

**3<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο «Άτομα με αναπηρία & ΜΜΕ»**  
**Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας - Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης**  
**23 – 24 Ιουνίου 2008**

**Ομιλία του κ. Ροδόλφου Μορώνη,**  
**Προέδρου – Διευθυντή**  
**Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων**

Το Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων παρουσιάζει εφέτος την τρίτη έρευνα σχετικά με τα «Άτομα με Αναπηρία και τα ΜΜΕ». Οι δύο προηγούμενες έρευνες ήταν αφιερωμένες στην εικόνα που διανέμουν τα ΜΜΕ για τα ΑμεΑ. Το δείγμα των προηγούμενων ερευνών επελέγετο από το σύνολο του πληθυσμού, αφού το ζητούμενο ήταν η εικόνα που δημιουργείται στο κοινό από τον τρόπο με τον οποίο τα ΜΜΕ χειρίζονται τα θέματα που αφορούν στα ΑμεΑ.

Αυτή τη χρονιά σκεφτήκαμε ότι θα είχε ενδιαφέρον να ερευνήσουμε πώς τα ίδια τα ΑμεΑ βλέπουν την εικόνα τους που διανέμουν τα ΜΜΕ, πώς αξιολογούν την εικόνα αυτή, αν βρίσκουν διαφορές ανάμεσα στα ΜΜΕ, ποιος θεωρούν ότι είναι ο ρόλος των ΜΜΕ στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, πώς θα ήθελαν οι ίδιοι να προβάλλονται από τα ΜΜΕ και, τέλος, ποιος είναι ο ρόλος της διαφήμισης.

Δ2

**Η εικόνα των ατόμων με αναπηρία στα ΜΜΕ**

**Ταυτότητα της έρευνας**

**Χρόνος διεξαγωγής:** Απρίλιος – Μάιος 2008

**Μεθοδολογία:** είκοσι μία προσωπικές ανώνυμες συνεντεύξεις (in depth interviews)

**Δείγμα:** εκπρόσωποι και μέλη φορέων ατόμων με αναπηρία

Ομάδες δείγματος	Φορέας εκπροσώπησης	Εκπρόσωπος	Μέλη	Σύνολο συνεντεύξεων
Κινητική	Εθνική Ομοσπονδία Κινητικά Αναπήρων (ΕΟΚΑ)	1	6	7
Αισθητηριακή	Ελληνική Ομοσπονδία Τυφλών (ΕΟΤΥ) & Πανελλήνιος Σύνδεσμος Τυφλών (ΠΣΤ) // Ομοσπονδία Κωφών Ελλάδας (ΟΜΚΕ) & Ελληνική Ομοσπονδία Αθλητισμού Κωφών (ΕΟΑΚ)	4	2	6
Ψυχική	Πανελλήνια Ομοσπονδία Συλλόγων Οικογενειών για την Ψυχική Υγεία (ΠΟΣΟΨΥ), Δίκτυο για τα Δικαιώματα και τις Παραβιάσεις στο χώρο της Ψυχικής Υγείας: «Αντι-στίγμα», Δίκτυο επικοινωνίας για αδελφία ατόμων που έχουν κάποια ψυχική νόσο: "athensiblings"	1	3	4
Νοητική	Πανελλήνια Ομοσπονδία Σωματιών Γονέων και Κηδεμόνων Ατόμων με Αναπηρίες (ΠΟΣΓΚμεΑ) & Οικοτροφείο «Αγ. Ανάργυροι»	2	2	4
<b>Σύνολο συνεντεύξεων</b>		<b>8</b>	<b>13</b>	<b>21</b>

Για να βρούμε απαντήσεις στα ερωτήματα αυτά καταφύγαμε σε μια σειρά 21 σε βάθος συνεντεύξεων με εκπροσώπους και μέλη φορέων ΑμεΑ.

