

**Άνθρωπος
με αναπηρία
και ΜΜΕ**

Η αντίληψη που επικρατεί και σε κάθε ευκαιρία εξωτερικεύεται από τον οργανωμένο αναπηρικό χώρο (ενώσεις, σωματεία, σύλλογοι, ομοσπονδίες), είναι ότι υπάρχει αναντιστοιχία ανάμεσα σε αυτό που οι άνθρωποι με αναπηρία διεκδικούν κοινωνικά να είναι, και σε αυτό που τα ΜΜΕ παρουσιάζουν ότι είναι ή διεκδικούν να είναι.

Η παραπάνω αντίληψη είναι ορθολογική δίχως αυτό να σημαίνει ότι εκφράζει με ακρίβεια τη μέση δυναμική του 1.000.000 Ελλήνων περίπου με αναπηρία. Διότι:

1ον Η οργανωμένη έκφραση των Ελλήνων με αναπηρία λειτουργεί με τα χαρακτηριστικά ιδεολογικής πρωτοπορείας που προσπαθεί να ωθήσει θετικά τις εξελίξεις προς το μέλλον, δίχως κατ' ανάγκη αυτό να σημαίνει ότι αντανακλά επίπεδα ωριμότητας πλήρως κεκτημένα από την βάση.

2ον Η αναπηρία δεν είναι ενιαία κατάσταση, ούτε τα άτομα με αναπηρία αποτελούν ενιαία κοινωνική ομάδα. Είναι διαφορετικές οι ιδιαιτερότητες της κάθε αναπηρίας, όπως και το κοινωνικό προφίλ του κάθε ανθρώπου με αναπηρία.

3ον Πολλοί άνθρωποι με αναπηρία, τόσο στη χώρα μας όσο και στις άλλες χώρες του κόσμου, ζουν σε καθεστώς κοινωνικής απομόνωσης (εγκλεισμός σε σπίτι, ιδρύματα). Η κοινωνική εικόνα των ανθρώπων αυτών είναι σε συντριπτικό βαθμό η εικόνα που τα ΜΜΕ παράγουν.

Η συμμετοχή των ΜΜΕ στη διαμόρφωση της κοινωνικής εικόνας του χώρου των ΑμεΑ, είναι πρωτογενής και όχι δευτερογενής. Γι' αυτό και μόνο το λόγο, η απαίτηση του οργανωμένου αναπηρικού χώρου να παρεμβαίνει σε επίπεδο πρωτογενές (στα κριτήρια παραγωγής της κοινωνικής εικόνας των ΑμεΑ) καθίσταται δικαιωματική.

Το ζητούμενο είναι μια σχέση ισότιμης συνεργασίας, συνύπαρξης, αλληλεπίδρασης ΑμεΑ-ΜΜΕ, η οποία θα προβάλλει το σύγχρονο κοινωνικό μοντέλο, που θέλει τον άνθρωπο με αναπηρία υποκείμενο δικαιωμάτων και όχι αντικείμενο φιλανθρωπίας. Μιλάμε, με άλλα λόγια, για μια σχέση βαθιά παιδευτική. Σχέση που ως τέτοια, δεν εξαντλείται σε θέματα αναπηρίας, αλλά μπορεί να αποτελέσει πιλότο για μια νέα, διευρυμένη κοινωνική αντίληψη, ένα στοίχημα πολιτισμού για όλη την κοινωνία μας.

Έρευνα: εικόνα της αναπηρίας στα ΜΜΕ

«Ο τρόπος παρουσίασης των θεμάτων αναπηρίας από τα ΜΜΕ είναι αναντίστοιχος της δράσης και των διεκδικήσεων του αναπηρικού χώρου». Ας δούμε αυτήν την παγιωμένη αντίληψη των Ελλήνων αναπήρων, μέσα από τα ευρήματα μεγάλης έρευνας που πραγματοποίησε, πριν δύομισι χρόνια, το περιοδικό «Ισοτιμία» του Πανελλαδικού Συνδέσμου Παραπληγικών και Κινητικά Αναπήρων (ΠΑΣΥ-ΠΚΑ). Στην έρευνα συμμετείχε ένα αρκετά μεγάλο δείγμα χιλίων και πλέον ενεργών μελών του Συνδέσμου, που απάντησαν σε ανοιχτά και κλειστά ερωτήματα.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ:

