



**ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΓΡΑΦΗ**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΜΜΕ και Αναπηρία: Ο ρόλος των ΜΜΕ στη διαμόρφωση  
θετικής ταυτότητας των ΑμεΑ**

**Γεώργιος Μαντζανάς**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Παναγιώτα Αντωνοπούλου**

**Βόλος, Ιούνιος 2025**

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή/της φοιτήτριας («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο/η συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του/της συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του/της συγγραφέα/δημιουργού. Ο/Η συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



## ΜΜΕ και Αναπηρία: Ο ρόλος των ΜΜΕ στη διαμόρφωση θετικής ταυτότητας των ΑμεΑ

Γεώργιος Μαντζανάς

Επιτροπή Επίβλεψης Πτυχιακής / Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Συν-Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Παναγιώτα Αντωνοπούλου

Ελπίδα Βόγλη

## **Ευχαριστίες**

Στην Ευαγγελία, στον Θάνο και στον Στέλιο-Δαβίδ...

Είμαι ιδιαίτερα ευγνώμων στην κυρία Αντωνοπούλου για την πολύτιμη καθοδήγηση, την επιστημονική υποστήριξη και την ενθάρρυνση καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής της εργασίας.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία εξετάζει τον ρόλο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) στη διαμόρφωση της ταυτότητας των ατόμων με αναπηρία, αναλύοντας πώς οι αναπαραστάσεις της αναπηρίας επηρεάζουν τόσο την κοινωνική αντίληψη όσο και την αυτοαντίληψη των ίδιων των υποκειμένων. Εστιάζει ιδιαίτερα στη διαφήμιση ως μηχανισμό πολιτισμικής αναπαράστασης και ιδεολογικής επιρροής, αξιοποιώντας τόσο το θεωρητικό πλαίσιο του κοινωνικού μοντέλου της αναπηρίας όσο και τις θεωρίες εκπροσώπησης και ταυτότητας.

Η εργασία βασίζεται σε δευτερογενή βιβλιογραφική επισκόπηση αλλά και σε πρωτογενή ποιοτική ανάλυση περιεχομένου επιλεγμένων διαφημίσεων, διερευνώντας τα αφηγηματικά, οπτικά και θεματικά μοτίβα με τα οποία απεικονίζονται τα άτομα με αναπηρία. Η ανάλυση αποκαλύπτει την επιμονή ορισμένων στερεοτυπικών προσεγγίσεων (όπως το πρότυπο του «ήρωα» ή του «θύματος»), ενώ ταυτόχρονα καταγράφει σημάδια μετατόπισης προς πιο ρεαλιστικές και συμπεριληπτικές αναπαραστάσεις.

Παράλληλα, εντοπίζεται ένα σημαντικό ερευνητικό κενό ως προς τη μελέτη της επίδρασης αυτών των αναπαραστάσεων στην αυτοεικόνα των ατόμων με αναπηρία, γεγονός που υποδεικνύει την ανάγκη για μελλοντικές συμμετοχικές και διαθεματικές έρευνες. Η εργασία αναγνωρίζει τον ρόλο των ίδιων των ατόμων με αναπηρία ως φορέων πολιτισμικού μετασχηματισμού και προτείνει την ενίσχυση της ορατότητας και της αυτοπαράστασής τους στο σύγχρονο επικοινωνιακό τοπίο.

Συνολικά, η προώθηση πολυφωνικών, αυθεντικών και θετικών αφηγήσεων της αναπηρίας μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός κοινωνικής ενσωμάτωσης, καταπολέμησης των διακρίσεων και ενίσχυσης της πολιτισμικής ισότητας.

**Λέξεις-κλειδιά:** αναπηρία, ταυτότητα, αναπαράσταση, μέσα μαζικής ενημέρωσης, διαφήμιση, στερεότυπα, αυτοεικόνα, κοινωνική ενσωμάτωση, κοινωνικό μοντέλο, συμμετοχική εκπροσώπηση.

## ABSTRACT

This thesis explores the role of mass media in shaping the identity of people with disabilities, analyzing how representations of disability influence both public perceptions and individuals' self-image. Special emphasis is placed on advertising as a mechanism of cultural representation and ideological influence. Drawing on the social model of disability and contemporary theories of representation and identity, the study combines secondary bibliographic research with a primary qualitative content analysis of selected advertisements.

The analysis reveals the persistent presence of stereotypical portrayals—such as the "hero" or the "victim" trope—while also identifying a gradual shift toward more realistic and inclusive narratives. Advertising emerges as both a site of exclusion and a potential platform for normalization and empowerment.

Moreover, the study identifies a significant research gap concerning the impact of media portrayals on the self-perception of individuals with disabilities, underscoring the need for participatory and intersectional approaches in future research. The thesis also emphasizes the active role of people with disabilities in transforming contemporary media landscapes, advocating for increased visibility, self-representation, and cultural agency.

Overall, the promotion of authentic, diverse, and affirmative representations of disability can act as a catalyst for social inclusion, equality, and cultural justice.

**Keywords:** disability, identity, representation, mass media, advertising, stereotypes, self-image, social inclusion, social model, self-representation

## Πίνακας Περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	v
ABSTRACT .....	vi
Πίνακας Περιεχομένων .....	vii
Α΄ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	1
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
1.1 Αναπηρία - Ορισμοί.....	1
1.2 Μοντέλα Αναπηρίας .....	1
2. Η ΔΟΜΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ - ΕΝΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΜΑ .....	4
3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	6
3.1 Ερευνητική Προσέγγιση.....	6
3.2 Δευτερογενής Έρευνα.....	7
3.3 Πρωτογενής Έρευνα.....	8
3.4 Περιορισμοί της Έρευνας.....	8
4. ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΕΠΟΙΘΗΣΕΩΝ - ΑΝΤΙΛΗΨΗ - ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ .....	9
4.1 Διαμόρφωση των Πεποιθήσεων του Κοινού από τα Μέσα Ενημέρωσης.....	9
4.2 Η αντίληψη της αναπηρίας και η προβολή της από τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης.....	11
4.3 Η σημασία της Αναπαράστασης της Αναπηρίας από τα Μέσα Ενημέρωσης .....	13
4.4 Διαμόρφωση των Πεποιθήσεων του Κοινού για την Αναπηρία από τα Μέσα Ενημέρωσης .....	16
5. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ .....	19
5.1 Διαμόρφωση των Πεποιθήσεων των Ατόμων με Αναπηρία από τα Μέσα Ενημέρωσης	19
6. ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ .....	22
6.1 Απεικόνιση των Ατόμων με Αναπηρία στις Διαφημίσεις στο Παρελθόν και Σήμερα: Ανάλυση, Μετασχηματισμοί και Παραδείγματα .....	25

6.2 Αναπαράσταση της Αναπηρίας στη Σύγχρονη Διαφήμιση – Πρωτογενής Ανάλυση.....	28
6.3 Ανάλυση - Συμπεράσματα .....	35
7. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ, ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ.....	36
8. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ .....	38
9. ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΘΕΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ - ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ.....	41
9.1 Ο Ρόλος των Ατόμων με Αναπηρία στο Μετασχηματισμό των Παραδοσιακών και Σύγχρονων Μέσων Ενημέρωσης .....	41
9.2 Ο Ρόλος των Μέσων Ενημέρωσης στη Διαμόρφωση Θετικής Ταυτότητας των Ατόμων με Αναπηρία.....	44
10. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	47
Β' ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΜΕΡΟΣ .....	49
ΟΜΑΔΑ! ΜΑΖΙ;.....	49
Βιβλιογραφικές Αναφορές.....	66



## Α΄ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

### 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

#### 1.1 Αναπηρία - Ορισμοί

Ο ορισμός της έννοιας της αναπηρίας αποτελεί μια σύνθετη και διαρκώς εξελισσόμενη διαδικασία, η οποία διαμορφώνεται τόσο από θεωρητικές αρχές όσο και από την ιστορική εξέλιξη της αντίληψης της αναπηρίας (Καράγιαννη, 2023, σ.27). Διαχρονικά, καταγράφεται μια διαμάχη μεταξύ της κοινωνικής και της βιολογικής/ιατρικής προσέγγισης του θέματος. Η έννοια της αναπηρίας άλλοτε ταυτίζεται με τη βλάβη και άλλοτε διαφοροποιείται πλήρως από αυτήν.

Σύμφωνα με τον Μιχαηλίδη (2009, σ.5-6), ο όρος αναπηρία περιλαμβάνει τη νοητική αναπηρία, σοβαρά αισθητηριακά προβλήματα (όρασης ή ακοής), σοβαρά νευρολογικά ή ορθοπεδικά ελλείμματα, ειδικές μαθησιακές δυσκολίες (δυσλεξία, δυσγραφία, δυσαριθμησία), διάχυτες αναπτυξιακές διαταραχές (διαταραχές αυτιστικού φάσματος) και προβλήματα λόγου και ομιλίας.

Σύμφωνα με το προοίμιο της Σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία (United Nations, 2006, σ.2-5), η αναπηρία είναι μια εξελισσόμενη έννοια που προκύπτει από την αλληλεπίδραση μεταξύ των ατόμων με αναπηρία και των περιβαλλοντικών ή κοινωνικών εμποδίων που περιορίζουν την πλήρη και ισότιμη συμμετοχή τους στην κοινωνία. Τα άτομα με αναπηρίες περιλαμβάνουν εκείνα που αντιμετωπίζουν μακροχρόνια σωματικά, διανοητικά, πνευματικά ή αισθητηριακά εμπόδια, τα οποία, σε συνδυασμό με κοινωνικά εμπόδια, επηρεάζουν την καθημερινή τους διαβίωση.

#### 1.2 Μοντέλα Αναπηρίας

Η θεωρητική προσέγγιση της αναπηρίας διαμορφώνεται μέσα από διάφορα μοντέλα, τα οποία αποσκοπούν στην κατανόηση, την ταξινόμηση και την αντιμετώπιση των αναγκών των ατόμων με αναπηρία. Τα μοντέλα αυτά διαμορφώνουν πολιτικές, υποστηρίζουν τη διαμόρφωση ταυτότητας από τα ίδια τα άτομα με αναπηρία και συμβάλλουν στην καταπολέμηση των διακρίσεων.

Οι βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις της αναπηρίας εντάσσονται σε δύο κύριες γενικές κατηγορίες: το ιατρικό/ατομικό μοντέλο και το κοινωνικό μοντέλο.

### **1.2.1 Ιατρικό/ατομικό μοντέλο**

Το ιατρικό μοντέλο αναπτύχθηκε μετά το 1800, αντικαθιστώντας το ηθικό ή/και θρησκευτικό μοντέλο, ως αποτέλεσμα της προόδου της ιατρικής επιστήμης. Σύμφωνα με τον Olkin (1999, σ.26), το ιατρικό μοντέλο θεωρεί την αναπηρία ως ιατρικό πρόβλημα, δηλαδή ως ένα ελάττωμα ή αποτυχία του σώματος, το οποίο απαιτεί θεραπεία ή αποκατάσταση.