Βλέπετε στη διαφάνεια που προβάλλεται λεπτομέρειες σχετικά με το δείγμα μας. Σημειώνω, απλώς, ότι για την ομάδα ατόμων με νοητική υστέρηση ή προβλήματα ψυχικής υγείας μίλησαν γονείς και ένας χρήστης υπηρεσιών ψυχικής υγείας.

## Πρώτες παρατηρήσεις

### MME

Ως MME εννοούν βασικά την τηλεόραση και κυρίως τα ιδιωτικά κανάλια. Δεν αναφέρονται διαφορές μεταξύ τους και αξιολογούνται κάτω από το γενικό τίτλο: «η ιδιωτική τηλεόραση», ή «τα ιδιωτικά κανάλια»\*

**Προκύπτει λοιπόν το σχήμα:**

Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης = Τηλεόραση = ιδιωτική τηλεόραση

\* Για το μόνο ιδιωτικό σταθμό στον οποίο αναφέρθηκαν θετικά (ελάχιστα, αλλά αναφέρθηκαν) ήταν ο «ΣΚΑΙ».

Η δημόσια τηλεόραση δεν τα απασχολεί γιατί θεωρούν ότι τα αντιμετωπίζει καλύτερα στο πλαίσιο, όμως, των υποχρεώσεών της που απορρέουν από το δημόσιο χαρακτήρα της.

## Παρουσίαση αποτελεσμάτων

Το επίπεδο πρόσβασης σε προϊόντα των ΜΜΕ  
από άτομα με αισθητηριακή αναπηρία

Πριν μπούμε στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων χρειάζεται, ίσως, να τονίσω ότι υπάρχουν διαφορές στην προσέγγιση των ΜΜΕ ανάμεσα σε άτομα με διαφορετικές αναπηρίες. Έτσι, όπου χρειάζεται, κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων, θα γίνεται διαχωρισμός.

Δ5

Ανάμεσα στις δυο ομάδες, το θέμα της προσβασιμότητας φαίνεται να απασχολεί περισσότερο άτομα με προβλήματα ακοής. Αναφέρονται στην έλλειψη προσβασιμότητάς τους όχι μόνον ως πραγματικό πρόβλημα, αλλά και ως αποκλεισμό τους από την κουλτούρα των ακουόντων και φέρνουν ως παράδειγμα τις ελληνικές ταινίες. Συγκεκριμένα

### **Συμπέρασμα**

#### **Η πρόσβαση των ατόμων με αισθητηριακή αναπηρία στα προϊόντα των ΜΜΕ**

Το επίπεδο πρόσβασης είναι σε τόσο αρχικό στάδιο, που δεν μπορεί καν να αποτελέσει θέμα ποιοτικής αξιολόγησης (π.χ. ποιότητα διερμηνείας)

Το θέμα της πρόσβασης αντιμετωπίζεται ως:

**Πρακτικό – πληροφόρησης:** όπως στην περίπτωση ενός έκτακτου γεγονότος και ανάγκης πληροφόρησης όλου του πληθυσμού, (σεισμός, λήψη μέτρων σε κάποια περίπτωση)

**Κοινωνικό – πολιτικό:** δυσκολία συμμετοχής στα κοινά, διαμόρφωση άποψης για την κοινωνικοπολιτική δραστηριότητα και την τρέχουσα επικαιρότητα στην Ελλάδα

**Πολιτισμικό:** αποκλεισμό από ένα μεγάλο μέρος της ελληνικής κουλτούρας το οποίο αποτελεί και στοιχείο κοινωνικοποίησης και μέρος της καθημερινής επικοινωνίας (κοινές αναφορές).