- 1 Πώς θα ήθελα τα άτομα με αναπηρία να παρουσιάζονται στα ΜΜΕ;
 - α) Ως θύματα κοινωνικής αναλγησίας και ρατσισμού;
 - β) Ως άτομα μειωμένων δυνατοτήτων-παραγωγι-

κόπτης;

γ) Ως άτομα του κοινού πληθυσμού, με δυνατότητες και δική τους προσωπικότητα;

δ) Ως ήρωες που υπερβαίνουν τα κοινωνικά και αρχιτεκτονικά εμπόδια;

ε) Άλλο

2 Αυτοί που παίρνουν αποφάσεις, οι παραγωγοί και η βιομηχανία ΜΜΕ, αισθάνεστε ότι θέλουν να αποκλείσουν την προβολή των ατόμων με αναπηρία;

3 Αρκεί η εθελοντική προσέγγιση των ΜΜΕ για τη διάδοση αναπηρικών θεμάτων π.χ. προσβασιμότητας, ή χρειάζεται να υπάρξει υποχρέωση;

4 Πώς τα ΜΜΕ μπορούν να συμβάλλουν στον περιορισμό των αρνητικών και με διακρίσεις συμπεριφορών προς τα ΑμεΑ;

α) Αυξάνοντας την ορατότητα της αναπηρίας στα ΜΜΕ;

β) Διαμέσου της προβολής της αναπηρίας στα ΜΜΕ;

(παρουσία των ατόμων με αναπηρία, όχι μόνο σε συζητήσεις σχετικές με θέματα αναπηρίας, αλλά και πολιτικά, κοινωνικά, πολιτιστικά θέματα).

γ) Παρέχοντας χρόνο στα ΑμεΑ να παρουσιάσουν τις απόψεις τους και να συμμετέχουν στη δημόσια ζωή της χώρας;

δ) Άλλο

5 Ποιοι μηχανισμοί πρέπει να τεθούν σε λειτουργία προκειμένου να διασφαλιστεί μια επαρκής εικόνα των ΑμεΑ στα ΜΜΕ και να αποφευχθεί η παραγωγή – αναπαραγωγή διακρίσεων;

- α) Συνήγορος ΑμεΑ για τα ΜΜΕ;
- β) Κώδικας δημοσιογραφικής δεοντολογίας;
- γ) Καθιέρωση ενημερωτικής εκπομπής για θέματα των ατόμων με αναπηρία;
- δ) Έλεγχος από την κυβέρνηση;

6 Πρέπει να ρυθμιστεί μια μόνιμη συνεργασία των ΜΜΕ και των οργανώσεων των ΑμεΑ; Εάν ναι, με ποιόν τρόπο;

7 Όταν καλύπτονται θέματα αναπηρίας, πρέπει τα ΜΜΕ να ζητούν απαραίτητως την άποψη των οργανώσεων των ΑμεΑ;

8 Πρέπει να υπάρξει ένα νομοθετικό πλαίσιο προστασίας ή υπεράσπισης των δικαιωμάτων των ατόμων με αναπηρία;

9 Προτείνετε κάποιους άλλους τρόπους παρουσίασης της αναπηρίας από τα ΜΜΕ; Εάν ναι, ποιους;

Από την ίδια την διατύπωση των ερωτημάτων είναι εμφανής η έντονη επιφυλακτικότητα απέναντι στον τρόπο παρουσίασης των θεμάτων αναπηρίας από τα ΜΜΕ. Διαφαίνονται επίσης οι προϋπάρχουσες αντιλήψεις στο χώρο των ανθρώπων με αναπηρία, για παρεμβάσεις, που μπορούν να γίνουν, ώστε να βελτιωθεί η κατάσταση.