Το ιατρικό μοντέλο έχει συχνά χαρακτηριστεί ως το μοντέλο της «προσωπικής τραγωδίας» (Thomas & Woods, 2013, σ.15), καθώς αντιμετωπίζει την αναπηρία ως αντικειμενικά αρνητική κατάσταση. Θεωρείται ότι τα άτομα με αναπηρία αποκλίνουν από το φυσιολογικό και ότι η λύση συνίσταται στη θεραπεία ή την προσαρμογή του ατόμου (Carlson, 2010, σ.5). Η προσέγγιση αυτή έχει συχνά οδηγήσει στη θεώρηση των ατόμων με αναπηρία ως παθητικών αποδεκτών ιατρικής βοήθειας, παραγνωρίζοντας τις κοινωνικές συνθήκες που επηρεάζουν τη ζωή τους (Thomas & Woods, 2003, σ.15).

### **1.2.2 Κοινωνικό Μοντέλο**

Το κοινωνικό μοντέλο αναπτύχθηκε ως αντίδραση στο ιατρικό μοντέλο, κυρίως μέσα από τον ακτιβισμό του βρετανικού κινήματος για την αναπηρία. Σύμφωνα με το κοινωνικό μοντέλο, η αναπηρία δεν αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό του ατόμου, αλλά μια κατάσταση που διαμορφώνεται από κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες (Barnes, Mercer & Shakespeare, 2010, σ.163).

Η Ένωση Σωματικά Αναπήρων κατά του Διαχωρισμού (Union of Physically Impaired Against Segregation - UPIAS) ανέπτυξε το 1976 τις «Θεμελιώδεις Αρχές της Αναπηρίας», υποστηρίζοντας ότι η αναπηρία οφείλεται σε κοινωνικές δομές που περιορίζουν τη συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία στην κοινωνία. Ο Oliver (1981, σ.28), ο οποίος επινόησε τον όρο «κοινωνικό μοντέλο της αναπηρίας», υπογράμμισε τη σημασία των κοινωνικών φραγμών που επιβάλλονται στα άτομα με αναπηρία, περιορίζοντας την πρόσβασή τους σε διάφορες δραστηριότητες.

Αν και το κοινωνικό μοντέλο συνέβαλε στη διαμόρφωση πολιτικών υπέρ των ατόμων με αναπηρία και θεωρείται απελευθερωτικό, έχει δεχθεί κριτική για ορισμένες αδυναμίες του. / Σύμφωνα με τον Oliver (1981, σ.28), οι κυριότερες αδυναμίες συνοπτικά συνίστανται στα παρακάτω:

1. Την υποβάθμιση της σημασίας της σωματικής αναπηρίας.
2. Τη μετατροπή των αρχικών αιτημάτων για κοινωνική ένταξη σε νομικές διεκδικήσεις.
3. Την αποσιώπηση του πόνου και της φυσικής δυσκολίας των ατόμων με αναπηρία.
4. Την υπερβολική έμφαση στη συλλογική εμπειρία, εις βάρος των ατομικών διαφορών.

Παρά τις κριτικές, το κοινωνικό μοντέλο συνεχίζει να επηρεάζει την πολιτική και τις αντιλήψεις γύρω από την αναπηρία, υποστηρίζοντας μια προσέγγιση που δίνει έμφαση στην κοινωνική αλλαγή και όχι στην ατομική προσαρμογή.

## 2. Η ΔΟΜΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ - ΕΝΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΜΑ

Η αναπηρία δεν αποτελεί αποκλειστικά βιολογικό χαρακτηριστικό, αλλά ένα δυναμικό κοινωνικό κατασκεύασμα που διαμορφώνεται από πολιτισμικούς, κοινωνικούς και πολιτικούς παράγοντες. Σύμφωνα με τη θεωρία του κοινωνικού μοντέλου της αναπηρίας, η αναπηρία δεν συνιστά ένα ατομικό έλλειμμα, αλλά κατασκευή που σχετίζεται με κοινωνικές δομές και εμπόδια, τα οποία περιορίζουν τη συμμετοχή των αναπήρων στην κοινωνία. Ο Michael Oliver, θεμελιωτής του κοινωνικού μοντέλου, υπογραμμίζει ότι «η αναπηρία επιβάλλεται στους ανάπηρους ανθρώπους από τον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται η κοινωνία» (Oliver 1990, σ.32). Πρόκειται για μια μετατόπιση της ευθύνης από το άτομο προς τη δομή, η οποία επιτρέπει μια ριζοσπαστική επανερμηνεία του πλαισίου της αναπηρίας ως ζήτημα κοινωνικής αδικίας και όχι προσωπικής τραγωδίας.

Η συγκεκριμένη θεωρία, όπως περιγράφηκε και στην προηγούμενη ενότητα, εστιάζει στις κοινωνικές και πολιτικές δομές που ουσιαστικά δημιουργούν την αναπηρία, στερώντας την προσβασιμότητα κάθε είδους, προκαλώντας διακρίσεις και προάγοντας πολιτικές αποκλεισμού. Ο Oliver τονίζει ότι η αναπηρική εμπειρία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τις συνθήκες του καπιταλισμού και της παραγωγής, και ότι οι ανάπηροι άνθρωποι συχνά αποκλείονται από την εργασία και την ενεργό συμμετοχή στην κοινωνία εξαιτίας αυτών των δομών (Oliver, 1996).

Η αναπηρική ταυτότητα αποτελεί προϊόν αλληλεπίδρασης του ατόμου με το κοινωνικό περιβάλλον και διαμορφώνεται μέσα από την κοινωνικοποίηση, την αυτοαντίληψη και τις συλλογικές εμπειρίες. Η συγκρότηση της ταυτότητας αυτής συνδέεται άμεσα με τη συλλογική δράση, καθώς, όπως υποστηρίζει ο Oliver (1990, σ.32), η πολιτική υποκειμενοποίηση των αναπήρων ατόμων γίνεται μέσα από την αναγνώριση της κοινής εμπειρίας του κοινωνικού αποκλεισμού και της οργανωμένης διεκδίκησης δικαιωμάτων.

Σύμφωνα με τον Shakespeare (2006, σ.32), η ταυτότητα των αναπήρων αναπτύσσεται μέσω της εμπειρίας της αποδοχής ή του αποκλεισμού και επηρεάζεται από τον βαθμό συμμετοχής τους στην κοινωνία. Αυτή η διάσταση όταν εξελιχθεί ακόμη περισσότερο, επισημαίνει τη σημασία της αυτοοργάνωσης και της πολιτικής φωνής των αναπήρων ως εργαλεία

απελευθέρωσης και ανατροπής της παθητικής εικόνας που τους έχει επιβληθεί (Oliver, 1996).

Η πολιτική και η νομοθεσία διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της αναπηρικής ταυτότητας. Η Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία (CRPD 2006, σ.2-5) υπογραμμίζει τη σημασία της πλήρους κοινωνικής συμμετοχής και της εξάλειψης των διακρίσεων. Στο ίδιο πνεύμα, ο Oliver (1990) ασκεί έντονη κριτική στις πολιτικές που βλέπουν την αναπηρία μέσα από το πρίσμα της πρόνοιας και της φιλανθρωπίας, τονίζοντας πως μόνο μέσα από ένα δικαιωματικό και πολιτικά ενεργό πλαίσιο μπορεί να επιτευχθεί η πραγματική κοινωνική ένταξη.

Η πολιτισμική διάσταση της αναπηρίας αποτελεί βασικό παράγοντα στη διαμόρφωση της αναπηρικής ταυτότητας. Μέσα από την τέχνη, τη λογοτεχνία και την ακτιβιστική δράση, τα άτομα με αναπηρία διεκδικούν την ορατότητα και την αυτονομία τους, αμφισβητώντας τα στερεότυπα και αναδομώντας την εικόνα του εαυτού τους με βάση τη δική τους εμπειρία (Garland-Thomson 1997, σ.133). Η αναπηρική ταυτότητα δεν μπορεί να συγκροτηθεί χωρίς την πολιτισμική της αναγνώριση, τονίζοντας τη σημασία της δημιουργίας ενός «πολιτισμού της αναπηρίας» που θα ενσωματώνει και θα εξυψώνει την εμπειρία των αναπήρων (Oliver, 1996).

Η αναπηρική ταυτότητα δεν είναι ένα σταθερό και προκαθορισμένο χαρακτηριστικό, αλλά μια πολυδιάστατη θεώρηση και εμπειρία που διαμορφώνεται από κοινωνικούς, πολιτικούς και πολιτισμικούς παράγοντες. Η προώθηση της κοινωνικής ένταξης, η εξάλειψη των διακρίσεων και η ενίσχυση της πολιτικής και πολιτισμικής εκπροσώπησης των αναπήρων ατόμων αποτελούν κεντρικές προκλήσεις για τη δημιουργία μιας δίκαιης και συμπεριληπτικής κοινωνίας (Priestley, 2003, σ.135-137). Όπως τονίζει ο Oliver (1990), «η απελευθέρωση των αναπήρων δεν θα προέλθει από την προσαρμογή τους στις υπάρχουσες δομές, αλλά από τη ριζική μεταμόρφωση αυτών των δομών σε πιο δημοκρατικές, προσβάσιμες και δίκαιες».

### 3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### 3.1 Ερευνητική Προσέγγιση

Η παρούσα εργασία ακολουθεί μια ποιοτική ερευνητική προσέγγιση, με στόχο την ερμηνεία των τρόπων με τους οποίους τα μέσα μαζικής επικοινωνίας/ενημέρωσης (ΜΜΕ) και ιδιαίτερα η διαφήμιση αναπαριστούν την αναπηρία και επηρεάζουν τη διαμόρφωση της αναπηρικής ταυτότητας. Το θεωρητικό υπόβαθρο βασίζεται στο κοινωνικό μοντέλο της αναπηρίας και τις θεωρίες εκπροσώπησης των Stuart Hall και Michael Oliver, το οποίο αντιλαμβάνεται την αναπηρία ως αποτέλεσμα κοινωνικών δομών και πολιτισμικών αφηγήσεων όπως αναφέρθηκε προηγουμένως.

Η εστίαση της εργασίας είναι ερμηνευτική και αναλυτική, επιχειρώντας να ανιχνεύσει τις κυρίαρχες αφηγήσεις, τα στερεότυπα και τους μετασχηματισμούς που συντελούνται στην αναπαράσταση της αναπηρίας μέσα από παραδείγματα σύγχρονων διαφημιστικών καμπανιών και την υπάρχουσα βιβλιογραφία.

Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι παρά την αυξημένη ερευνητική ενασχόληση με την αναπαράσταση της αναπηρίας στα ΜΜΕ, παραμένει περιορισμένος ο αριθμός των μελετών που εστιάζουν στην επίδραση αυτών των αναπαραστάσεων στη διαμόρφωση της ταυτότητας των ίδιων των ατόμων με αναπηρία (Zhang & Haller, σ.2013). Η πλειονότητα των ερευνών επικεντρώνεται κυρίως στην ανάλυση περιεχομένου και στη θεωρητική κατηγοριοποίηση στερεοτυπικών ή εναλλακτικών μορφών εκπροσώπησης (Silva & Howe, 2012), παραγνωρίζοντας τη βιωμένη εμπειρία των υποκειμένων που αποτελούν το αντικείμενο της προβολής. Η απουσία εστιασμένων ποιοτικών ερευνών που να αναδεικνύουν το πώς οι ίδιες οι αναπαραστάσεις επηρεάζουν την αυτοεικόνα, την κοινωνική ταυτότητα και την αίσθηση του ανήκειν των ατόμων με αναπηρία συνιστά ένα ουσιώδες επιστημονικό κενό. Στο πλαίσιο αυτό, η παρούσα μελέτη αναγνωρίζει την ανάγκη για μελλοντική διερεύνηση της εμπειρίας της θέασης και πρόσληψης διαφημιστικών αφηγήσεων από τα ίδια τα υποκείμενα, με έμφαση σε συμμετοχικές, και διαθεματικές προσεγγίσεις.