## Συμπέρασμα

### Η πρόσβαση των ατόμων με αισθητηριακή αναπηρία στα προϊόντα των ΜΜΕ

Η πρόσβαση στα ΜΜΕ:

- δεν είναι όμως μόνο θέμα ενημέρωσης και ισότιμης μεταχείρισης των πολιτών
- αποτελεί ένα μέσο κοινωνικοποίησης και ένα πλέγμα κοινών αναφορών για τους πολίτες της κάθε χώρας

Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο ειδικές εκπομπές ή επιλεκτική – περιορισμένη πρόσβαση:

- ακόμη και αν επέλυαν το πρακτικό και ουσιαστικό θέμα της πληροφόρησης
- θα απέκοπταν τα άτομα με κώφωση από ένα μεγάλο μέρος της «καθημερινής κουλτούρας», της επικοινωνίας και της ζωντανής γλώσσας, στοιχεία απαραίτητα για την ένταξη κάθε ατόμου σε μια κουλτούρα

Άρα, πρόκειται για ένα θέμα με δυο διαστάσεις: πληροφόρηση – κοινωνικοποίηση, το οποίο μόνο με την εξασφάλιση ισότιμης και συνολικής πρόσβασης σε όλα τα κανάλια μπορεί να αντιμετωπισθεί.

## Αποτελέσματα

**Πόσο** εμφανίζονται τα άτομα με αναπηρία  
από τα ΜΜΕ;

public issue

0818 / Διάγραμμα 18



Υπενθυμίζω εδώ πως όταν μιλάμε για ΜΜΕ αναφερόμαστε στην Τηλεόραση.

## **Πόσο εμφανίζονται τα άτομα με αναπηρία από τα ΜΜΕ γενικά**

### **Καθόλου, ως που αποκρύπτουν το θέμα**

Στο συμπέρασμα αυτό καταλήγουν συγκρίνοντας δύο στοιχεία:

- 1) την πραγματικότητα: η αναπηρία αφορά στο 10% του πληθυσμού, περίπου 1 (ένα) εκατομμύριο ανθρώπους
- 2) την παρουσία της αναπηρίας (ως θέμα) και των ατόμων με αναπηρία στα ΜΜΕ, η οποία συμβαίνει:
  - επετειακά: Πάσχα, Χριστούγεννα & 3 Δεκεμβρίου
  - όταν θέλουν να «φτιάξουν το προφίλ τους»
  - όταν θέλουν «να δώσουν ελεημοσύνη»

«Γενικά θα παρουσιάσουν το θέμα μόνο όταν αναγκαστούν»

## **Πόσο εμφανίζονται τα άτομα με αναπηρία από τα ΜΜΕ** **διαφορές**

### **Ανάμεσα στα ΜΜΕ**

Συγκρίνοντας την τηλεόραση με την έντυπη ενημέρωση πιστεύουν ότι οι εφημερίδες ασχολούνται περισσότερο, ότι προσπαθούν, έχουν κάνει και κάποια ρεπορτάζ

### **Ανάμεσα στις ομάδες**

Όλοι συμφωνούν πως τα ΜΜΕ δεν ασχολούνται με θέματα που αφορούν την αναπηρία και γενικότερα θέματα πληροφόρησης - ενημέρωσης, προβολής δραστηριοτήτων, διεκδικήσεων κ.λπ.

Από την ομάδα που εκπροσωπεί τα άτομα με νοητική υστέρηση χαρακτηρίζουν τους εαυτούς τους και τα παιδιά με νοητική υστέρηση ως τους «αόρατους» των ΜΜΕ.

Πού αποδίδουν το φαινόμενο αυτό; Πιστεύουν ότι υπάρχει σκοπιμότητα, αφού τα κανάλια πιστεύουν ότι τα θέματα αναπηρίας «δεν πουλάνε», αλλά θεωρούν ταυτοχρόνως ότι η απόκρυψη από τα Μέσα βολεύει και την κοινή γνώμη. Η κοινωνία μας δεν το αντέχει, το αποφεύγει...δεν αποδέχεται το διαφορετικό.