Αν μελετήσουμε λίγο τις ερωτήσεις που τέθηκαν, μπορούμε να βγάλουμε κάποια συμπεράσματα. Στην ερώτηση 2 υπολανθάνει η άποψη ότι τα ΜΜΕ πιθανόν να λειτουργούν με κάποια σκοπιμότητα, όταν προβάλλουν θέματα σχετικά με την α-

ναπηρία. Το ίδιο περίπου υποδηλώνεται και στην ερώτηση 5, καθώς αναζητούνται τρόποι απάλειψης των διακρίσεων από τα ΜΜΕ.

Είναι προφανές ότι το ερωτηματολόγιο της έρευνας του περιοδικού «Ισοτιμία» δεν θα μπορούσε να έχει ως δείγμα το γενικό πληθυσμό, αλλά τους ανθρώπους με αναπηρία, των οποίων οι απόψεις και οι αγωνίες καταγράφονται. Είναι κάτι παραπάνω από ενδιαφέρον, όλοι οι άνθρωποι των ΜΜΕ να τις γνωρίζουν, όπως είναι αποτυπωμένες μέσα από τα ευρήματα της έρευνας.

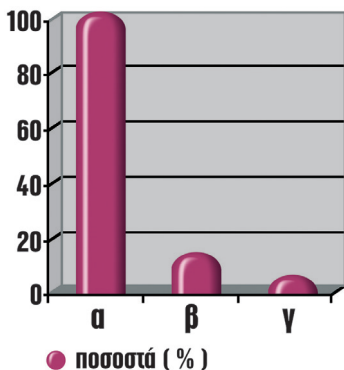
Τα ευρήματα της έρευνας

Σχετικά με τα ευρήματα της έρευνας, έχουμε να παρατηρήσουμε τα ακόλουθα: σε ό,τι αφορά την επιθυμητή εικόνα των ΑμεΑ από τα ΜΜΕ (ερωτ.1). Το 100% του δείγματος επιλέγει την απάντηση «ως άτομα του κοινού πληθυσμού, με δυνατότητες και δική τους προσωπικότητα».

Αντίθετα, δεν υπάρχει ούτε ένας που να αποδέχεται το παρωχημένο μοντέλο αναπηρία=αδικανότητα και να επιλέγει «ως άτομα μειωμένων δυνατοτήτων- παραγωγικότητας». Σε πολύ μικρά ποσοστά επιλέγονται οι απαντήσεις «ως ήρωες που υπερβαίνουν τα κοινωνικά και αρχιτεκτονικά εμπόδια» (12%) και «ως θύματα κοινωνικής αναλγησίας και ρατσισμού» (4%), που αποδέχονται τα μοντέλα του υπερβολικού θαυμασμού και του οίκτου αντίστοιχα.

Παρά το γεγονός ότι τόσο τα κοινωνικά – αρχιτεκτονικά εμπόδια όσο και η κοινωνική αναλγησία και ο ρατσισμός, είναι φαινόμενα υπαρκτά.

Επιθυμητός τρόπος παρουσίασης ΑμεΑ από τα ΜΜΕ



α. άτομα του κοινού πληθυσμού με δυνατότητες και δική τους προσωπικότητα.

β. ήρωες που υπερβαίνουν τα κοινωνικά και αρχιτεκτονικά εμπόδια.

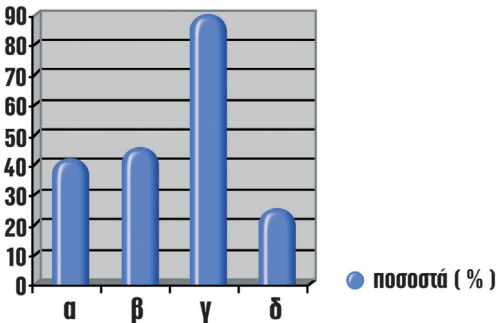
γ. θύματα κοινωνικής αναληψίας και ρατσισμού.

