

# Sociaal Stigma geassocieerd met COVID-19



## Een gids voor het voorkomen en aanpakken van sociaal stigma<sup>1</sup>

Doelgroep: Overheid, media en lokale organisaties die werken aan de nieuwe coronavirusziekte (COVID-19).

### WAT IS SOCIAAL STIGMA?

Sociaal stigma in de context van gezondheid is de negatieve associatie tussen een persoon of groep mensen die bepaalde kenmerken en een specifieke ziekte delen. Bij een uitbraak kan dit betekenen dat mensen van een etiket worden voorzien, gestereotypeerd, gediscrimineerd, afzonderlijk worden behandeld en/of statusverlies ervaren vanwege een waargenomen verband met een ziekte.

Een dergelijke behandeling kan een negatieve invloed hebben op mensen met de ziekte, evenals op hun verzorgers, familie, vrienden en gemeenschappen. Mensen die de ziekte niet hebben, maar andere kenmerken delen met deze groep, kunnen ook last hebben van stigma.

De huidige COVID-19-uitbraak heeft sociaal stigma en discriminerend gedrag veroorzaakt tegen mensen met bepaalde etnische achtergronden en eveneens tegen iedereen waarvan wordt aangenomen dat ze in contact zijn geweest met het virus.

### WAAROM VEROORZAAKT COVID-19 ZO VEEL STIGMA?

Het niveau van stigma dat geassocieerd wordt met COVID-19 is gebaseerd op drie hoofdfactoren:

1) het is een nieuwe ziekte waarover nog veel onbekend is; 2) we zijn vaak bang voor het onbekende; en 3) het is gemakkelijk om die angst te associëren met "anderen".

Het is begrijpelijk dat er verwarring, ongerustheid en angst heerst bij het publiek. Helaas wakkeren deze factoren ook schadelijke stereotypen aan.

### WAT IS DE IMPACT?

Stigma kan de sociale cohesie ondermijnen en mogelijk sociaal isolement van groepen veroorzaken, wat zou kunnen bijdragen aan een situatie waarin het virus zich meer en niet minder snel zal verspreiden. Dit kan meer ernstige gezondheidsproblemen opleveren en problemen bij het beheersen van een ziekte-uitbraak.

Stigma kan:

- mensen ertoe aanzetten de ziekte te verbergen om discriminatie te voorkomen;
- mensen ervan weerhouden om onmiddellijk naar gezondheidszorg op zoek te gaan;
- hen ontmoedigen om gezond gedrag te vertonen.

<sup>1</sup> In deze checklist zijn aanbevelingen van het Johns Hopkins Center for Communication Programs, READY Network opgenomen.  
Bijgewerkt op 24 februari 2020

## HOE SOCIAAL STIGMA AAN TE PAKKEN

Er is duidelijk aangetoond dat stigma en angst rond overdraagbare ziekten de reactie bemoeilijken. Wat wel werkt is vertrouwen opbouwen in betrouwbare gezondheidsdiensten en advies uitbrengen, waarbij inlevingsvermogen wordt getoond voor de getroffenenen, de ziekte zelf wordt begrepen en er effectieve, praktische maatregelen worden genomen, zodat mensen kunnen helpen bij het veiligstellen van zichzelf en hun dierbaren.

Hoe we communiceren over COVID-19 is van cruciaal belang om mensen te ondersteunen bij het ondernemen van effectieve actie om de ziekte te bestrijden en om te voorkomen dat angst en stigma worden aangewakkerd. Er moet een omgeving worden gecreëerd waarin de ziekte en de gevolgen ervan open, eerlijk en effectief kunnen worden besproken en aangepakt.

Hier zijn enkele tips voor het aanpakken en vermijden van samengesteld, sociaal stigma:

1. [Woorden zijn belangrijk](#): wat wel te doen en wat niet te doen wanneer je praat over het nieuwe coronavirus (COVID-19)
2. [Lever uw bijdrage](#): eenvoudige ideeën om het stigma weg te nemen
3. [Communicatietips en berichten](#).