**Θα βοηθούσε να εμφανίζονται περισσότερο  
τα άτομα με αναπηρία από τα **MME**;**

Οι περισσότεροι πιστεύουν πως:

- Θα βοηθούσε ώστε ο κόσμος να εξοικειωθεί με την εικόνα των ατόμων με αναπηρία και να αρχίσει να το βλέπει ως κάτι φυσικό, ως κάτι που υπάρχει και είναι μέσα στη ζωή
- Δεν χρειάζεται να εμφανίζονται τα ίδια τα άτομα με αναπηρία θα ήταν όμως πολύ σημαντικό να ασχολούνται περισσότερο και να πληροφορούν σωστά για θέματα αναπηρίας

Αλλά υπάρχει και επιφυλακτικότητα «όχι έτσι όπως εμφανίζονται σήμερα»

- Έτσι όπως εμφανίζονται σήμερα είναι πολύ άσχημη εικόνα και δεν θα ήθελαν να εμφανίζονται περισσότερο γιατί κάνουν κακό.



## Συμπέρασμα

### Εικόνα των ατόμων με αναπηρία στα ΜΜΕ

Η αρνητική εικόνα διαμορφώνεται από:  
μία παρουσίαση **ακραία** σχεδόν εξωπραγματική, αγνοεί την πραγματικότητα είναι  
αποσπασματική – χωρίς συνέχεια, άρα ψευδής

Η προβολή ακραίων περιπτώσεων

- 1<sup>ον</sup>) δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα που βιώνουν η πλειονότητα των ατόμων με αναπηρία
- 2<sup>ον</sup>) η κυριαρχία αυτού του χαρακτηριστικού δημιουργεί μια εξωπραγματική και ψεύτικη εικόνα για την αναπηρία, όπως:

Αναπηρία = ανικανότητα **vs** αναπηρία = υπερφυσικές ικανότητες

και στις δύο περιπτώσεις:

Υποτιμούν, προκαλούν οίκτο και αποκόπτουν από το κοινωνικό σύνολο

Δ14

Ιδιαίτερα προβληματισμένα είναι τα άτομα, που μίλησαν εκ μέρους αναπήρων με νοητική υστέρηση ή προβλήματα ψυχικής υγείας.

## Συμπέρασμα

### Πως εμφανίζονται τα άτομα με αναπηρία από τα ΜΜΕ χαρακτηριστικά

#### «το στίγμα»

Τα ΜΜΕ προβάλλουν ως αυτονόητη τη σύνδεση «ψυχοσθένειας και επικινδυνότητας»

- Προβάλλουν τον ψυχικά ασθενή όχι ως ασθενή, αλλά «χειρότερα και από κοινό εγκληματία»
- Ενοχοποιούν την ψυχική νόσο (αυθαίρετα και αδιάκριτα) ακόμη και την αντιμετώπισή της, δηλαδή την επίσκεψη σε ψυχίατρο: στην παρουσίαση εγκλημάτων και παραβατικότητας αναζητούν σύνδεση του δράστη με ψυχιατρικές δομές
- Σε αυτή την κατασκευή της εικόνας του «επικίνδυνου ψυχοσθενή» τα ΜΜΕ έχουν σύμμαχο τον κινηματογράφο (αναφέρεται χαρακτηριστικά ο τίτλος: «σχιζοφρενής δολοφόνος με το πριόνι»)

Τα ΜΜΕ κρίνουν σκληρά περιπτώσεις οικογενειών με άτομα με νοητική υστέρηση (αναφέρονται σε ακραίες περιπτώσεις που έρχονται στην επικαιρότητα)

- τα άτομα με νοητική υστέρηση τα εμφανίζουν: ως «αβοήθητα και «τραγικά πρόσωπα»
- στέκονται επικριτικά απέναντι σε περιπτώσεις οικογενειών ατόμων με νοητική υστέρηση (εύκολη κριτική, σε ακραίες περιπτώσεις)
- η παρουσίαση είναι πολλές φορές επιθετική (εξευτελισμός, διακωμώδηση).

