλα τα άτομα περιέγραφαν σωστά και τις αφίσες και το βίντεο άρα κατανόησαν όλοι απόλυτα το μήνυμα. Επιπλέον, άρεσαν αρκετά οι ήχοι και οι φωνές που υπήρχαν στο βίντεο, η ιστορία αλλά και η σκηνοθεσία.

4.2 Αποτελέσματα παρατηρήσεων

Από τις παρατηρήσεις κατάλαβα πως τα περισσότερα άτομα έμεναν εντυπωσιασμένα με την πρώτη ματιά που έριχναν στις αφίσες και τους έκαναν μεγάλη εντύπωση οι εικόνες και ο τρόπος πειραματισμού των εικόνων. Άλλοι όμως χρειάστηκε να το επεξεργαστούν λίγο πριν

απαντήσουν στις ερωτήσεις αλλά καταλάβαιναν το μήνυμα που έδιναν. Τα περισσότερα άτομα προβληματίζονταν διαβάζοντας το κείμενο άρα είχε θετική απήχηση πάνω τους αφού το μήνυμα που θέλει να δώσει η καμπάνια αυτή είναι η ευαισθητοποίηση του κόσμου για τα άτομα με σχιζοφρένεια. Ακόμα, όταν παρακολουθούσαν το βίντεο είχαν όλοι θετικά σχόλια και αντιδράσεις, ίσως και καλύτερες αντιδράσεις από ότι στις αφίσες. Διαβάζοντας το κείμενο του τέλους οι περισσότεροι έπαιρναν ένα ύφος λύπησης προφανώς απέναντι σε αυτά τα άτομα που πάλι αυτό δείχνει μια θετική απήχηση απέναντι στο θέμα της καμπάνιας.

4.3 Αποτελέσματα ομάδας επισκόπησης

Η ομάδα επισκόπησης είχε παρόμοιες αντιδράσεις και σχόλια με τις ημι-δομημένες συνεντεύξεις. Είχαν εντυπωσιαστεί και τα πέντε (5) άτομα. Συμφωνήσαν στο ότι προτιμούσαν από τις τρεις αφίσες την τελευταία και συμφωνούσαν και στο βίντεο ότι τους εντυπωσίασε. Επίσης, τους φάνηκε ενδιαφέρον η προσέγγιση της πρώτης αφίσας που ήταν με γραμμικό τρόπο και θεώρησαν ενδιαφέρον το γεγονός ότι στην πρώτη είχε αυτή την προσέγγιση, στην δεύτερη ήταν με εικόνα και στην τρίτη συνδύαζε και τα δύο και αυτό φαινόταν ωραίο αν τις έβλεπες δίπλα δίπλα. Παρ' όλα αυτά, υπήρχαν και αρνητικά σχόλια τα οποία ήταν τα ίδια με τις συνεντεύξεις, στις αφίσες ήταν τα γράμματα με κόκκινο και μπλε χρώμα και στο βίντεο το τελευταίο κείμενο να πηγαίνει πιο αργά. Τέλος, σχολίασαν ότι είναι πολύ ταιριαστά και τα τέσσερα στοιχεία μεταξύ τους.

4.4 Συμπεράσματα Πρώτου σταδίου

Με βάση το πρώτο στάδιο αξιολόγησης θα χρειαστεί να γίνουν κάποιες μικρές αλλαγές που κατά την άποψη του κοινού είναι θεμιτές. Οι αλλαγές αυτές όσων αφορά τις αφίσες είναι το χρώμα στα γράμματα που είναι μπλε και κόκκινο σαν glitch effect διότι οι περισσότεροι δυσκολευόντουσαν να το διαβάσουν λόγω του ότι υπήρχε αρκετό κείμενο σε αυτές τις προτάσεις και για αυτό τα γράμματα θα γίνουν μαύρα όπως και τα υπόλοιπα. Τέλος, όσων αφορά το βίντεο οι αλλαγές που θα γίνουν αφορούν την ταχύτητα του κειμένου που μιλά για την φιλία στο τέλος όπου οι περισσότεροι δεν προλάβαιναν να το διαβάσουν και έτσι θα μειωθεί η ταχύτητά του.