## WOORDEN ZIJN BELANGRIJK:

Wanneer we het hebben over de coronavirusziekte, kunnen bepaalde woorden (bijv. verdachte casus, isolatie ...) en taal een negatieve betekenis hebben voor mensen en stigmatiserende attitudes aanwakkeren. Ze kunnen bestaande negatieve stereotypen of veronderstellingen in stand houden, valse associaties tussen de ziekte en andere factoren versterken, wijdverbreide angst creëren of mensen die de ziekte hebben hun menselijke waardigheid ontnemen.

Dit kan mensen ervan weerhouden om gescreend, getest en in quarantaine geplaatst te worden. We raden een "mensen eerst"-taalgebruik aan, dat mensen respecteert en kracht geeft in alle communicatiekanalen, inclusief de media.

Woorden die in de media worden gebruikt zijn vooral belangrijk, omdat deze de meest gebruikte taal en communicatie wat betreft het nieuwe coronavirus (COVID-19) vorm zullen geven. Negatieve berichtgeving kan van invloed zijn op de manier waarop mensen, die vermoeden dat ze het nieuwe coronavirus (COVID-19) hebben, patiënten en hun families en getroffen gemeenschappen worden beschouwd en behandeld.

Er zijn veel concrete voorbeelden van hoe het gebruik van niet-discriminerend taalgebruik en minder stigmatiserende terminologie kan helpen bij het beheersen van epidemieën en pandemieën van HIV, tuberculose en H1N1-griep.<sup>2</sup>

### WAT WEL TE DOEN en WAT NIET TE DOEN

Hieronder staan enkele **wat wel te doen en wat niet te doen** wat betreft taalgebruik, wanneer we het hebben over de nieuwe coronavirusziekte (COVID-19):

**WEL DOEN** - praat over de nieuwe coronavirusziekte (COVID-19)

**Niet doen** - locaties of etniciteit aan de ziekte verbinden, dit is geen "Wuhan-virus", "Chinees virus" of "Aziatisch virus".

De officiële naam voor de ziekte is bewust gekozen om stigmatisering te voorkomen - de "co" staat voor Corona, "vi" voor het virus en "d" voor *disease* [ziekte], 19 is omdat de ziekte in 2019 is ontstaan.

<sup>2</sup> [UNAIDS-richtlijnen voor terminologie](#): van 'AIDS-slachtoffer' tot 'mensen die met HIV leven'; van 'vechten tegen AIDS' tot 'reactie op AIDS'.

**WEL DOEN** - praat over "mensen die COVID-19 hebben", "mensen die worden behandeld voor COVID-19", "mensen die herstellen van COVID-19" of "mensen die stierven na het oplopen van COVID-19"

**Niet doen** - verwijzen naar mensen met de ziekte als "COVID-19-gevallen" of "slachtoffers"

**WEL DOEN** - praat over "mensen die mogelijk COVID-19 hebben" of "mensen die vermoedelijk COVID-19 hebben"

**Niet doen** - praten over "COVID-19-verdachten" of "verdachte gevallen".

**WEL DOEN** - praat over mensen die COVID-19 hebben "gekregen" of "opgelopen"

**Niet doen** - praten over mensen die "COVID-19 overdragen", "anderen infecteren" of "het virus verspreiden", omdat dit opzettelijke overdracht impliceert en de schuld geeft. Het gebruik van terminologie die criminaliserend is of de menselijkheid ontnemt wekt de indruk dat mensen met de ziekte op de één of andere manier iets verkeerd hebben gedaan of minder menselijk zijn dan de rest van ons, hetgeen het stigma aanwakkert, inlevingsvermogen ondermijnt en mogelijk een grotere terughoudendheid aanwakkert om behandeling te zoeken of screening, testen en quarantaine te ondergaan.

**WEL DOEN** - spreek nauwkeurig over het risico van COVID-19 op basis van wetenschappelijke gegevens en het laatste officiële gezondheidsadvies.

**Niet doen** - onbevestigde geruchten herhalen of delen en vermijd het gebruik van hyperbolische taal die is ontworpen om angst te genereren, zoals "pest", "apocalyps" enz.