Τέλος, η παρούσα εργασία δεν περιορίζεται στην καταγραφή των μορφών εκπροσώπησης της αναπηρίας στα μέσα, αλλά επιχειρεί να αναδείξει τους τρόπους με τους οποίους τα ίδια τα άτομα με αναπηρία μπορούν να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στον μετασχηματισμό του

επικοινωνιακού τοπίου. Μέσα από την εμπλοκή τους στην παραγωγή περιεχομένου, τη διεκδίκηση αφηγηματικού ελέγχου και την προώθηση θετικών αναπαραστάσεων, τα άτομα με αναπηρία συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας συλλογικής ταυτότητας απαλλαγμένης από πατερναλιστικά ή ικανιστικά πρότυπα. Η προσέγγιση αυτή συνδέεται με μια οριζόντια, συμμετοχική κατεύθυνση στη δημόσια σφαίρα, όπου η αυτοπαράσταση και η πολιτισμική αναγνώριση λειτουργούν ως καταλύτες για την κοινωνική ενσωμάτωση. Επομένως, η έρευνα ενισχύει την αντίληψη ότι η ενδυνάμωση δεν προκύπτει μόνο από την ορατότητα, αλλά και από τον ουσιαστικό έλεγχο των ίδιων των υποκειμένων επί της αναπαράστασής τους.

### 3.2 Δευτερογενής Έρευνα

Η **δευτερογενής έρευνα** αποτέλεσε τη βάση για την κατανόηση των εννοιολογικών εργαλείων και θεωριών που διέπουν την έννοια της αναπηρικής ταυτότητας και της επικοινωνιακής της αναπαράστασης. Η ανασκόπηση της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας περιέλαβε:

1. Θεωρητικές προσεγγίσεις της αναπηρίας (ιατρικό και κοινωνικό μοντέλο, θεωρία των εκπροσωπήσεων).
2. Κριτική ανάλυση των ΜΜΕ και της διαφήμισης ως μηχανισμών κατασκευής κοινωνικών νοημάτων.
3. Επιστημονικές μελέτες για τη στερεοτυπική και ηρωοποιητική απεικόνιση της αναπηρίας.
4. Αναφορές σε πραγματικά παραδείγματα από **διεθνείς καμπάνιες**

Επιπλέον, μελετήθηκαν πρόσφατες εξελίξεις από διεθνείς εκθέσεις, δημοσιεύσεις, ιστότοπους επικοινωνίας και προσβασιμότητας (π.χ. LBB Online, Ad Age), που ανέδειξαν την αυξανόμενη ένταξη ατόμων με αναπηρία σε σύγχρονες διαφημιστικές αφηγήσεις.

### 3.3 Πρωτογενής Έρευνα

Η πρωτογενής έρευνα βασίστηκε στη **συστηματική ανάλυση περιεχομένου διαφημίσεων**, ως μεθοδολογικό εργαλείο για την αποτύπωση των τρόπων με τους οποίους τα άτομα με αναπηρία αναπαρίστανται στα ΜΜΕ. Η ανάλυση περιλάμβανε:

1. Επιλογή χαρακτηριστικών τηλεοπτικών και ψηφιακών διαφημίσεων (ελληνικών και διεθνών). Τα κριτήρια της επιλογής των διαφημίσεων περιγράφονται σε επόμενη ενότητα.
2. Καταγραφή θεματικών κατηγοριών, όπως:
  - Είδος αναπηρίας (κινητική, αισθητηριακή, κ.ά.)
  - Ρόλος του ατόμου (πρωταγωνιστής/δευτερεύων χαρακτήρας)
  - Συναισθηματικό ύφος (οίκτος, έμπνευση, κανονικότητα)
  - Συμμετοχή ή όχι ατόμων με αναπηρία στην παραγωγή της καμπάνιας
3. Ερμηνεία του περιεχομένου με βάση θεωρίες εκπροσώπησης και κοινωνικής ταυτότητας

Η προσέγγιση ήταν **επιλεκτική και ερμηνευτική**, με στόχο τη διερεύνηση των πολιτισμικών και κοινωνικών σημάνσεων που συνοδεύουν τις εικόνες των ατόμων με αναπηρία στις διαφημίσεις.

### 3.4 Περιορισμοί της Έρευνας

Η έρευνα επικεντρώθηκε κυρίως σε παραδείγματα διαφημίσεων από μεγάλες διεθνείς εταιρείες, λόγω της περιορισμένης πρόσβασης σε ελληνικές καμπάνιες με θεματική την αναπηρία. Επιπλέον, η ερμηνευτική φύση της ανάλυσης μπορεί να εμπεριέχει στοιχεία υποκειμενικότητας, παρότι επιχειρήθηκε η αποτύπωση βάσει σταθερών κριτηρίων.



## 4. ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΕΠΟΙΘΗΣΕΩΝ - ΑΝΤΙΛΗΨΗ - ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ

### 4.1 Διαμόρφωση των Πεποιθήσεων του Κοινού από τα Μέσα Ενημέρωσης

Η επιρροή των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) στη διαμόρφωση των πεποιθήσεων του κοινού συνιστά ένα αντικείμενο διαρκούς μελέτης στο πλαίσιο των κοινωνικών επιστημών και της επικοινωνίας. Ιδιαίτερα, η «εξουσία του τηλεοπτικού μέσου [...] αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους μηχανισμούς μέσω των οποίων παράγονται και αναπαράγονται συλλογικά κοινωνικά νοήματα» (Ναυρίδης, Δημητρακόπουλος, & Πασχαλίδης, 1988, σ.103). Η τηλεόραση και, γενικότερα, τα ΜΜΕ, επιτελούν έναν ρόλο θεμελιώδη στη διαδικασία οικοδόμησης της κοινωνικής πραγματικότητας, επιλέγοντας τα γεγονότα και τις αφηγήσεις που θα προβληθούν στο δημόσιο λόγο.

Η επιλογή αυτή δεν είναι ουδέτερη, καθώς μέσα από τη διαμόρφωση της ατζέντας των θεμάτων, τα ΜΜΕ επηρεάζουν την αντίληψη του κοινού για την κοινωνική και πολιτική πραγματικότητα. Η συστηματική και επαναλαμβανόμενη προβολή συγκεκριμένων ζητημάτων προσδίδει σε αυτά ιδιαίτερη βαρύτητα στη συλλογική συνείδηση, επηρεάζοντας την ιεράρχηση των κοινωνικών προτεραιοτήτων και τη διαμόρφωση στάσεων και συμπεριφορών.

Η τηλεόραση, ιδίως, λειτουργεί ως μηχανισμός διαμόρφωσης μιας «συλλογικής εικόνας» της πραγματικότητας. Ενδεικτικά, αναφέρεται η υπερπροβολή περιστατικών εγκληματικότητας από τα δελτία ειδήσεων, η οποία μπορεί να οδηγήσει σε υπερεκτίμηση του φαινομένου και σε ενίσχυση αισθημάτων φόβου και ανασφάλειας στους πολίτες, ακόμα και αν τα στατιστικά δεδομένα δεν επιβεβαιώνουν μια τέτοια αυξητική τάση.

Πέραν της επιλογής των θεμάτων, τα ΜΜΕ επιστρατεύουν μια σειρά από τεχνικές πειθούς και μηχανισμούς επιρροής, αξιοποιώντας γλωσσικούς, οπτικούς και αφηγηματικούς κώδικες, μέσω των οποίων προωθούνται συγκεκριμένες ιδεολογίες και αναπαράγονται στερεότυπα. Η λειτουργία αυτή ενισχύεται περαιτέρω από τη δυναμική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία, με τη χρήση αλγορίθμων, προβάλλουν στοχευμένα περιεχόμενο που συνάδει με τις προϋπάρχουσες αντιλήψεις και πεποιθήσεις των χρηστών, εντείνοντας τον κοινωνικό διαχωρισμό και την ενίσχυση της ιδεολογικής ομαδοποίησης.

Η επίδραση των ΜΜΕ στη διαμόρφωση των πεποιθήσεων του κοινού υλοποιείται μέσω επιμέρους τεχνικών, οι οποίες έχουν αποτελέσει αντικείμενο ενδελεχούς επιστημονικής μελέτης. Οι κυριότερες εξ αυτών περιλαμβάνουν (Ναυρίδης κ.ά., 1988, σ.103-145):

#### 1. Γλώσσα και Ρητορικές Τεχνικές:

Η χρήση γλώσσας με έντονο συναισθηματικό φορτίο αποτελεί πάγια πρακτική των ΜΜΕ. Επιθετικοί ή υποτιμητικοί χαρακτηρισμοί, επιτηδευμένοι τίτλοι και αφηγηματικές τεχνικές που στοχεύουν στη συναισθηματική εμπλοκή του κοινού αξιοποιούνται για την ενίσχυση συγκεκριμένων αφηγημάτων και την καλλιέργεια προκαταλήψεων ή φιλοδοξιών.

#### 2. Οπτικές Αναπαραστάσεις και Συμβολισμοί:

Οι εικόνες, τα βίντεο και οι σκηνοθετημένες λήψεις ενισχύουν τη νοηματοδότηση των γεγονότων που προβάλλονται. Για παράδειγμα, η εστίαση της κάμερας σε σκηνές βίας κατά τη διάρκεια μιας διαδήλωσης μπορεί να δημιουργήσει την εντύπωση ευρείας αταξίας και κοινωνικής αποσταθεροποίησης, επισκιάζοντας τα αιτήματα ή τη μαζικότητα της κινητοποίησης.

#### 3. Προπαγάνδα και Επιλεκτική Παρουσίαση Πληροφοριών:

Η επανάληψη μηνυμάτων, η δημιουργία «εχθρών» και η απόκρυψη ή υποβάθμιση εναλλακτικών οπτικών συνιστούν βασικά χαρακτηριστικά των τεχνικών προπαγάνδας. Η στοχευμένη προβολή μέρους μόνο της πραγματικότητας συμβάλλει στη διαμόρφωση προκατειλημμένων ή μονοδιάστατων αντιλήψεων.

#### 4. Διαφήμιση και Πολιτική Επικοινωνία:

Η αξιοποίηση μοντέλων πειθούς, όπως το «Elaboration Likelihood Model» (Ναυρίδης κ.ά., 1988, σ.103-145), είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στην πολιτική επικοινωνία και στη διαφήμιση. Το συγκεκριμένο αποτελεί ένα σημαντικό θεωρητικό μοντέλο στην ψυχολογία της πειθούς και της επικοινωνίας, το οποίο ερμηνεύει τους μηχανισμούς με τους οποίους τα άτομα μεταβάλλουν τις στάσεις και τις απόψεις τους υπό την επίδραση πειστικών μηνυμάτων. Εφαρμόζεται ευρέως στην πολιτική επικοινωνία, στη διαφήμιση και στις κοινωνικές εκστρατείες, προσφέροντας ένα χρήσιμο εργαλείο για την κατανόηση και τον σχεδιασμό

στρατηγικών πειθούς προσαρμοσμένων στο εκάστοτε ακροατήριο και στο πλαίσιο επικοινωνίας

Εν κατακλείδι, τα ΜΜΕ δεν συνιστούν απλώς ένα μέσο ενημέρωσης και πληροφόρησης, αλλά έναν ισχυρό παράγοντα επιρροής που καθοδηγεί την κοινωνική αντίληψη και την πολιτική κουλτούρα. Η κατανόηση των προαναφερθέντων τεχνικών που χρησιμοποιούν είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη ενός κριτικού και συνειδητοποιημένου κοινού.