5. Δεύτερο στάδιο έρευνας δράσης

Στο δεύτερο στάδιο της έρευνας δράσης, ολοκληρωθήκαν οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις, οι ατομικές παρατηρήσεις και η ομάδα εστίασης, αυτή τη φορά με τις βελτιωμένες αφίσες και βίντεο, ακολουθώντας τα σχόλια της προηγούμενης έρευνας δράσης. Παρουσιάζονται ποιο κάτω συνοπτικά τα δεδομένα από τα τρία εργαλεία συλλογής δεδομένων. Τα ερωτήματα που χρησιμοποιήθηκαν για τις ημι-δομημένες συνεντεύξεις ήταν τα ίδια με τα ερωτήματα του πρώτου σταδίου έρευνας δράσης.

5.1 Αποτελέσματα συνεντεύξεων

Αρχικά, τα άτομα που ερωτήθηκαν ήταν τα ίδια με αυτά του πρώτου σταδίου έρευνας δράσης. Τα αποτελέσματα αυτή τη φορά στις συνεντεύξεις ήταν απολύτως θετικά καθώς τα άτομα ανταποκρίθηκαν με θετικά σχόλια απέναντι στις αφίσες και στο βίντεο. Πολύ λίγοι ήταν αυτοί που είχαν τις αμφιβολίες τους για το αν θα προτιμούσαν το αρχικό σχέδιο στις αφίσες γιατί ταίριαζε με το θέμα αλλά κατέληξαν και αυτοί στο ότι προτιμούσαν το τελικό σχέδιο γιατί διαβαζόντουσαν με περισσότερη ευκολία τα γράμματα και ήταν κατανοητό το θέμα ταυτόχρονα. Επιπλέον, τόνισαν ότι προτιμούσαν το τελικό σχέδιο διότι είχε ήδη δυνατό σκεπτικό καθώς και ότι απέδιδε το μήνυμα και δεν χρειαζόταν περιττά στοιχεία για την ενδυνάμωση του θέματος όπως αυτά που υπήρχαν στο σχέδιο του πρώτου σταδίου έρευνας δράσης. Τέλος, όσων αφορά το βίντεο είχε δεχτεί από όλα τα άτομα θετικά σχόλια.

5.2 Αποτελέσματα παρατηρήσεων

Από τις παρατηρήσεις των ατόμων αυτή τη φορά συμπεραίνουμε πως είχαν μείνει ικανοποιημένοι από το αποτέλεσμα, όπως και την πρώτη φορά έτσι και τώρα ακούστηκαν σχόλια όπως ‘ανατρίχιασα’ ‘ένιωσα ένα κόμπο στο στομάχι’. Υπήρξαν όμως και τα άτομα που παρακολουθούσαν με δισταγμό τις αφίσες σκεπτόμενη αν θα προτιμούσαν τα προηγούμενα οι αυτά αλλά κατέληξαν και αυτοί με θετικά σχόλια και αντιδράσεις. Ακόμα, υπήρξαν άτομα που πραγματικά ευαισθητοποιήθηκαν, κυρίως από το βίντεο και ανέφεραν πως πλέον αν γνωρίσουν κάποιο με σχιζοφρένεια θα θελήσουν να μάθουν πληροφορίες για αυτόν και να τον γνωρίσουν καλύτερα, σε αντίθεση με το παρελθόν που θα αδιαφορούσαν ή ακόμα και θα φοβούνταν, γιατί δεν γνώριζαν ακριβώς τι είναι η σχιζοφρένεια και μέσω των αφισών και του βίντεο, έδειξαν και από τα λεγόμενα τους αλλά και από τις αντιδράσεις τους βλέποντας τα, πως κατανοούν το πρόβλημα και είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν.