Σε ό,τι αφορά τους τρόπους αποφυγής διακρίσεων σε βάρος των ΑμεΑ (ερwt. 5): εννιά στους δέκα συμμετέχοντες στην έρευνα (ποσοστό 88%) θεωρούν ότι υπάρχει έλλειψη εξειδικευμένης ενημέρωσης για θέματα αναπηρίας. Σε αντίθεση με την υφιστάμενη κατάσταση στα ΜΜΕ, όπου για τα θέματα αναπηρίας δεν προβλέπονται ειδικές ενότητες (πέραν κάποιων εξαιρέσεων), εννιά στις δέκα απαντήσεις εισηγούνται «καθιέρωση ενημερωτικής εβδομαδιαίας εκπομπής για θέματα των ατόμων με αναπηρία». Παρατήρηση: ας μην μείνουμε στο «εβδομαδιαίο» διότι όπως τέθηκε στην ερώτηση αποτελεί μονόδρομο. Ας το αντικαταστήσουμε με το «περιοδική-σταθερή». Επίσης, όπου «εκπομπή» ας

προσθέσουμε και «στήλη» ή «σελίδα», ώστε να συμπεριλαμβάνεται το σύνολο των ΜΜΕ, ηλεκτρονικών και εντύπων.

Η χρήση του κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας ως εργαλείου για την αποφυγή διακρίσεων εις βάρος των ΑμεΑ, δεν πείθει για την λειτουργικότητά της παρά μόνο το 44%. Περίπου στα ίδια επίπεδα (40%) προκρίνεται η λύση ύπαρξης Συνηγόρου ΑμεΑ για τα θέματα που προκύπτουν από τη σχέση τους με τα ΜΜΕ. Τέλος, υπάρχει ένας σκληρός πυρήνας 24%, ένας στους τέσσερις, που ανεξάρτητα των λοιπών εναλλακτικών προτάσεων κρίνει ως αναγκαίο τον απευθείας έλεγχο των προβλεπόμενων θεμάτων με αναπηρία από την κυβερνητική εξουσία, δηλαδή την άνωθεν εξουσιαστική παρέμβαση και έλεγχο. Υπό μορφή πίνακα όλα τα παραπάνω:

Μηχανισμοί διασφάλισης εικόνας ΑμεΑ στα ΜΜΕ



- α. Συνήγορος ΑμεΑ για τα ΜΜΕ
 β. Κώδικας δημοσιογραφικής δεοντολογίας
 γ. Ενημερωτική εβδομαδιαία εκπομπή
 δ. Έλεγχος από την κυβέρνηση

Εξίσου σημαντικά είναι και τα υπόλοιπα ευρήματα της έρευνας:

☺ Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό (64%) έχει την άποψη ότι τα ΜΜΕ συνειδητά δεν προβάλλουν άτομα με αναπηρία. Σε αυτή τη βάση εκτιμούν ως χρήσιμη την πρόσληψη ΑμεΑ στα ΜΜΕ, ώστε να αρθεί έμπρακτα ο παραπάνω αποκλεισμός.

☺ Αρκετά σημαντικό είναι το ποσοστό των ερωτηθέντων (28%) που εκτιμά ότι η όποια προβολή θεμάτων αναπηρίας από τα ΜΜΕ προϋποθέτει την άσκηση πίεσης από κάποιον αναπηρικό φορέα. Αυτό το 28% θεωρεί ότι καμία προβολή δεν γίνεται αυτοβούλως.

☺ Σε συνάφεια με τα παραπάνω, ποσοστό 80% ζητά τρόπους ρύθμισης μιας μόνιμης συνεργασίας των ΜΜΕ και των αναπηρικών οργανώσεων.

☺ Ενώ, τέλος, το σύνολο των ερωτηθέντων (ποσοστό 100%) θεωρεί ότι τα ΜΜΕ πρέπει απαραιτήτως να ζητούν την άποψη των οργανώσεων των ΑμεΑ, όταν παρουσιάζουν θέματα αναπηρίας, ώστε να αποφεύγεται η παραπληροφόρηση.