#### **4.2 Η αντίληψη της αναπηρίας και η προβολή της από τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης**

Η προβολή της αναπηρίας στα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης συνιστά έναν σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης της κοινωνικής αντίληψης σχετικά με αυτή. Ζητήματα όπως το κατά πόσο η θεματική της αναπηρίας καταλαμβάνει κεντρική θέση στην επικαιρότητα ή το πώς οι διαφημίσεις αντανακλούν κοινωνικές και πολιτισμικές αντιλήψεις περί αναπηρίας, αποτελούν βασικά ερωτήματα για τη μελέτη των κοινωνικών στάσεων. Παράλληλα, ανακύπτει το ερώτημα της επάρκειας της εκπροσώπησης των ατόμων με αναπηρία στα μέσα ενημέρωσης, καθώς και του βαθμού αυτονομίας τους στην έκφραση και προβολή των εμπειριών τους, χωρίς τη διαμεσολάβηση του τυπικού πληθυσμού. Επιπροσθέτως, καθίσταται αναγκαία η διερεύνηση της δυνατότητας των ίδιων των ατόμων με αναπηρία και του οικείου περιβάλλοντός τους να παράγουν και να διαμορφώνουν αυτόνομα το επικοινωνιακό πλαίσιο που τα αφορά. Επιπλέον, τίθεται υπό αμφισβήτηση η ουσιαστική συμβολή των φιλανθρωπικών δράσεων, οι οποίες συχνά λαμβάνουν τη μορφή «πάρτι οίκτου», όπως οι τηλεμαραθώνιοι, και ενδέχεται να αναπαράγουν αφηγήματα που εδραιώνουν την ετερονομία και την παθητικότητα.

Η ανάλυση των προαναφερθέντων ζητημάτων αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς η αναπαράσταση της αναπηρίας από τα μέσα ενημέρωσης διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό τη συλλογική αντίληψη περί αυτής. Η σχετική βιβλιογραφία επιβεβαιώνει ότι τα μέσα ενημέρωσης προβάλλουν τα άτομα με αναπηρία μέσω ποικίλων - θετικών και αρνητικών - αναπαραστάσεων, με τις αρνητικές στερεοτυπικές εικόνες να υπερισχύουν ποσοτικά και ποιοτικά.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι, ενώ η απεικόνιση της αναπηρίας στα μέσα ενημέρωσης αποτελεί αντικείμενο εκτεταμένης μελέτης στο πεδίο των σπουδών αναπηρίας, παρατηρείται έλλειμμα ερευνών που να αποτυπώνουν τη στάση των ίδιων των ατόμων με αναπηρία ως προς τον τρόπο που αυτά αναπαρίστανται. Το ερώτημα αν και κατά πόσο οι συγκεκριμένες αναπαραστάσεις επηρεάζουν την κοινωνική και ατομική τους ταυτότητα δεν έχει χαρτογραφηθεί επαρκώς.

Σύμφωνα με τους Zhang και Haller (2013, σ.320), τα άτομα με αναπηρία κατά τη διαδικασία διαμόρφωσης της ταυτότητάς τους καλούνται να υιοθετήσουν συνειδητά ή ασυνείδητα στρατηγικές προσαρμογής που αφορούν στη διττή στάση απέναντι στις κοινωνικές αξίες και την αυτοαντίληψη τους, εξαιτίας της μειονεκτικής θέσης που τους έχει αποδοθεί κοινωνικά. Επιπλέον, τεκμηριώνεται (Zhang & Haller, 2013, σ.320) ότι η ταυτότητα των ατόμων με αναπηρία κατασκευάζεται, μετασχηματίζεται και συντηρείται στο πλαίσιο των αναπαραστάσεων που διαμορφώνουν και τα ΜΜΕ. Παράλληλα, έχει υποστηριχθεί (Quinlan & Bates 2009, σ.48-58) ότι τα μέσα ενημέρωσης επιδρούν καταλυτικά στη διαμόρφωση της κοινωνικής αντίληψης για τα άτομα με αναπηρία, καθώς οι στρεβλές απεικονίσεις ενδέχεται να επηρεάσουν ακόμα και την αυτοαντίληψη των ίδιων των ατόμων που ανήκουν στην εν λόγω κοινωνική ομάδα.

Ο Steele (1997, σ.613–629) εισάγει την έννοια της «απειλής του στερεοτύπου», επισημαίνοντας ότι η αναπαραγωγή αρνητικών στερεοτυπικών εικόνων μπορεί να υπονομεύσει τις φιλοδοξίες και την αυτοεκτίμηση των ατόμων με αναπηρία, οδηγώντας τα σε στρατηγικές απόκρυψης της αναπηρίας τους, προκειμένου να αποφύγουν αρνητικές κοινωνικές κρίσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η πιθανότητα ένα άτομο με μαθησιακές δυσκολίες να αποσιωπά το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό του, υπό τον φόβο αρνητικών αξιολογικών κρίσεων.

Η επίδραση των μέσων ενημέρωσης στην ταυτότητα των ατόμων με αναπηρία μπορεί να ερμηνευθεί υπό το πρίσμα της Κοινωνικής Γνωστικής Θεωρίας (Social Cognitive Theory - SCT) (Bandura 2001, σ.1-26). Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, οι άνθρωποι δεν αποτελούν παθητικούς δέκτες των μηνυμάτων των μέσων, αλλά ενεργητικούς καταναλωτές που αναλύουν, ρυθμίζουν και μαθαίνουν μέσα από τις εικόνες και τις αφηγήσεις που

προβάλλονται. Η έκθεση σε επαναλαμβανόμενα μηνύματα που αφορούν στην ταυτότητα και την κοινωνική θέση μπορεί να οδηγήσει σε εσωτερίκευση των προβαλλόμενων προτύπων, τα οποία επηρεάζουν τη διαμόρφωση των προσωπικών αξιών και πεποιθήσεων.

Ανάλογη είναι και η διαπίστωση των Clay, Vignoles και Dittmar (2005, σ.451-477), σχετικά με τις μη ρεαλιστικές αναπαραστάσεις του γυναικείου σώματος στα μέσα ενημέρωσης, οι οποίες συνδέονται με τη μείωση της αυτοεκτίμησης και την αρνητική επίδραση στην αυτοεικόνα των νεαρών γυναικών. Κατ' αναλογία, μπορεί να υποστηριχθεί ότι παρόμοια φαινόμενα παρατηρούνται και στις αναπαραστάσεις των ατόμων με αναπηρία<sup>1</sup>.

Συμπερασματικά, τα μέσα ενημέρωσης διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της κοινωνικής αντίληψης για την αναπηρία και στην αυτοαντίληψη των ίδιων των ατόμων με αναπηρία. Οι συχνά μονοδιάστατες και στερεοτυπικές απεικονίσεις ενισχύουν προκαταλήψεις και περιορίζουν τη δυνατότητα των ατόμων με αναπηρία να διαμορφώσουν τον δημόσιο λόγο για τις εμπειρίες τους. Η εσωτερίκευση τέτοιων εικόνων μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την ταυτότητα και την αυτοεκτίμησή τους. Καθίσταται, επομένως, αναγκαία η ενίσχυση της πολυφωνίας και της συμμετοχικότητας, ώστε τα ίδια τα άτομα με αναπηρία να αναδεικνύουν τις δικές τους αφηγήσεις και να συμβάλλουν στη δημιουργία μιας κοινωνίας που σέβεται την ποικιλομορφία και την ισότητα.

#### **4.3 Η σημασία της Αναπαράστασης της Αναπηρίας από τα Μέσα Ενημέρωσης**

Η επιρροή των μέσων ενημέρωσης στη διαμόρφωση στάσεων και αντιλήψεων έχει αποτελέσει αντικείμενο εκτεταμένης έρευνας. Στο πλαίσιο αυτό, εισήχθη η έννοια της «αντιλαμβανόμενης αξίας της αναπαράστασης» (Tan, Zhang Y., Zhang L., & Dalisay 2009, σ.260-275) (Perceived Valence of Media Representation), ως ένας καθοριστικός παράγοντας για την κατανόηση της επίδρασης των μέσων ενημέρωσης στο κοινό. Ο συγκεκριμένος όρος αναφέρεται στη συναισθηματική αξία –θετική ή αρνητική– που αποδίδει το άτομο σε ένα

---

<sup>1</sup> Όπως οι στερεοτυπικές εικόνες του ιδανικού γυναικείου σώματος στα ΜΜΕ προκαλούν ψυχολογική πίεση, έτσι και η απεικόνιση της αναπηρίας ως «τραγωδίας» ή «ηρωισμού», ενδέχεται να αποπροσανατολίζει από την καθημερινή, ρεαλιστική εμπειρία των ατόμων με αναπηρία. Και στις δύο περιπτώσεις, η προβολή μη ρεαλιστικών προτύπων λειτουργεί αποκλειστικά.

αναπαριστώμενο γεγονός ή αφήγηση, ανάλογα με τον τρόπο αξιολόγησης των απεικονιζόμενων ή περιγραφόμενων γεγονότων.

Η επίδραση αυτή δεν περιορίζεται σε συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες, αλλά επεκτείνεται ευρύτερα στον τρόπο με τον οποίο τα μέσα συμβάλλουν στη διαμόρφωση στερεοτύπων και προκαταλήψεων, είτε πρόκειται για φυλετικές, κοινωνικοοικονομικές ή έμφυλες ταυτότητες, είτε για την αναπηρία. Σύμφωνα με τον Bandura (2001, σ.1-26), η έκθεση σε «ενδυναμωτικές» και συναισθηματικά θετικές αναπαραστάσεις της αναπηρίας δύναται να καλλιεργήσει θετικά συναισθήματα στους δέκτες και συγκεκριμένα στα άτομα με αναπηρία. Η διαδικασία αυτή, η οποία ορίζεται από τον Bandura ως εικονική ενίσχυση (vicarious reinforcement), μπορεί να συμβάλει στη διαμόρφωση μιας θετικότερης ταυτότητας αναπηρίας και στην ενίσχυση της αυτοεκτίμησης. Αντίθετα, η έκθεση σε αρνητικές ή στερεοτυπικές απεικονίσεις ενδέχεται να έχει αντίστροφα αποτελέσματα, οδηγώντας σε συναισθήματα απόρριψης ή ακόμα και μη αποδοχής της αναπηρίας.

Παράλληλα με την αντιλαμβανόμενη αξία της αναπαράστασης, καθοριστικός θεωρείται και ο βαθμός ρεαλισμού της, καθώς αυτός επηρεάζει την αποτελεσματικότητα της «κοινωνικής μάθησης» (social learning) μέσω των μέσων ενημέρωσης. Όσο πιο ρεαλιστική θεωρείται από τους δέκτες μία αφήγηση, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα τα μηνύματα που αυτή φέρει να ενσωματωθούν στις πεποιθήσεις και τις στάσεις τους (Bandura 2001, σ.1-26). Οι Green και Brock (2002, σ.315-341) υποστηρίζουν ότι η αντιλαμβανόμενη πειστικότητα και ρεαλιστικότητα ενός αφηγηματικού λόγου μπορεί να οδηγήσει στην ταύτιση του δέκτη με τις αξίες και τις πεποιθήσεις που ο λόγος αυτός προβάλλει.