5.3 Αποτελέσματα ομάδας επισκόπησης

Αρχικά, αυτή τη φορά η ομάδα επισκόπησης είχε τα ποιο καλά και στοχευόμενα σχόλια, καθώς δεν είχαν αρνητική παρατήρηση να κάνουν και σχολίαζαν θετικά τις αφίσες και τα βίντεο βλέποντας και τη παραμικρή λεπτομέρεια. Σε αντίθεση με τις συνεντεύξεις, η ομάδα εστίασης σχολίαζε τις λεπτομέρειες πιθανόν γιατί τα άτομα που είχαν επιλεγθεί ήταν άτομα που ασχολούνται με το χώρο της γραφιστικής, ενώ στις συνεντεύξεις σχολίαζαν τις αφίσες ως σύνολο και όχι τις λεπτομέρειες. Τέλος, ακούστηκαν σχόλια όπως ‘δεν βρίσκω το παραμικρό λάθος’ ‘από το θέμα έως το στήσιμο μου αρέσει’ ‘μπράβο’.

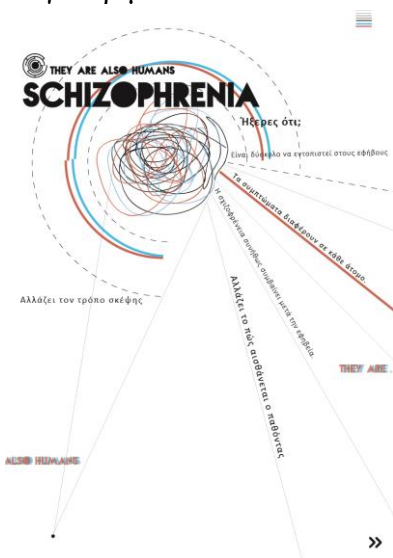
5.4 Συμπεράσματα Δεύτερου σταδίου

Καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο κόσμος δεν γνώριζε τη ακριβώς ήταν η σχιζοφρένεια και έδειξε ενδιαφέρον στο να μάθει και να βοηθήσει τα άτομα που πάσχουν από σχιζοφρένεια. Ακόμα, έδειξε να κατανοεί τη ακριβώς είναι και τη περνούν αυτοί οι άνθρωποι. Επίσης, οι αφίσες και το βίντεο είχε θετικά αποτελέσματα και κατανοητό μήνυμα καθώς και ευαισθητοποίηση του κόσμου κάτι που μας παραπέμπει στο συμπέρασμα ότι ο στόχος της πτυχιακής εργασίας επιτευχτεί.

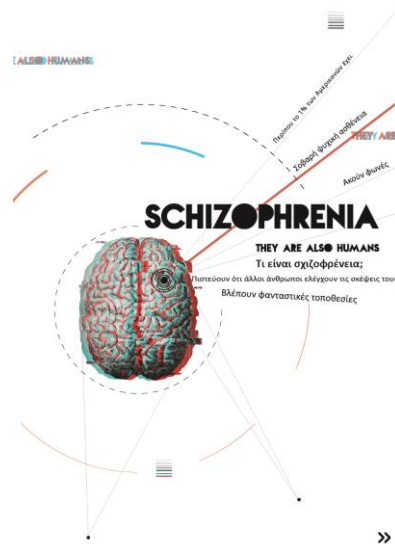
6. Περιγραφή της πρακτικής ανάπτυξης του έργου

Στο σημείο αυτό γίνεται αναφορά στο σχεδιαστικό κομμάτι της καμπάνιας . Αρχικά στις αφίσες, χρησιμοποίησα μια πιο απλή σχεδιαστική προσέγγιση όπου κύριο στοιχείο ήταν οι μπερδεμένες γραμμές . Ο στόχος μου ήταν να δήξω τον τρόπο που σκέπτονται οι σχιζοφρενείς, με γραμμές και εικόνα για αυτό υπάρχει και στις τρεις ένα ποιο κυκλικό στήσιμο. Ο κύκλος αυτός παριστάνει το μυαλό του σχιζοφρενούς ατόμου και όλα ξεκινούν από το μυαλό για αυτό και όλα τα κείμενα βγαίνουν μέσα από αυτό τον κύκλο, γιατί όλα ξεκινούν από το μυαλό αυτών των ασθενών.