**WEL DOEN** - praat positief en benadruk de effectiviteit van preventie- en behandelingsmaatregelen. Voor de meeste mensen is dit een ziekte die ze kunnen overwinnen. Er zijn eenvoudige stappen die we allemaal kunnen nemen om onszelf, onze dierbaren en de meest kwetsbaren veilig te houden.

**Niet doen** – benadrukken van of blijven stilstaan bij het negatieve, of berichten over bedreiging. We moeten samenwerken om de meest kwetsbaren veilig te stellen.

**WEL DOEN** - benadruk de effectiviteit van het nemen van beschermende maatregelen om te voorkomen dat het nieuwe coronavirus wordt verworven, evenals vroege screening, testen en behandeling.

## LEVER UW BIJDRAGE:

Regeringen, burgers, media, belangrijke beïnvloeders en gemeenschappen spelen een belangrijke rol bij het voorkomen en stoppen van stigma rond mensen uit China en Azië in het algemeen.

We moeten allemaal doelbewust en bedachtzaam zijn wanneer we communiceren op sociale media en andere communicatieplatforms, en ondersteunend gedrag vertonen rond de nieuwe coronavirusziekte (COVID-19).

Hier zijn enkele voorbeelden en tips over mogelijke acties om stigmatiserende attitudes tegen te gaan:

- **De feiten verspreiden:** Stigma kan worden versterkt door onvoldoende kennis over hoe de nieuwe coronavirusziekte (COVID-19) wordt overgedragen en behandeld en hoe infectie kan worden voorkomen. Reageer door prioriteit te geven aan het verzamelen, consolideren en verspreiden van nauwkeurige informatie, die specifiek is voor het land en de gemeenschap, over getroffen gebieden, individuele en groepsgevoeligheid voor COVID19, behandelingsopties en waar toegang tot gezondheidszorg en informatie kan worden verkregen. Gebruik eenvoudige taal en vermijd klinische termen. **Sociale media** zijn nuttig om tegen relatief lage kosten een groot aantal mensen te bereiken

met gezondheidsinformatie.<sup>3</sup>

- **Betrekken van sociale beïnvloeders**<sup>4</sup>, zoals religieuze leiders, om verdieping op te roepen over mensen die worden gestigmatiseerd en hoe ze kunnen worden ondersteund, of gerespecteerde beroemdheden om berichten te versterken die het stigma verminderen. De informatie moet doelgericht zijn en de beroemdheden die worden gevraagd om deze informatie te communiceren, moeten persoonlijk betrokken zijn en geografisch en cultureel geschikt zijn voor het publiek dat ze willen beïnvloeden. Een burgemeester (of een andere belangrijke beïnvloeder) die live gaat op sociale media en handen schudt met de leider van de Chinese gemeenschap zou een voorbeeld zijn.
- **Versterk de stemmen**, verhalen en beelden van lokale mensen die het nieuwe coronavirus (COVID-19) hebben ervaren en zijn hersteld of die een geliefde hebben ondersteund bij het herstel, om te benadrukken dat de meeste mensen herstellen van COVID-19. Ook **het opzetten van een "helden"-campagne** ter ere van verzorgers en gezondheidswerkers die mogelijk worden gestigmatiseerd. Vrijwilligers uit de gemeenschap spelen ook een grote rol bij het verminderen van stigma binnen gemeenschappen.
- **Zorg ervoor dat je verschillende etnische groepen weergeeft**. Alle materialen moeten laten zien dat verschillende gemeenschappen worden beïnvloed en samenwerken om de verspreiding van COVID-19 te voorkomen. Zorg ervoor dat lettertype, symbolen en opmaak neutraal zijn en geen specifieke groep suggereren.
- **Ethische journalistiek**: Journalistieke verslaggeving die te veel gericht is op individueel gedrag en de verantwoordelijkheid van patiënten voor het hebben en "verspreiden van COVID-19" kan het stigma van mensen die de ziekte hebben vergroten. Sommige mediakanalen zijn bijvoorbeeld gericht op het speculeren over de bron van COVID-19, in proberen in elk land een "eerste patiënt" te identificeren. Het benadrukken van pogingen om een vaccin en behandeling te vinden kan de angst vergroten en de indruk wekken dat we nu niet meer in staat zijn om infecties te stoppen. Promoot in plaats daarvan inhoud over basispraktijken voor infectiepreventie, symptomen van COVID-19 en wanneer men gezondheidszorg moet zoeken.
- **Verbinden**: Er is een aantal initiatieven om stigma en stereotypering aan te pakken. Het is essentieel om aan te sluiten bij deze activiteiten om een beweging en een positieve omgeving te creëren die zorg en inlevingsvermogen voor iedereen toont.