Στο πεδίο των κινηματογραφικών σπουδών και της ανάλυσης αναπαραστάσεων της αναπηρίας, ο Norden έχει αναφέρει πως αφορμή για την ενασχόλησή του με το ζήτημα αποτέλεσε η εμφανής απόσταση μεταξύ της πραγματικότητας των ατόμων με αναπηρία και των χαρακτήρων που συναντώνται στις κινηματογραφικές παραγωγές. Αντίστοιχα, ο Shakespeare (1999, σ.164-172) έχει ασκήσει έντονη κριτική στις στερεοτυπικές απεικονίσεις της αναπηρίας στα μέσα ενημέρωσης, επισημαίνοντας ότι αυτές οι αναπαραστάσεις συντηρούν και ενισχύουν αρνητικές στάσεις απέναντι στα άτομα με αναπηρία, καθώς και την άγνοια γύρω από τη φύση και την ποικιλομορφία της αναπηρίας.

Στο σύγχρονο τοπίο των μέσων ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, παρατηρείται μια σταδιακή μετατόπιση προς πιο ρεαλιστικές και συμπεριληπτικές αναπαραστάσεις της αναπηρίας, αν και ορισμένα στερεοτυπικά μοτίβα εξακολουθούν να υφίστανται. Η σειρά *Atypical* (Netflix, 2017-2021)<sup>2</sup> αποτελεί ένα παράδειγμα τηλεοπτικής παραγωγής που επιδιώκει την αποδόμηση εμπεδομένων αντιλήψεων σχετικά με τον αυτισμό. Μέσα από την αφήγηση της ζωής ενός νεαρού ατόμου στο φάσμα του αυτισμού, η σειρά παρουσιάζει τόσο τις δυσκολίες, όσο και τις κοινωνικές και προσωπικές πτυχές της καθημερινότητάς του, δίνοντας έμφαση στην ολότητα της εμπειρίας και όχι μόνο στα περιοριστικά χαρακτηριστικά της αναπηρίας. Αντίστοιχα, η ταινία *Sound of Metal* (2019)<sup>3</sup>, προσφέρει μια ιδιαίτερα ρεαλιστική και ενσυναισθητική αναπαράσταση της απώλειας ακοής, εστιάζοντας στη συναισθηματική και ψυχολογική προσαρμογή του πρωταγωνιστή στη νέα του ταυτότητα. Η συνεργασία της παραγωγής με άτομα από την D/deaf<sup>4</sup> κοινότητα συνέβαλε στην αυθεντικότητα της αφήγησης, προάγοντας έναν πιο ακριβή και λιγότερο στιγματιστικό λόγο για την αναπηρία. Παράλληλα, στα κοινωνικά μέσα, γνωστές προσωπικότητες, μέσω του ακτιβισμού και της καθημερινής ορατότητας που προβάλλουν, συμβάλλουν ενεργά στην αποδόμηση στερεοτύπων και στη διεκδίκηση μιας συμπεριληπτικής δημόσιας σφαίρας για τα άτομα με αναπηρία. Ωστόσο, παρά τις θετικές εξελίξεις, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις στις οποίες εξακολουθούν να αναπαράγονται αρνητικά στερεότυπα στα μέσα, όπως η αναπηρία ως «τραγωδία» ή ως στοιχείο «ηρωικής υπέρβασης», γεγονός που ενδέχεται να ενισχύσει την κοινωνική αποστασιοποίηση και την παθολογικοποίηση της αναπηρίας

---

<sup>2</sup> Όταν ένας έφηβος στο φάσμα του αυτισμού αποφασίζει να αποκτήσει κοπέλα, η προσπάθειά του για περισσότερη ανεξαρτησία βάζει ολόκληρη την οικογένειά του σε μια πορεία αυτογνωσίας. <https://www.netflix.com/gr-en/title/80117540> Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.

<sup>3</sup> Κατά τη διάρκεια μιας σειράς συναυλιών γεμάτων αδρεναλίνη, ο περιπλανώμενος ντράμερ της punk-metal Ruben αρχίζει να χάνει την ακοή του. Όταν ένας ειδικός του λέει ότι η κατάστασή του θα επιδεινωθεί ραγδαία, νομίζει ότι η μουσική του καριέρα -και μαζί με αυτήν και η ζωή του- έχει τελειώσει. <https://www.imdb.com/title/tt5363618/> Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.

<sup>4</sup> Ο όρος **D/deaf** χρησιμοποιείται για να διαφοροποιήσει δύο διακριτές, αλλά αλληλένδετες ταυτότητες: το κεφαλαίο **D** στο *Deaf* αναφέρεται σε άτομα που αυτοπροσδιορίζονται ως μέλη της πολιτισμικής και γλωσσικής Κοινότητας των Κωφών, η οποία χαρακτηρίζεται από τη χρήση της νοηματικής γλώσσας και από κοινές πολιτισμικές πρακτικές· αντίθετα, το πεζό **d** στο *deaf* χρησιμοποιείται κυρίως για να περιγράψει την ιατρική κατάσταση της απώλειας ακοής, ανεξαρτήτως πολιτισμικής ταύτισης. Πηγή: National Association of the Deaf (NAD) [www.nad.org](http://www.nad.org)



#### 4.4 Διαμόρφωση των Πεποιθήσεων του Κοινού για την Αναπηρία από τα Μέσα Ενημέρωσης

Η επιρροή των μέσων μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ) στη διαμόρφωση των κοινωνικών αντιλήψεων για την αναπηρία είναι αδιαμφισβήτητα καθοριστική. Ως κύριοι φορείς μετάδοσης ιδεών και αξιών, τα ΜΜΕ διαμορφώνουν σε σημαντικό βαθμό τον τρόπο με τον οποίο η κοινωνία αντιλαμβάνεται την αναπηρία. Η αναπαράσταση των ατόμων με αναπηρία στα μέσα ενημέρωσης συμβάλλει στη συγκρότηση συγκεκριμένων κοινωνικών στάσεων, οι οποίες ενδέχεται να ενισχύουν προϋπάρχουσες προκαταλήψεις και στερεότυπα ή, αντίθετα, να προάγουν τη συμπερίληψη και την κοινωνική ισότητα (Ellis, Goggin, & Haller, 2020, σ.1-2).

Ιστορικά, οι απεικονίσεις της αναπηρίας στα μέσα ενημέρωσης βασίστηκαν σε στερεοτυπικές αφηγήσεις, μεταξύ των οποίων κυρίαρχη θέση κατέχει το ιατρικό μοντέλο αναπηρίας, σύμφωνα με το οποίο η αναπηρία παρουσιάζεται ως πρόβλημα που χρήζει αποκατάστασης ή θεραπείας. Παράλληλα, διαμορφώθηκε και το λεγόμενο αφήγημα του “supercrip” (σούπερ ήρωας), στο οποίο τα άτομα με αναπηρία προβάλλονται ως ήρωες που ξεπερνούν τις φυσικές τους δυσκολίες μέσα από την υπερπροσπάθεια. Τέτοιου είδους προσεγγίσεις συμβάλλουν στην αναπαραγωγή διακρίσεων και αποκλεισμών, καθώς καθιστούν τα άτομα με αναπηρία παθητικούς δέκτες βοήθειας ή αντικείμενα θαυμασμού, στερώντας τους την ιδιότητα του ισότιμου κοινωνικού υποκειμένου.

Στον χώρο της τηλεόρασης και του κινηματογράφου, παρατηρείται συχνά το φαινόμενο της ανάθεσης ρόλων χαρακτήρων με αναπηρία σε ηθοποιούς χωρίς αναπηρία, πρακτική που στη διεθνή βιβλιογραφία αποδίδεται με τον όρο “crippling up”. Η συγκεκριμένη πρακτική υπονομεύει την αυθεντικότητα της εκπροσώπησης και αναπαράγει ικανιστικές (ableist) αντιλήψεις, ενισχύοντας την ιδέα ότι τα άτομα με αναπηρία δεν είναι κατάλληλα να ενσαρκώσουν τον ίδιο τους τον ρόλο (Ellis κ.ά., 2020, σ.89).

Ωστόσο, παρατηρούνται σταδιακά και ορισμένες θετικές εξελίξεις στον τρόπο αναπαράστασης της αναπηρίας. Οι ρεαλιστικές απεικονίσεις, στις οποίες συμμετέχουν άτομα με αναπηρία ενσαρκώνοντας αυθεντικούς ρόλους, συμβάλλουν στην αποδόμηση στερεοτύπων και στην προώθηση μιας περισσότερο ρεαλιστικής και πλουραλιστικής εικόνας



για τη ζωή με αναπηρία. Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί η τηλεοπτική σειρά “*Breaking Bad*”<sup>5</sup>, στην οποία συμμετέχει ηθοποιός με αναπηρία, προσφέροντας μια περισσότερο ρεαλιστική αναπαράσταση της αναπηρίας.

Αξιοσημείωτο είναι, επίσης, το γεγονός ότι η αναπηρία παρουσιάζεται συχνά από τα μέσα ενημέρωσης είτε ως πηγή φόβου είτε ως μέσο εντυπωσιασμού. Οι ειδησεογραφικές εκπομπές και τα κινηματογραφικά έργα τρόμου αξιοποιούν συχνά την αναπηρία ως δραματουργικό εργαλείο, ενισχύοντας τον στιγματισμό και προβάλλοντας τα άτομα με αναπηρία ως «άλλα», απειλητικά ή παράδοξα. Παράλληλα, τηλεοπτικές εκπομπές και ντοκιμαντέρ που εστιάζουν στην «προσωπική ιστορία» ατόμων με αναπηρία, χωρίς κοινωνικοπολιτικό πλαίσιο, συχνά ενισχύουν την αντικειμενοποίησή τους, παρουσιάζοντάς τους ως αξιοθαύμαστα παραδείγματα ή, αντιθέτως, ως αντικείμενα λύπησης.

Η Titchkosky, σε μελέτη της για το «φαντασιακό» (imaginary) της αναπηρίας, όπως παρουσιάζεται από τα ΜΜΕ, αναλύει τον ρόλο των επαναλαμβανόμενων αφηγηματικών προτύπων στην κατασκευή των κοινωνικών αντιλήψεων. Υποστηρίζει ότι τα ΜΜΕ συμβάλλουν στην καλλιέργεια ενός συγκεκριμένου φαντασιακού, προσκαλώντας το κοινό να «φανταστεί τη ζωή με ένα πρόβλημα». Αυτή η αφήγηση οδηγεί στη συγκρότηση μιας τεχνητής και αυθαίρετης διάκρισης μεταξύ «κανονικών» και «μη κανονικών» σωμάτων, ενισχύοντας την αντίληψη ότι η αναπηρία αποτελεί μια αποκλίνουσα, και άρα ανεπιθύμητη, κατάσταση (Ellis κ.ά., 2020, σ.13). Οι ειδήσεις, σε αυτή τη λογική, καταφεύγουν συχνά σε μια δυαδική προσέγγιση, παρουσιάζοντας την αναπηρία είτε ως τραγωδία είτε ως θρίαμβο, παραβλέποντας εντελώς πιο ρεαλιστικές, σύνθετες και καθημερινές εμπειρίες ζωής.