Τα συμπεράσματα και το «κλειδί»

Πλήρως κωδικοποιημένα τα συμπεράσματα της έρευνας, δηλαδή το πώς οι άνθρωποι με αναπηρία προσδιορίζουν τη σχέση τους με τα ΜΜΕ, έχουν ως εξής:

1 Ο ρόλος των ΜΜΕ σε ό,τι αφορά την προβολή θεμάτων αναπηρίας είναι κυρίαρχος.

2 Για να ανταποκριθούν τα ΜΜΕ στην εικόνα του ανθρώπου με αναπηρία, όπως ο ίδιος την αυ-

τοπροσδιορίζει, χρειάζεται να αλλάξουν «εκ των έσω». Συγκεκριμένα να αποκτήσουν γνώση επί των θεμάτων αναπηρίας και με αυτήν να τροφοδοτήσουν το κοινό στο οποίο απευθύνονται.

3 Η ανασφάλεια των ανθρώπων με αναπηρία για το πώς τα ΜΜΕ θα τους παρουσιάσουν, είναι κυρίαρχη. Γι' αυτό κανένας θεσμός ελέγχου από τους υπάρχοντες δεν θεωρείται επαρκής (π.χ. δημοσιογραφική δεοντολογία). Θεωρούν ότι πρέπει να υπάρξει εμπλοκή των ίδιων των αναπηρικών οργανώσεων στη λειτουργία των ΜΜΕ.

Μία απαραίτητη επιπρόσθετη παρατήρηση:

Λέξη-κλειδί ή στόχος- κλειδί σε ό,τι αφορά την προβολή θεμάτων αναπηρίας είναι η «προσβασιμότητα». Αναπτύσσεται σε δύο επίπεδα: α) στο τεχνικό επίπεδο, δηλαδή στη δυνατότητα πρόσβασης στο προϊόν των ΜΜΕ (ηλεκτρονικό και έντυπο) όλων των πολιτών, (το θέμα θα παρουσιαστεί εκτενέστερα σε επόμενη ενότητα) και β) στο επίπεδο του περιεχομένου, δηλαδή στην παραγωγή προϊόντος ΜΜΕ που να προβάλλει την αληθινή εικόνα του ανθρώπου με αναπηρία και όχι την στερεοτυπική. Για να επιτευχθεί αυτό, ο άνθρωπος με αναπηρία θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ισότιμος μέτοχος της κοινωνικής ζωής, όπως άλλωστε αυτόνοπα είναι.

Η έρευνα που παρουσιάσαμε είναι εστιασμένη αποκλειστικά στην προσβασιμότητα περιεχομένου. Δεν θα μπορούσε, άλλωστε, να γίνει διαφορετικά, δεδομένου ότι η «τεχνική προσβασιμότητα» πραγματώνεται με σοβαρά βήματα μόλις τα τελευταία δύο χρόνια, ενώ η έρευνα έγινε πριν από δύομισι. Υπό την έννοια όμως αυτή, πρέπει να συνεκτιμη-

σουμε ότι κάποιες αφοριστικές απαντήσεις των συμμετεχόντων (όπως π.χ. αυτές που μιλούν για συνειδητό αποκλεισμό των ΑμεΑ από τα ΜΜΕ) οφείλονται στο γεγονός ότι πολλοί άνθρωποι με αναπηρία στερούνταν την πρόσβαση στα ΜΜΕ για τεχνικούς λόγους, κάτι το οποίο στις μέρες μας σταδιακά αλλάζει με τη δημιουργία και λειτουργία του ψηφιακού καναλιού Πρίσμα +.

Πέραν αυτού, οφείλουμε να εκτιμήσουμε και κάτι άλλο, ακόμα κρισιμότερο: στην προσπάθεια δημιουργίας προσβασιμότητας στα ΜΜΕ για τα ΑμεΑ οφείλουν οι δυο πλευρές να συνεργαστούν. Η διαχείριση του θέματος απαιτεί άθροισμα δυνάμεων και όχι σύγκρουση. Μια προσπάθεια δημιουργίας πλαισίου συνεργασίας έγινε με τρόπο σχετικά οργανωμένο τον Ιούνιο του 2003 και αξίζει στο σημείο αυτό να παραθέσουμε το «δια ταύτα», την τελική της διακήρυξη.