## **ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

### **Εικόνα των ατόμων με αναπηρία στα ΜΜΕ**

Η προσέγγιση των ΜΜΕ στο θέμα της αναπηρίας είναι συναισθηματική:

**Βασίζεται σε στερεότυπα, σε έλλειψη γνώσης**

Αναπηρία = ανικανότητα vs αναπηρία = υπερφυσικές ικανότητες

**Επιδιώκει να προκαλέσει οίκτο**

Ακόμη και η προβαλλόμενη ως «θετική» πλευρά του «ήρωα» οδηγεί επίσης στον οίκτο και την περιθωριοποίηση

**Τα άτομα με αναπηρία είναι το μέσο για τη δημιουργία του τηλεοπτικού «προϊόντος» που πουλάει και εξυπηρετεί**

Η παρουσίαση είναι μακριά από την πραγματικότητα των ατόμων με αναπηρία και τους αποκόπτουν από το κοινωνικό σύνολο.

Δ16

Χρειάζεται, ίσως, εδώ να αναφέρουμε την ευαισθησία των ΑμεΑ ακόμη και απέναντι στην φρασεολογία, που χρησιμοποιείται από δημοσιογράφους και ΜΜΕ όταν αναφέρονται στα θέματά τους. Σπεύδω να διευκρινίσω ότι συμεριζομαι απόλυτα την πραγματικότητα που κρύβεται πίσω από λέξεις και φράσεις και τη σημειολογία των λέξεων.

## **Πως εμφανίζονται τα άτομα με αναπηρία από τα ΜΜΕ ο λόγος**

Οι «θετικές εκφράσεις» που χαρακτηρίζονται ως υποτιμητικές

- ήρωες της ζωής
- νικητές της ζωής
- δύναμη ζωής
- δύναμη ψυχής
- πρωταθλητές της ζωής

Εκφράσεις που θεωρούνται χαρακτηριστικές και ενδεικτικές της στάσης των δημοσιογράφων:

- Καθηλωμένος στο καροτσάκι
- Κατέληξε στο αναπηρικό καροτσάκι
- Πως ερωτεύονται οι τυφλοί;
- Γιατί να πάει εκδρομή ένας τυφλός (δεν ήταν από δημοσιογράφο, αλλά έχει ενδιαφέρον)

Λάθος εκφράσεις που μαρτυρούν άγνοια και ενισχύουν ξεπερασμένες αντιλήψεις

- Κωφάλαλος, εννοώντας κωφά και βαρήκοα άτομα
- Αόμματος, εννοώντας τυφλός

Σtereοτυπίες που... εκνευρίζουν:

- Φως στα σκοτάδια
- Με τα μάτια της ψυχής

Στιγματισμό και σύνδεση ψυχασθένειας με επικινδυνότητα:

- Ο ψυχασθενής, ψυχάκιας, ψύχωση, ψυχοπαθής και κυρίως «ψυχοπαθής δολοφόνος», «ψυχοπαθής δολοφόνος με το πριόνι».

Εδώ υπάρχουν και οι ευθύνες του κινηματογράφου και ιδιαίτερα αυτών που δίνουν ελληνικούς τίτλους σε ξένες ταινίες.

# Εικόνα

## των ατόμων με αναπηρία στα ΜΜΕ αιτίες

public issue

0818 / Διάγραμμα 33



Κάναμε ήδη μια αναφορά στους λόγους για τους οποίους τα ΜΜΕ αντιμετωπίζουν με τον τρόπο που αντιμετωπίζουν το θέμα της αναπηρίας ή τα ΑμεΑ. Αξίζει τον κόπο να σταθούμε λίγο περισσότερο στο κεφάλαιο αυτό και να δούμε

## **Συμπέρασμα** **Οι επιπτώσεις αυτής της εικόνας**

Η συναισθηματική προσέγγιση δεν μπορεί να οδηγήσει σε αλλαγή εικόνας ή αντιλήψεων διότι αυτές οι διαδικασίες απαιτούν νοητική – γνωσιακή επεξεργασία, η οποία εδώ απουσιάζει.