## COMMUNICATIETIPS en BOODSCHAPPEN

Een "infodemie" van verkeerde informatie en geruchten verspreiden zich sneller dan de huidige uitbraak van het nieuwe coronavirus (COVID-19). Dit draagt bij aan negatieve effecten, waaronder

<sup>3</sup> Nigeria heeft met succes de ebola-uitbraak in 2014, die drie andere landen in West-Afrika trof, onder controle gehouden, mede door gerichte sociale-mediacampagnes in te zetten om nauwkeurige informatie te verspreiden en hoax-berichten die op Twitter en Facebook circuleren te corrigeren. De interventie was bijzonder effectief, omdat internationale niet-gouvernementele organisaties (ngo's), beïnvloeders van sociale media, beroemdheden en bloggers hun brede platforms gebruikten om informatie en meningen over de gedeelde gezondheidscommunicatie door te sturen en te delen. Fayoyin, A. 2016. *Engaging social media for health communication in Africa: Approaches, results and lessons*. [Betrokkenheid van sociale media voor gezondheidscommunicatie in Afrika: Benaderingen, resultaten en lessen.] *Journal of Mass Communication and Journalism*, 6 (315).

<sup>4</sup> De term 'Angelina Jolie-effect' werd bedacht door onderzoekers op het gebied van volksgezondheidscommunicatie om rekening te houden met meer internetzoekopdrachten over genetica van borstkanker en testen gedurende meerdere jaren nadat actrice Angelina Jolie in 2013 een veelvuldig gerapporteerde preventieve dubbele borstamputatie onderging. Het "effect" suggereert dat bekendmakingen van beroemdheden uit vertrouwde bronnen effectief kunnen zijn om het publiek te beïnvloeden om naar kennis over gezondheid op zoek te gaan, en hun houding over en acceptatie van gezondheidsdiensten voor Covid-19.

stigmatisering en discriminatie van mensen uit gebieden die door de uitbraak zijn getroffen. We hebben collectieve solidariteit en duidelijke, bruikbare informatie nodig om gemeenschappen en mensen te ondersteunen die door deze nieuwe uitbraak zijn getroffen.

**Misvattingen, geruchten en verkeerde informatie dragen bij tot een stigma en discriminatie die de pogingen om te reageren belemmeren.**

- **Corrigeer misvattingen** en erken tegelijkertijd dat de gevoelens en het daaropvolgende gedrag van mensen zeer reëel zijn, zelfs als de onderliggende veronderstelling onjuist is.
- Promoot het belang van preventie, levensreddende acties, vroege screening en behandeling.

**Er zijn collectieve solidariteit en wereldwijde samenwerking nodig om verdere overdracht te voorkomen en de zorgen van gemeenschappen te verlichten.**

- **Deel sympathieke verhalen** of verhalen die de ervaringen en worstelingen van individuen of groepen die getroffen zijn door het nieuwe coronavirus (COVID-19) menselijk maken.
- **Maak de steun** en aanmoediging voor degenen bekend die in de frontlinie staan bij het reageren op deze uitbraak (gezondheidswerkers, vrijwilligers, gemeenschapsleiders enz.).

**Feiten, niet angst, zullen de verspreiding van het nieuwe coronavirus stoppen (COVID-19)**

- Deel feiten en nauwkeurige informatie over de ziekte.
- Daag [mythen](#) en stereotypen uit.
- Kies uw woorden zorgvuldig. De manier waarop we communiceren kan van invloed zijn op de houding van anderen (zie hierboven *wel doen en niet doen*).