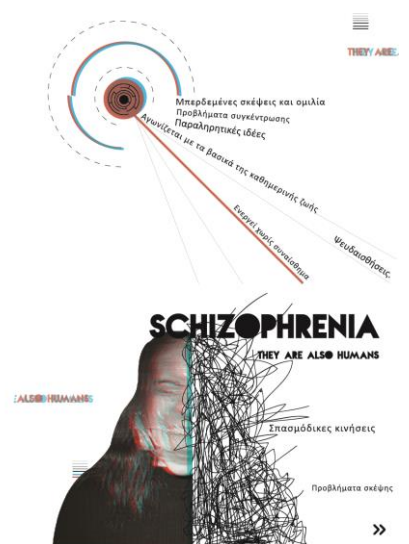
Επιπλέον, χρησιμοποίησα άσπρο φόντο για να δίνετε έμφαση στο κύριο μήνυμα και να μεταδίδετε ποιο εύκολα και ποιο κατανοητά. Ακόμα, δεν πρόσθεσα πολλά χρώματα παρά μόνο μαύρο μπλε και κόκκινο σκεπτόμενη το glitch effect και το μέρδεμα που δημιουργεί το συγκεκριμένο.



Εικόνα 6: Αφίσα ένα (1).



Εικόνα 7: Αφίσα δύο (2).



Εικόνα 8: Αφίσα τρία (3).

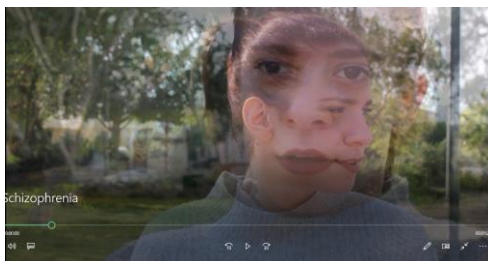
Ακόμα, οι γραμματοσειρές που χρησιμοποιήθηκαν ήταν δύο, η 'Calibri' και η 'Nova SOLID SOLID'. Η πρώτη χρησιμοποιήθηκε για τα κείμενα που πληροφορούσαν τον θεατή και η δεύτερη χρησιμοποιήθηκε στον τίτλο και στο σλόγκαν. Η χρήση της δεύτερης γραμματοσειράς έγινε λόγω του ότι είναι μια γραμματοσειρά όπου γεμίζει τα γράμματα που έχουν κενό μέσα τους με μαύρο χρώμα, κάτι που ταίριαζε αρκετά με το λογότυπο το οποίο έχει μαύρο κύκλο στην μέση του. Επιπλέον, το σλόγκαν υπάρχει γραμμένο και δεύτερη φορά

αλλά πολύ μικρότερο σε κάποια σημεία των αφισών, γραμμένο με τέτοιο τρόπο που θυμίζει glitch effect κάτι το οποίο ταιριάζει απόλυτα με την εικόνα και τις γραμμές των αφισών. Επίσης, η εικόνα του μυαλού που χρησιμοποιήθηκε στη δεύτερη αφίσα είχε ευρεθεί από το google και είναι copyright free και είχε επεξεργαστεί στο Photoshop για να αποκτήσει και αυτή το glitch effect. Ακόμα, η δεύτερη εικόνα που χρησιμοποιήθηκε στη τρίτη αφίσα ήταν δικιά μου φωτογραφία αλλά είχε και αυτή επεξεργασία στο Photoshop για glitch effect. Επιπρόσθετα, τα μεγέθη των γραμμών δεν είναι ισόπαχα, κάποια είναι 0.25pt και κάποια άλλα όπως οι διακεκομμένες και χρωματιστές γραμμές είναι 1pt .