Ότι η εικόνα των ΑμεΑ από τα ΜΜΕ είναι εξόχως συναισθηματική και δεν οδηγεί σε αλλαγή εικόνας ή αντιλήψεων. Η αλλαγή μπορεί να προέλθει μόνον μετά από νοητική-γνωσιακή επεξεργασία, που στην περίπτωση προσέγγισης του θέματος μέσα από τα ΜΜΕ παντελώς απουσιάζει.

## εικόνα στα ΜΜΕ

### και κοινή γνώμη

public issue

0818 / Διάγραμμα 37



Υπάρχει διαφορά ανάμεσα στην εικόνα που προβάλλουν τα Μέσα και την εικόνα που έχει η κοινή γνώμη για τα θέματα της αναπηρίας;  
Όλοι παραδέχονται ότι η εικόνα των Μέσων δεν είναι μακριά από τη γενικότερη εικόνα της κοινής γνώμης, της κοινωνίας δηλαδή.  
Για τα άτομα με κινητική αναπηρία, η εικόνα που έχει η κοινωνία γι' αυτά είναι καλύτερη από την εικόνα τους που μεταδίδουν τα Μέσα. Αντίθετα, για τα άτομα που εκπροσωπούν άτομα με νοητική υστέρηση, η κοινή γνώμη είναι περισσότερο σκληρή και ρατσιστική από τα ΜΜΕ.

## Συμπέρασμα τα ΜΜΕ προβάλλουν μια εικόνα

**αλλά**

Ανάμεσα στα ΜΜΕ και στην κοινή γνώμη εμφανίζεται μια κυκλική σχέση

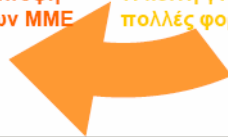
Τα ΜΜΕ λαμβάνουν υπόψη τους την κοινή γνώμη γιατί είναι εμπορικές επιχειρήσεις

Τα ΜΜΕ  
Ενδιαφέρονται για ένα προϊόν  
εύκολο & εύπεπτο το οποίο  
να απευθύνεται στο συναίσθημα



Η κοινή γνώμη έχει άποψη  
και είναι «πελάτης» των ΜΜΕ

Η κοινή γνώμη διαμορφώνει μια εικόνα  
πολλές φορές μόνο από την τηλεόραση



## Συμπέρασμα

### οι επιπτώσεις αυτής της επιρροής στους ίδιους

Όλοι συμφωνούν ότι ο ρόλος των ΜΜΕ είναι πολύ σημαντικός, υπάρχουν όμως και επιμέρους στοιχεία όπως: τα πράγματα αλλάζουν, αλλά αλλάζουν και από την επαφή (σχολεία, συνεργασίες, κλπ)

Ειδικότερα:

➤ **Για τα άτομα με κινητική αναπηρία**

Η εικόνα των ΜΜΕ ανατρέπεται από την προσωπική επαφή, η προβαλλόμενη από τα Μέσα εικόνα τους δηλαδή, δεν επηρεάζει τον προσωπικό τους κύκλο (τον επαγγελματικό, φιλικό κλπ)

➤ **Για τα άτομα με ψυχική νόσο / νοητική υστέρηση**

Η προβαλλόμενη από τα ΜΜΕ εικόνα για τα άτομα με ψυχική νόσο έχει πολύ ισχυρή επίδραση, πέρα από τη μακρινή έννοια της «ευρύτερης κοινής γνώμης» έχει επιπτώσεις στο κοντινό περιβάλλον των ίδιων.

## Συμπέρασμα

### οι επιπτώσεις αυτής της επιρροής στους ίδιους

**στην περίπτωση των ατόμων με κινητική αναπηρία** η προσωπική επαφή «θωρακίζει» το κοντινό τους περιβάλλον, ή «διορθώνει» - αλλάζει τις αντιλήψεις. Με λίγα λόγια η προσωπική επαφή αντιμετωπίζει αποτελεσματικά την αρνητική επιρροή των ΜΜΕ