Οι εν λόγω απεικονίσεις λειτουργούν ενισχυτικά για τις κυρίαρχες κοινωνικές αντιλήψεις περί «κανονικότητας», υπογραμμίζοντας την αντίληψη ότι η αναπηρία συνιστά μια κατάσταση έλλειψης ή υστέρησης. Αντί αυτής της προσέγγισης, προτείνεται μια διαφορετική κατεύθυνση στον τρόπο παρουσίασης της αναπηρίας, η οποία να βασίζεται στην αναγνώριση της ως εναλλακτικής εμπειρίας ζωής και όχι ως παρεκκλίνουσας από τον «κανόνα». Η υιοθέτηση της οπτικής της «πλήρους ζωής» με αναπηρία δύναται να αμφισβητήσει τις

---

<sup>5</sup> Η συμμετοχή του ηθοποιού RJ Mitte, ο οποίος έχει εγκεφαλική παράλυση, στη σειρά *Breaking Bad* αποτελεί ορόσημο ως αυθεντική αναπαράσταση. Ο ίδιος έχει δηλώσει ότι η παρουσία του ενίσχυσε την αυτοεκτίμηση θεατών με παρόμοια εμπειρία, γεγονός που αποδεικνύει τη δύναμη της ορθής εκπροσώπησης.  
<https://www.imdb.com/title/tt0903747/> Ανακτήθηκε στις 10 Απρ 2025.

υπάρχουσες στερεοτυπικές αφηγήσεις και να προωθήσει νέες, περισσότερο συμπεριληπτικές και ρεαλιστικές αναπαραστάσεις.

Τα τελευταία έτη καταγράφεται αυξημένο ενδιαφέρον από πλευράς μέσων ενημέρωσης για την ενσωμάτωση ατόμων με αναπηρία στον χώρο της παραγωγής περιεχομένου. Η ενίσχυση της παρουσίας τους στη δημοσιογραφία και στα μέσα επικοινωνίας ευρύτερα, μέσα από την παροχή ίσων ευκαιριών απασχόλησης, συμβάλλει στη δημιουργία περιεχομένου που αντανακλά πληρέστερα την πολυπλοκότητα της εμπειρίας ζωής με αναπηρία. Ένα θετικό παράδειγμα συνιστά η αναβαθμισμένη κάλυψη των Παραολυμπιακών Αγώνων, η οποία τα τελευταία χρόνια πλέον, επικεντρώνεται στην επαγγελματική υπόσταση και τις επιδόσεις των αθλητών, αποφεύγοντας την παλαιότερη τάση παρουσίασής τους, αποκλειστικά, ως πηγή «έμπνευσης» για το κοινό.

## 5. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ

Παρά τη σημαντική αύξηση των μελετών που εξετάζουν τις αναπαραστάσεις της αναπηρίας στα μέσα ενημέρωσης, παρατηρείται εντούτοις ένα αξιοσημείωτο ερευνητικό κενό αναφορικά με τις απόψεις των ίδιων των ατόμων με αναπηρία για τον τρόπο που απεικονίζονται. Οι Zhang και Haller (2013, σ.329) επισημαίνουν ότι η πλειοψηφία των σχετικών ερευνών επικεντρώνεται στην ανάλυση των περιεχομένων των μέσων ή των αντιλήψεων του γενικού κοινού, αγνοώντας εν πολλοίς την εμπειρία των ίδιων των υποκειμένων της αναπαράστασης. Η μελέτη τους επιχειρεί να ανατρέψει αυτή την τάση, αναδεικνύοντας τη σημασία της ενεργητικής πρόσληψης και της αξιολόγησης των μέσων από τα ίδια τα άτομα με αναπηρία. Μέσα από τη διερεύνηση της επίδρασης που έχουν οι θετικές, αρνητικές ή στερεοτυπικές απεικονίσεις στην αυτοαντίληψη και στην ταυτότητα των συμμετεχόντων, με την παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια να υπογραμμιστεί η αναγκαιότητα υιοθέτησης προσεγγίσεων που δίνουν φωνή στα ίδια τα άτομα με αναπηρία, ενισχύοντας την κατανόηση της πολυπλοκότητας των ψυχοκοινωνικών διεργασιών που εμπλέκονται στη διαδικασία ταύτισης και αυτοπροσδιορισμού.

### 5.1 Διαμόρφωση των Πεποιθήσεων των Ατόμων με Αναπηρία από τα Μέσα Ενημέρωσης

Η συζήτηση για την επιρροή των μέσων ενημέρωσης στην διαμόρφωση των πεποιθήσεων του κοινού καταδεικνύει τη δυναμική τους στη συγκρότηση κοινωνικών αντιλήψεων και στάσεων. Ιδιαίτερα στην περίπτωση των ατόμων με αναπηρία, ο αντίκτυπος αυτής της επιρροής είναι καθοριστικός και συμβάλλει στην κατανόηση της διαδικασίας διαμόρφωσης της ταυτότητάς τους. Σύμφωνα με τους Clogston και Haller (Zhang&Haller 2013, σ.329), τα άτομα με αναπηρία αναγνωρίζουν ότι οι κυρίαρχες αναπαραστάσεις τους στα μέσα ενημέρωσης είναι συχνά στιγματιστικές, με ελάχιστες εξαιρέσεις. Αντίθετα, όταν τα μέσα προβάλλουν τα άτομα με αναπηρία ως πρότυπα που υπερβαίνουν τις δυσκολίες τους, αυτά συχνά παρουσιάζονται ως πηγές έμπνευσης για το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, δημιουργείται το φαινόμενο του “supercrip” που αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα.

Παρά τη συχνή αναπαραγωγή αρνητικών και στιγματιστικών εικόνων της αναπηρίας στα μέσα ενημέρωσης, παρατηρείται μια θετική εξέλιξη στις σύγχρονες κοινωνίες: η ανάγκη για τον επαναπροσδιορισμό των αναπαραστάσεων της αναπηρίας στον δημόσιο λόγο έχει κερδίσει έδαφος. Οι Quinlan και Bates (2008, σ.75) αναγνωρίζουν την κριτική απέναντι στις υπερβολικές και μη ρεαλιστικές αναπαραστάσεις του “supercrip”, οι οποίες, αν και ενδέχεται να προάγουν μια εικόνα θριάμβου, δημιουργούν υπερβολικές προσδοκίες και προκαλούν προβλήματα, τόσο για τα άτομα με αναπηρία όσο και για τα υποστηρικτικά τους περιβάλλοντα. Οι στρεβλές αυτές προσδοκίες ενδέχεται να επιβαρύνουν τα άτομα με αναπηρία, οδηγώντας τα σε συναισθήματα ανεπάρκειας όταν δεν καταφέρνουν να επιτύχουν τα «ηρωικά» πρότυπα που προβάλλονται.

Η έρευνα των Zhang και Haller (2013, σ.330) ωστόσο, αναδεικνύει ότι οι θετικές - αν και υπερβολικές - αναπαραστάσεις των ατόμων με αναπηρία ενδέχεται να ενισχύσουν την αυτοεκτίμησή τους. Σημαντικό είναι ότι τα άτομα με αναπηρία μπορούν να ταυτιστούν με τα αισιόδοξα μηνύματα των μέσων, διατηρώντας μια θετική στάση απέναντι στην ταυτότητά τους, ακόμα κι αν αναγνωρίζουν την απόσταση μεταξύ αυτών των ιδανικών και της δικής τους καθημερινής εμπειρίας. Όπως επισημαίνεται στην εν λόγω μελέτη, *«είναι αξιοσημείωτο ότι τέτοιες θετικές επιδράσεις καταγράφονται ακόμη και όταν οι συμμετέχοντες αναγνωρίζουν τις αναπαραστάσεις του τύπου supercrip ως μη ρεαλιστικές»*.

Η παραπάνω ανάλυση αναδεικνύει τη σημασία της παρουσίασης ισχυρών, αλλά ταυτόχρονα ρεαλιστικών αναπαραστάσεων της αναπηρίας στα μέσα ενημέρωσης. Τα ευρήματα των Zhang και Haller (2013, σ.329-332) καταδεικνύουν ότι όταν η αναπηρία παρουσιάζεται μέσω του ιατρικού μοντέλου, οι αρνητικές όψεις της ενισχύονται, υπονομεύοντας την αυτοεκτίμηση και την αυτογνωσία των ατόμων. Επομένως, η αναγκαιότητα για αναπαραστάσεις που προάγουν την αποδοχή της αναπηρίας ως ένα φυσικό και ισότιμο στοιχείο της προσωπικότητας είναι επιτακτική.

Για τη δημιουργία πιο ενσυνείδητων και υπεύθυνων αναπαραστάσεων της αναπηρίας, τα μέσα ενημέρωσης πρέπει να επικεντρωθούν στην παρουσίαση των ατόμων με αναπηρία όχι μόνο ως «ήρωες» ή «θύματα», αλλά και ως πλήρη, πολυδιάστατα άτομα με τις δικές τους καθημερινές δυσκολίες, στόχους και επιτυχίες. Η προβολή των ατόμων με αναπηρία θα

πρέπει να περιλαμβάνει την εμπειρία τους με βάση την κοινωνική και πολιτική διάσταση της αναπηρίας, όπως προτείνει το κοινωνικό μοντέλο. Συνεπώς, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε την αξία της ποικιλομορφίας και να δημιουργήσουμε προσεγγίσεις που προάγουν την ισότιμη συμμετοχή και την αποδοχή όλων των ατόμων, ανεξαρτήτως αναπηρίας, στον κοινωνικό ιστό. Τα μέσα ενημέρωσης πρέπει να αναγνωρίσουν τη δύναμη που έχουν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις και τις στάσεις του κοινού, και να αναλάβουν την ευθύνη για την ενίσχυση της κοινωνικής αποδοχής, της σεβασμού και της ισότητας μέσω πιο ρεαλιστικών και εμπεριστατωμένων αναπαραστάσεων της αναπηρίας.

## 6. ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η αναπηρία φαίνεται να τοποθετείται συχνά στα περιθώρια της ορατότητας, τόσο σε επίπεδο κοινωνικής παρουσίας όσο και σε επίπεδο επικοινωνιακής αναπαράστασης. Το ερώτημα κατά πόσο η απουσία της αναπηρίας από τα κυρίαρχα μέσα επικοινωνίας συνεπάγεται και την κοινωνική της αορατότητα παραμένει ιδιαίτερα επίκαιρο. Η θεώρηση ότι η μη προβολή ενός ζητήματος μέσω των μηχανισμών της επικοινωνίας ισοδυναμεί με την κοινωνική του ανυπαρξία, θέτει ζητήματα πολιτικής προτεραιότητας και αξιακής ιεράρχησης. Η αποσιώπηση ή ο περιορισμός της αναπαράστασης της αναπηρίας στις διαφημίσεις, εγείρει το ερώτημα εάν αυτή η απουσία μπορεί να εκληφθεί ως «πρόβλημα πολυτελείας» ή, αντίθετα, συνιστά βαθύτερη ένδειξη θεσμικής και πολιτισμικής περιθωριοποίησης<sup>6</sup>. Δεδομένου ότι η αρχή της ισότητας και της ισονομίας συνιστά θεμελιώδη συνταγματική πρόβλεψη, η οποία συχνά, σε ό,τι αφορά τα άτομα με αναπηρία, όχι απλώς παραβιάζεται αλλά και συστηματικά καταστρατηγείται, τίθεται το ερώτημα κατά πόσο η επικοινωνία αποτελεί δευτερεύουσα ή, αντίθετα, ουσιαστική προτεραιότητα στον αγώνα για κοινωνική ένταξη και ορατότητα.