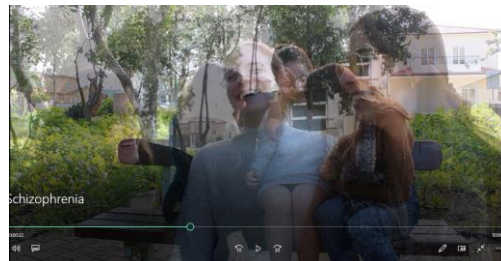
Ακόμα, το λογότυπο είναι και αυτό εμπνευσμένο από τον τρόπο που σκέπτονται οι σχιζοφρενείς για αυτό και θυμίζει λαβύρινθο. Είναι και αυτό σε μαύρο χρώμα για να ταιριάζει με το σλόγκαν και τον τίτλο καθώς και με τα υπόλοιπα κείμενα της αφίσας που έχουν το ίδιο χρώμα. Επίσης, είναι και αυτό σε κυκλικό σχήμα όπως και το γενικό στήσιμο των αφισών για τον ίδιο λόγο που προανέφερα.

Ωστόσο, το νόημα του σλόγκαν έχει στόχο να ευαισθητοποιήσει τον κόσμο όπως είναι και το θέμα της παρούσας εργασίας.

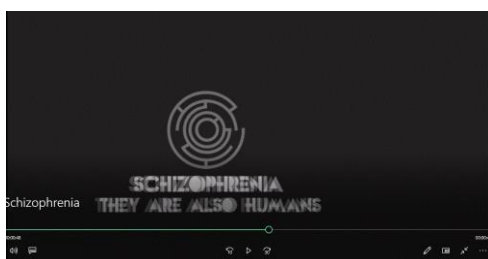
Εν κατακλείδι, στο βίντεο της εργασίας αυτής τοποθετήθηκε στο τέλος το σλόγκαν και το λογότυπο αλλά σε άσπρο χρώμα πάνω σε μαύρο φόντο καθώς και κείμενο που μιλούσε για τον ρόλο της φιλίας σε αυτά τα άτομα.



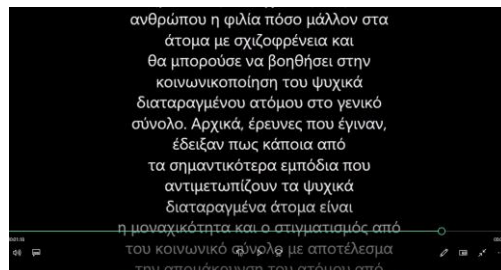
Εικόνα 9: Σκηνή από το βίντεο. Δείχνει το μπέρδεμα που υπάρχει στο μυαλό ενός σχιζοφρενή άτομου.



Εικόνα 10: Σκηνή από το βίντεο. Δείχνει το ρόλο της φιλίας σε αυτά τα άτομα.



Εικόνα 11: Σκηνή από το βίντεο. Η εμφάνιση του λογότυπου και του σλόγκαν στο τέλος του βίντεο.



Εικόνα 12: Σκηνή από το βίντεο. Η εμφάνιση του κειμένου που μιλά για το ρόλο της φιλίας σε αυτά τα άτομα, στο τέλος του βίντεο.