**αντίθετα, στην περίπτωση των ανθρώπων με ψυχική νόσο** η επιρροή είναι τόσο ισχυρή που «διαπερνά» το περιβάλλον τους, αναγκάζοντάς τους να κλείνονται στο εσωτερικό της οικογένειας. Εδώ, η επαφή ή δεν υπάρχει ή δεν μπορεί να διαμορφώσει μια άλλη εικόνα

**Από τις συνεντεύξεις των ατόμων που εκπροσωπούν άτομα με νοητική υστέρηση** προέκυψε και μια άλλη διάσταση:

- Τα ΜΜΕ έχουν βοηθήσει να καλυτερεύσει η εικόνα των ατόμων με νοητική υστέρηση, και να μην φοβάται ο κόσμος τα ΑμεΑ
- Τα ΜΜΕ παρέχουν την πληροφόρηση, διαχέουν τη γνώση
- Η κοινωνία δεν είναι τόσο ευαισθητοποιημένη και περιμένουμε από τα Μέσα να το πράξουν.

**πως θα μπορούσε να αλλάξει  
η σημερινή εικόνα;**

## Συμπέρασμα να αλλάξει:

### Ο τρόπος που «βλέπουμε» και αντιμετωπίζουμε την αναπηρία

Η συνολικότερη προσέγγιση (εικόνα) των ατόμων με αναπηρία και της ίδιας της αναπηρίας, θα πρέπει να γίνει:

πιο ρεαλιστική, πιο κοντά στην πραγματικότητα,  
χωρίς ακρότητες,  
χωρίς εξωραϊσμούς και διακρίσεις  
«Ειλικρινά: τίποτα περισσότερο τίποτα λιγότερο»

**να αντιμετωπίζονται με σεβασμό, να γνωρίσουν το αντικείμενο**

«Να μη χρησιμοποιούν (συνειδητά ή ασυνείδητα) τους αναπήρους ως μηχανές οίκτου»

Να απομυθοποιήσουν (τα ΜΜΕ) την αναπηρία: ως μια κατάσταση ζωής

## Συμπέρασμα να αλλάξει

Η αντιμετώπισή τους, τα άτομα με αναπηρία να αντιμετωπίζονται:

- Με αξιοπρέπεια
- Όπως κάθε άνθρωπος ΠΟΥ έχει πολλά χαρακτηριστικά, να μην συρρικνώνουν ένα άτομο με αναπηρία στην αναπηρία του
- Με «ένα βλέμμα φυσιολογικό»
- Να μην απομακρύνουν ένα άτομο με αναπηρία από το κοινωνικό σύνολο, γιατί ακόμη και με τις «θετικές» υπερβολές, αυτό κάνουν

**«σαν έναν άνθρωπο όπως όλοι οι άλλοι»**

**«το ατύχημα, είναι ατύχημα, εγώ είμαι οι προσωπικές επιλογές μου»**

## Συμπέρασμα

### Ουσιαστικά θα πρέπει:

1. Να γίνει αποδεκτή η πραγματικότητα της ύπαρξής τους από τα ΜΜΕ «ορατότητα»
2. Να ενταχθούν τα άτομα με αναπηρία ως μια φυσική πραγματικότητα στη γενικότερη θεματολογία, επικαιρότητα κλπ,  

«Δεν χρειάζονται χτυπητά μηνύματα ο κόσμος βλέπει και καταλαβαίνει.  
Να δείχνει ότι η κοινωνία αποτελείται από όλους»
3. Να μην χρησιμοποιούν τα άτομα με αναπηρία και την πρόκληση οίκτου για κατανάλωση ή ως απόδειξη «κοινωνικής ευαισθησίας»
4. Να γνωρίσουν το θέμα αναπηρία

Να σταματήσει η συναισθηματικά και αρνητικά φορτισμένη παρουσίαση και να περάσουμε σε μια γνωσιακή διαδικασία επεξεργασίας της πραγματικότητας.

**όπως όλοι οι άνθρωποι!**

«Να απομυθοποιήσουν την αναπηρία: ως μια κατάσταση ζωής»