Η διαφήμιση δεν αποτελεί απλώς ένα εργαλείο προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά έναν ισχυρό μηχανισμό αναπαραγωγής πολιτισμικών νοημάτων και διαμόρφωσης κοινωνικών ταυτοτήτων. Όπως επισημαίνει ο Βαρδακαστάνης (2004), η διαφήμιση λειτουργεί ως «μηχανισμός πειθούς», ο οποίος ενσωματώνει και αναπαράγει τις κυρίαρχες κοινωνικές αξίες, στάσεις και αντιλήψεις, μετατρέποντας αυτές σε κοινά αποδεκτά πρότυπα. Στο ίδιο πλαίσιο, ο Ζώτος (2002) αναδεικνύει τη διαφήμιση ως φορέα κοινωνικών και πολιτισμικών νοημάτων, τονίζοντας ότι η αποδοτικότητα μιας διαφημιστικής καμπάνιας δεν εξαρτάται μόνο από την προβολή του προϊόντος, αλλά και από τη συμβολική ταύτιση του καταναλωτή με τα κοινωνικά πρότυπα που αυτή ενσωματώνει. Παράλληλα, σύμφωνα με τον Λεβέντη (2007), οι γλωσσικές και οπτικές επιλογές των διαφημιστικών αφηγήσεων δεν είναι ουδέτερες, αλλά εξυπηρετούν συγκεκριμένα ιδεολογικά σχήματα, τα οποία ορίζουν το ποιοι συμπεριλαμβάνονται και ποιοι αποκλείονται από τον κυρίαρχο πολιτισμικό λόγο. Στην

<sup>6</sup> Η πολιτισμική περιθωριοποίηση των ατόμων με αναπηρία γίνεται εμφανής, για παράδειγμα, στην απουσία τους από τηλεοπτικά προγράμματα ψυχαγωγίας, γεγονός που καταγράφεται στην έρευνα του Ellis (2020), όπου μόλις το 1,5% των πρωταγωνιστών σε mainstream σειρές ανήκε σε αυτή την κοινωνική ομάδα.

ελληνική πραγματικότητα, οι διαφημίσεις τείνουν να προωθούν στερεοτυπικά και συχνά αρχευτικά σχήματα για τις «ευάλωτες ομάδες», μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται και τα άτομα με αναπηρία, με τρόπο που άλλοτε οδηγεί σε εξιδανίκευση και άλλοτε σε οίκτο (Τσαρδάκης, 2002). Επομένως, η ένταξη της αναπηρίας στον διαφημιστικό λόγο δεν μπορεί να αποκοπεί από τις ευρύτερες πολιτισμικές και κοινωνικές συνθήκες που καθορίζουν την εκπροσώπηση, ενώ η μελέτη της απαιτεί κριτική επίγνωση των συμβολισμών και των αφηγηματικών στρατηγικών που αναπαράγουν ή αμφισβητούν τις κυρίαρχες μορφές ετεροπροσδιορισμού.

Κατά την ανασκόπηση διαφημιστικού υλικού, παρατηρείται ότι τα άτομα με αναπηρία σπανίως εμφανίζονται ως καθημερινοί καταναλωτές. Όταν απεικονίζονται, ο ρόλος τους εντάσσεται συνήθως σε αφηγήσεις που αποσκοπούν στην πρόκληση συναισθηματικής αντίδρασης, κυρίως οίκτου ή θαυμασμού (Haller 2010, σ.230). Η αναπαράσταση στα μέσα ενημέρωσης, και ιδιαιτέρως στη διαφήμιση, δεν συνιστά απλώς ζήτημα ορατότητας, αλλά αποτελεί ισχυρό μηχανισμό κατασκευής κοινωνικών αντιλήψεων, διαμόρφωσης πολιτισμικών προτύπων και επηρεασμού της καθημερινής εμπειρίας περιθωριοποιημένων ομάδων. Ιστορικά, οι αναπαραστάσεις της αναπηρίας στα μέσα βασίζονταν σε στερεοτυπικές αντιλήψεις, περιορίζοντας τα άτομα αποκλειστικά στη σωματική ή νοητική τους αναπηρία, παραγνωρίζοντας τη σύνθετη ανθρώπινη τους υπόσταση (Quinlan & Bates 2007, σ.48). Τέτοιες αναπαραστάσεις όχι μόνο αναπαράγουν επιβλαβείς μύθους, αλλά συντηρούν δομικά εμπόδια στην κοινωνική ένταξη και ισότητα.

Η παρουσίαση της αναπηρίας στη διαφήμιση παραδοσιακά δομείται πάνω σε περιοριστικές αφηγήσεις και κοινωνικές παρερμηνείες. Κατά τον 20ό αιώνα, η αναπηρία αξιοποιήθηκε συχνά ως εργαλείο δημιουργίας συγκινησιακού φορτίου με στόχο την προσέλκυση φιλανθρωπικών δωρεών, παρουσιάζοντας τα άτομα με αναπηρία ως «αξιολύπητα θύματα» που απαιτούν βοήθεια ή σωτηρία (Haller 2010, σ.137). Τέτοιες αφηγήσεις κυριάρχησαν σε φιλανθρωπικές εκστρατείες, όπως τηλεμαραθώνιοι, όπου η αναπηρία κατασκευαζόταν ως τραγικό γεγονός, με έμφαση στην αδυναμία, προκειμένου να προκληθεί συναισθηματική ανταπόκριση (Longmore 1987, σ.31–37). Παράλληλα, διαφημιστικά σποτ παρουσίαζαν περιστασιακά άτομα με αναπηρία ως «πηγές έμπνευσης» που υπερβαίνουν τις δυσκολίες τους με τρόπο που στοχεύει στην εμπύχωση του μη ανάπηρου κοινού – μια πρακτική που

έχει δεχτεί σημαντική κριτική και πλέον περιγράφεται με τον όρο «inspiration porn» (Burt 2020, σ.3). Οι αναπαραστάσεις αυτές, τις περισσότερες φορές, δημιουργούνται ερήμην των ίδιων των ατόμων με αναπηρία, γεγονός που οδηγούσε σε ανακριβείς και μειωτικές απεικονίσεις. Η απουσία τους από την κυρίαρχη διαφήμιση εδραίωνε την αντίληψη ότι η αναπηρία είναι ασύμβατη με την καταναλωτική κουλτούρα και την καθημερινότητα (Ellis κ.ά. 2020, σ.342–348).

Ωστόσο, τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται μια αξιοσημείωτη μεταστροφή προς μια πιο περιεκτική και αυθεντική αναπαράσταση των ατόμων με αναπηρία στον χώρο της διαφήμισης. Η αλλαγή αυτή συνδέεται με ευρύτερους κοινωνικούς μετασχηματισμούς, καθώς και με την αυξανόμενη αναγνώριση της σημασίας της πολυμορφίας και της ένταξης όχι μόνο σε ηθικό αλλά και σε στρατηγικό επίπεδο, όσον αφορά την επικοινωνία των επιχειρήσεων με το κοινό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η καμπάνια “We All Win” (2019)<sup>7</sup> της Microsoft, η οποία ανέδειξε την προσβασιμότητα μέσω της παρουσίασης ενός προσαρμοσμένου χειριστηρίου Xbox για άτομα με αναπηρία, δίνοντας φωνή σε πραγματικές εμπειρίες χωρίς να υιοθετεί αφηγήσεις οίκτου ή εξιδανίκευσης. Παρομοίως, εταιρείες όπως η Tommy Hilfiger και η Nike έχουν εισαγάγει σειρές ρουχισμού σχεδιασμένες με γνώμονα την προσβασιμότητα, ενσωματώνοντας άτομα με αναπηρία στις διαφημιστικές τους καμπάνιες, δίνοντας έμφαση στη λειτουργικότητα και το στυλ (Ellis, 2021). Οι πρωτοβουλίες αυτές συχνά υλοποιούνται με τη συνεργασία οργανώσεων και ακτιβιστών της κοινότητας των ατόμων με αναπηρία, διασφαλίζοντας αυθεντικότητα και σεβασμό προς την προσωπική ταυτότητα. Αν και οι προκλήσεις παραμένουν, οι εξελίξεις αυτές καταδεικνύουν μια αυξανόμενη συνειδητοποίηση της σημασίας της συμπεριληπτικής εκπροσώπησης, τόσο ως αντανάκλαση της κοινωνικής πολυμορφίας όσο και ως μέσο κοινωνικού μετασχηματισμού.

Παρά τις θετικές εξελίξεις, η εκπροσώπηση των ατόμων με αναπηρία στη διαφήμιση εξακολουθεί να αντιμετωπίζει ουσιώδεις προκλήσεις και να προκαλεί βάσιμες επικρίσεις. Ένα από τα πλέον σημαντικά ζητήματα είναι αυτό που περιγράφεται στη βιβλιογραφία με τον όρο “tokenism” – η προσχηματική και επιφανειακή ένταξη ατόμων με αναπηρία, η οποία αποσκοπεί στην προβολή της εταιρικής πολιτικής ένταξης, αλλά στερείται ουσιαστικού

---

<sup>7</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=kW46iX\\_2tFo](https://www.youtube.com/watch?v=kW46iX_2tFo) Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.



περιεχομένου και βάθους (Shakespeare 2006, σ.116–130). Εξίσου σημαντικό είναι το γεγονός ότι ορισμένες μορφές αναπηρίας, όπως οι νοητικές ή οι «αόρατες» αναπηρίες, παραμένουν εξαιρετικά υποεκπροσωπημένες στις διαφημιστικές αφηγήσεις, ενισχύοντας μια περιοριστική και ανεπαρκή εικόνα της κοινότητας των ατόμων με αναπηρία (Ellis κ.ά. 2020, σ.342–350). Οι προκλήσεις αυτές καθιστούν αναγκαία την ενίσχυση της συνεργασίας με δημιουργούς και υποστηρικτές από την ίδια την κοινότητα, προκειμένου να διασφαλιστεί η ουσιαστική, αυθεντική και με σεβασμό αναπαράσταση.

Για την αντιμετώπιση των εν λόγω προκλήσεων, είναι κρίσιμο να ληφθούν συγκεκριμένα μέτρα πολιτικής και πρακτικής. Η ενεργή συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία στη διαμόρφωση διαφημιστικών καμπανιών είναι αναγκαία – τόσο ως δημιουργοί όσο και ως σύμβουλοι και λήπτες αποφάσεων. Παράλληλα, η ίση πρόσβαση σε επαγγελματικές ευκαιρίες για ηθοποιούς και μοντέλα με αναπηρία θα μπορούσε να συμβάλει στην υπέρβαση του προσχηματικού συμβολισμού, προβάλλοντας πολυδιάστατους ρόλους. Οι εταιρείες οφείλουν να επενδύσουν σε προγράμματα εκπαίδευσης και επιμόρφωσης των στελεχών μάρκετινγκ και των δημιουργικών τους ομάδων, προκειμένου να ενισχύσουν τη γνώση και την ευαισθησία γύρω από ζητήματα αναπηρίας και συμπερίληψης. Τέλος, η μακροπρόθεσμη δέσμευση σε στρατηγικές ποικιλομορφίας, όπως ο σχεδιασμός προσβάσιμων προϊόντων και η εξασφάλιση της καθολικής προσβασιμότητας στις διαφημιστικές καμπάνιες, συνιστά απόδειξη μιας ουσιαστικής προσέγγισης στην εκπροσώπηση. Μέσω της υιοθέτησης αυτών των πρακτικών, τα μέσα εμπορικής επικοινωνίας μπορούν να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στη διαμόρφωση μιας πιο δίκαιης, ορατής και συμπεριληπτικής κοινωνίας.