7. Επίλογος

Στη παρούσα Πτυχιακή εργασία θα δείτε αρχικά την Περίληψη στα ελληνικά αλλά και στα αγγλικά και στη συνέχεια τον Πίνακα Περιεχομένων όπου καταγράφονται τα όσα υπάρχουν στην συγκεκριμένη Πτυχιακή εργασία και σε ποια σελίδα υπάρχει το κάθε τι. Επιπλέον, υπάρχει Κατάλογος εικόνων και Πίνακας διαγραμμάτων όπου υπάρχουν γραμμένες όλες οι εικόνες και τα διαγράμματα που υπάρχουν στη παρούσα Πτυχιακή εργασία, μαζί με τις λεζάντες τους. Στη συνέχεια, υπάρχει η Εισαγωγή όπου περιγράφει το πρόβλημα και το σκοπό της εργασίας καθώς και τη δομή της. Επίσης, υπάρχει Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας και το επόμενο κεφάλαιο είναι η Μεθοδολογία που μιλά για την έρευνα δράσης και περιγράφει τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για συλλογή δεδομένων. Τα επόμενα δύο κεφάλαια αναφέρονται στο Πρώτο και Δεύτερο στάδιο έρευνας δράσης όπου μιλούν για τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα που πάρθηκαν από τις έρευνες. Τέλος, υπάρχει μια συνοπτική περιγραφή της πρακτικής ανάπτυξης του έργου και ακολουθεί ο Επίλογος και η Βιβλιογραφία.

Οι απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα είναι:

α) Ποιες είναι οι σχεδιαστικές προκλήσεις που αντιμετώπισε η έρευνα αυτή και πως επιλύθηκαν;

Στην παρούσα έρευνα δράσης υπήρξαν διάφορες σχεδιαστικές προκλήσεις καθώς έπρεπε να αποδοθεί το μήνυμα με απλό και κατανοητό τρόπο αλλά και χωρίς λάθος μηνύματα. Δηλαδή, έπρεπε να ευαισθητοποιηθεί το κοινό όχι να φοβηθεί, για αυτό έπρεπε να υπάρξει μεγάλο προσοχή στην χρήση εικόνων αλλά και κειμένου, έπρεπε να γίνει η επιλογή τους με μεγάλη προσοχή.

Οι προκλήσεις αυτές επιλύθηκαν με προσεκτική επιλογή εικόνων όπως για παράδειγμα η εικόνα του μυαλού που υπάρχει στη δεύτερη αφίσα επιλέχθηκε γιατί ήταν ένα σχέδιο δεν ήταν φωτογραφία αληθινού μυαλού αλλά μια ζωγραφιά με μολύβι που μετά υπέστη επεξεργασία.

β) Πώς αξιολογήθηκε η σχεδιαστική παρέμβαση και ποια τα αποτελέσματά της;

Η σχεδιαστική παρέμβαση αξιολογήθηκε με αρκετά θετικά σχόλια και κατανόηση από το κοινό. Η πρόκληση του να μην φοβηθεί αλλά να ευαισθητοποιηθεί ο κόσμος επετεύχθη και

το μόνο αρνητικό σχόλιο που υπήρχε ήταν στις λεπτομέρειες όπως το χρώμα κάποιων γραμμάτων και την ταχύτητα των κειμένων του βίντεο.

Η ουσία των αφισών και του βίντεο έγινε απόλυτα κατανοητή καθώς τα πλείστα άτομα αντιδρούσαν με πολύ θετικό τρόπο βλέποντάς τα.

Η αντιμετώπιση για τα μικρά αρνητικά σχόλια που ακούστηκαν ήταν η βελτιστοποίησή τους.

γ) Τι θα μπορούσε να γίνει μελλοντικά για να βελτιωθεί η σχεδιαστική παρέμβαση; Όσον αφορά την παρούσα καμπάνια, καλό θα ήταν να ολοκληρωθεί ή αλλιώς να συνεχιστεί με την προσθήκη μιας σχεδιαστικής Ιστοσελίδας όπου θα χρησιμεύει στην ενημέρωση του κόσμου για τα άτομα αυτά και στην ευαισθητοποίηση τους με διάφορα βίντεο του ίδιου τύπου. Επιπρόσθετα, θα ήταν βοηθητικό να σχεδιαστούν διαφημιστικά έντυπα με συνοπτικές πληροφορίες για περεταίρω ενημέρωση για το πρόβλημα. Εξίσου βοηθητικό θα ήταν να δημιουργηθούν ηχητικά μηνύματα στο ραδιόφωνο. Παράλληλα, καλό θα ήταν να δημιουργηθεί μια σχετική σελίδα στο Facebook και σε άλλα κοινωνικά δίκτυα που θα εμπεριέχει διάφορα βίντεο για ευαισθητοποίηση καθώς και διάφορες σχεδιαστικές προτάσεις. Επιπλέον, θα μπορούσαν να γίνουν διαγωνισμοί σε σχολεία και πανεπιστήμια με θέμα την ευαισθητοποίηση του κόσμου για άτομα με σχιζοφρένεια και τα άτομα θα καλούνται να σχεδιάσουν την δική τους πρόταση.

8. Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Περιογιάννης, Β., Ληξουριώτης, Χ., & Μαυρέας, Β. (2018). Ο ασθενής με ψύχωση στην πρωτοβάθμια φροντίδα υγείας. *Archives of Hellenic Medicine/Arheia Ellenikes Iatrikes*, 35(4).

Αγγλική Βιβλιογραφία

Corrigan, P. W., River, L. P., Lundin, R. K., Penn, D. L., Uphoff-Wasowski, K., Campion, J., & Kubiak, M. A. (2001). Three strategies for changing attributions about severe mental illness. *Schizophrenia bulletin*, 27(2), 187-195.

Davidson, L., Shahar, G., Stayner, D. A., Chinman, M. J., Rakfeldt, J., & Tebes, J. K. (2004). Supported socialization for people with psychiatric disabilities: Lessons from a randomized controlled trial. *Journal of Community Psychology*, 32(4), 453-477.

Davidson, L., & Stayner, D. (1997). Loss, loneliness, and the desire for love: Perspectives on the social lives of people with schizophrenia. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 20(3), 3.

Davidson, L., Shahar, G., Stayner, D. A., Chinman, M. J., Rakfeldt, J., & Tebes, J. K. (2004). Supported socialization for people with psychiatric disabilities: Lessons from a randomized controlled trial. *Journal of Community Psychology*, 32(4), 453-477.

Howard, R., Rabins, P. V., Seeman, M. V., Jeste, D. V., & Late-Onset, T. I. (2000). Late-onset schizophrenia and very-late-onset schizophrenia-like psychosis: an international consensus. *American Journal of Psychiatry*, 157(2), 172-178.

Kelly, C. M., Jorm, A. F., & Wright, A. (2007). Improving mental health literacy as a strategy to facilitate early intervention for mental disorders. *Medical Journal of Australia*, 187(7), S26.

Mamakou, V., Thanopoulou, A., Gonidakis, F., Tentolouris, N., & Kontaxakis, V. (2018). and type 2 diabetes mellitus. *ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΨΥΧΙΑΤΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ*, 29, 64-73.

Thompson, A. H., Stuart, H., Bland, R. C., Arboleda-Florez, J., Warner, R., & Dickson, R. A. (2002). Attitudes about schizophrenia from the pilot site of the WPA worldwide campaign against the stigma of schizophrenia. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*, 37(10), 475-482.

Thompson, A. H., Stuart, H., Bland, R. C., Arboleda-Florez, J., Warner, R., & Dickson, R. A. (2002). Attitudes about schizophrenia from the pilot

site of the WPA worldwide campaign against the stigma of schizophrenia. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*, 37(10), 475-482.

Wakefield, M. A., Loken, B., & Hornik, R. C. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The Lancet*, 376(9748), 1261-1271.

Wakefield, M. A., Loken, B., & Hornik, R. C. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The Lancet*, 376(9748), 1261-1271.

Wright, A., McGorry, P. D., Harris, M. G., Jorm, A. F., & Pennell, K. (2006). Development and evaluation of a youth mental health community awareness campaign–The Compass Strategy. *BMC public health*, 6(1), 215.

<https://www.behance.net/andria-mihe148>