## **6.1 Απεικόνιση των Ατόμων με Αναπηρία στις Διαφημίσεις στο Παρελθόν και Σήμερα: Ανάλυση, Μετασχηματισμοί και Παραδείγματα**

Η αναπαράσταση των ατόμων με αναπηρία στα ΜΜΕ και ειδικότερα στις διαφημίσεις αποτελεί ζήτημα αυξανόμενου ενδιαφέροντος στο πλαίσιο των σύγχρονων σπουδών επικοινωνίας, αναπηρίας και πολιτισμικής ταυτότητας. Η διαφήμιση, ως ένας από τους πλέον επιδραστικούς μηχανισμούς στη σύγχρονη κοινωνία, διαθέτει τη δυνατότητα να ενισχύσει στερεότυπα ή, εναλλακτικά, να συμβάλει στη διαμόρφωση θετικών και συμπεριληπτικών κοινωνικών αντιλήψεων. Η παρούσα ενότητα εξετάζει τη διαχρονική μεταβολή στον τρόπο

απεικόνισης της αναπηρίας στις διαφημίσεις, παρουσιάζει παραδείγματα από την ελληνική και διεθνή σκηνή και αναδεικνύει τη σημασία της αυθεντικής εκπροσώπησης.

### **6.1.1 Η Ισχύς της Διαφήμισης και ο Ρόλος της στην Κοινωνική Αντίληψη**

Η διαφήμιση συνιστά έναν πολυδιάστατο μηχανισμό πολιτισμικής και οικονομικής επιρροής (Solomon, Cornell, & Nizan, 2024). Εκτός από την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, αποτελεί εργαλείο κοινωνικής διαπαιδαγώγησης και διαμόρφωσης ταυτοτήτων (Ναυρίδης κ.ά. 1988, σ.103-145). Μέσω συναισθηματικά φορτισμένων αφηγήσεων, τεχνολογικών καινοτομιών και αισθητικής προσέγγισης, οι διαφημίσεις επηρεάζουν:

1. Τη συγκρότηση κοινωνικών προτύπων, προβάλλοντας αξίες και τρόπους ζωής.
2. Την κατασκευή επιθυμιών, καλλιεργώντας νέες ανάγκες στον καταναλωτικό λόγο.
3. Την προσβασιμότητα στην αναπαράσταση, δίνοντας (ή στερώντας) φωνή σε κοινωνικά υποεκπροσωπούμενες ομάδες.

### **6.1.2 Από τη Συμπόνια στην Αυθεντικότητα: Η Εξέλιξη της Αναπαράστασης της Αναπηρίας στη Διαφήμιση**

Η απεικόνιση της αναπηρίας στις διαφημίσεις έχει εξελιχθεί σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες, ακολουθώντας – και σε ορισμένες περιπτώσεις προκαλώντας – κοινωνικές μετατοπίσεις.

#### **Δεκαετία 1980–1990: Η Εποχή της Συμπόνιας**

Η επικρατούσα ρητορική παρουσίαζε τα άτομα με αναπηρίες ως "παθητικούς αποδέκτες βοήθειας", εστιάζοντας στο φιλανθρωπικό αίσθημα του κοινού.

Ενδεικτικό Παράδειγμα:

Διαφημίσεις ΜΚΟ που προέβαλλαν παιδιά με αναπηρίες για τη συγκέντρωση δωρεών, με κυρίαρχο μήνυμα: «Αυτά τα άτομα χρειάζονται τη βοήθειά σας».

#### **Δεκαετία 2000: Η Εποχή της Ενδυνάμωσης**

Η εικόνα των ατόμων με αναπηρίες μετατοπίστηκε προς την ανάδειξη της αυτονομίας και των δυνατοτήτων τους, συχνά μέσω της τεχνολογικής υποστήριξης.

Ενδεικτικό Παράδειγμα:

Διαφημίσεις τεχνολογικών προϊόντων, όπως βοηθητικές συσκευές κινητικότητας, με το μήνυμα: «Μπορούν να ζήσουν ανεξάρτητα με τη σωστή υποστήριξη».

### **Δεκαετία 2010: Η Εποχή της Ένταξης**

Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από την προώθηση της κοινωνικής ένταξης και της ισότιμης συμμετοχής των ατόμων με αναπηρίες στον δημόσιο και ιδιωτικό βίο.

Ενδεικτικό Παράδειγμα:

Καμπάνιες για Παραολυμπιακούς Αγώνες, όπου παρουσιάζονται οι ικανότητες των αθλητών με αναπηρίες ως πηγή έμπνευσης και δύναμης.

### **Δεκαετία 2020 – σήμερα: Η Εποχή της Αναπαράστασης και της Αυθεντικότητας**

Η σύγχρονη τάση επικεντρώνεται στην αυθεντική εκπροσώπηση, χωρίς υπερβολικές εξιδανικεύσεις ή πατερναλιστικές προσεγγίσεις.

Χαρακτηριστικά:

Χρήση ηθοποιών και μοντέλων με αναπηρίες.

Προώθηση του μηνύματος της πολυμορφίας ως μέρος της κοινής ανθρώπινης εμπειρίας.

#### **6.1.3 Η Σημασία της Συμπερίληψης στη Διαφήμιση**

Η αυξανόμενη συμπερίληψη ατόμων με αναπηρίες στις διαφημιστικές καμπάνιες συνδέεται με μια σειρά θετικών συνεπειών:

1. Αντανακλά την κοινωνική πραγματικότητα: Τα άτομα με αναπηρίες αποτελούν σημαντικό μέρος του πληθυσμού και η εκπροσώπησή τους ενισχύει την ορατότητα και την αναγνώριση.
2. Καταπολεμά τα στερεότυπα: Μέσω θετικών και ισότιμων απεικονίσεων, οι διαφημίσεις συμβάλλουν στην αποδόμηση του ικανιστικού μοντέλου.
3. Αναγνωρίζει τα δικαιώματα των καταναλωτών με αναπηρία: Η προβολή προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται σε όλους ενισχύει την έννοια της ισότητας στην αγορά.

4. Προάγει την κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων: Οι εταιρείες που υιοθετούν συμπεριληπτικές πρακτικές ενισχύουν το κοινωνικό τους προφίλ και προσεγγίζουν ευρύτερο κοινό.

## **6.2 Αναπαράσταση της Αναπηρίας στη Σύγχρονη Διαφήμιση – Πρωτογενής Ανάλυση**

Η σύγχρονη διαφήμιση αποτελεί έναν από τους πλέον διακριτούς χώρους όπου οι πολιτισμικές αναπαραστάσεις της αναπηρίας κατασκευάζονται, αναπαράγονται και – σε ορισμένες περιπτώσεις – επαναπροσδιορίζονται. Η αναπαράσταση της αναπηρίας στη διαφήμιση συνιστά ένα ιδιαίτερο επικοινωνιακό πεδίο, στο οποίο συνυφαίνονται οι στρατηγικές πειθούς της αγοράς με τις κοινωνικές προσδοκίες περί διαφορετικότητας, συμπερίληψης και «κανονικότητας». Στο πλαίσιο αυτό, η ανάλυση συγκεκριμένων διαφημιστικών καμπανιών καθίσταται απαραίτητη για την κατανόηση των κυρίαρχων αφηγηματικών σχημάτων και των ενδεχόμενων σημείων μετασχηματισμού της εικόνας των ατόμων με αναπηρία.

### **6.2.1 Κριτήρια Επιλογής των Διαφημίσεων**

Η επιλογή των διαφημιστικών καμπανιών που αναλύονται στην παρούσα ενότητα πραγματοποιήθηκε βάσει ποιοτικών και εννοιολογικών κριτηρίων, τα οποία αποσκοπούν στην ανάδειξη της πολυδιάστατης εκπροσώπησης των ατόμων με αναπηρία στον σύγχρονο διαφημιστικό λόγο. Συγκεκριμένα, επιλέχθηκαν περιπτώσεις που αντανakλούν διαφορετικές κατηγορίες αναπηρίας (κινητικές, αισθητηριακές, νευροαναπτυξιακές), προκειμένου να καταδειχθεί η πολυμορφία της αναπηρικής εμπειρίας και η ποικιλία στους τρόπους αναπαράστασής της.

Παράλληλα, δόθηκε έμφαση σε καμπάνιες που ενσωματώνουν πραγματικά άτομα με αναπηρία, αποφεύγοντας τη συχνή πρακτική του “cripping up”, δηλαδή την ανάθεση ρόλων αναπηρίας σε ηθοποιούς χωρίς αναπηρία, φαινόμενο που συχνά υπονομεύει την αυθεντικότητα και διαιώνίζει ικανιστικές αντιλήψεις (Ellis, 2015). Επιπλέον, τα διαφημιστικά παραδείγματα επιλέχθηκαν με βάση τη συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία σε

ενεργούς, μη παθητικούς ρόλους, αποφεύγοντας μοτίβα ετεροπροσδιορισμού όπως το σχήμα του «ήρωα» ή του «θύματος», που συχνά εντοπίζονται στις παραδοσιακές αφηγήσεις (Silva & Howe, 2012).

Τέλος, κριτήριο επιλογής αποτέλεσε και η αφηγηματική και αισθητική ποικιλομορφία των διαφημίσεων, ώστε να καταστεί εφικτή η συγκριτική προσέγγιση μεταξύ ρητορικών έμπνευσης, ορατότητας, καθολικού σχεδιασμού και καθημερινής κανονικοποίησης της αναπηρίας. Η εν λόγω επιλογή δεν έχει ως στόχο τη δημιουργία ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος με στατιστικούς όρους, αλλά την εμβάθυνση στη σημειολογική και κοινωνική λειτουργία των επιμέρους αφηγήσεων, στο πλαίσιο μιας ερμηνευτικής ανάλυσης περιεχομένου, όπως ορίζεται στο πεδίο της κριτικής ανάλυσης μέσων και επικοινωνίας (Haller, 2010)

## **6.2.2 Παρουσίαση Παραδειγμάτων Διαφημιστικών Καμπανιών**

Κατά την ανασκόπηση διαφημιστικού υλικού, παρατηρείται η σταδιακή ένταξη ατόμων με αναπηρία σε καμπάνιες που ανήκουν είτε στον χώρο του κοινωνικού μάρκετινγκ είτε στη συμβατική διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών, με ποικίλους βαθμούς ενσωμάτωσης και ερμηνευτικής βαρύτητας. Οι επιλεγμένες περιπτώσεις παρουσιάζουν διαφορετικά επικοινωνιακά πρότυπα και στρατηγικές αναπαράστασης, αναδεικνύοντας άλλοτε την καθημερινότητα των ατόμων με αναπηρία με ρεαλιστικό τρόπο και άλλοτε υιοθετώντας μια προσέγγιση ενσυναίσθησης, υπέρβασης ή κοινωνικής συγκίνησης. Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται ενδεικτικά παραδείγματα που επιτρέπουν τη συγκριτική ανάλυση των κυρίαρχων και εναλλακτικών αφηγήσεων που αρθρώνονται στο διαφημιστικό πεδίο.

### **Διεθνή Παραδείγματα**

#### **1. Microsoft – “We All Win” (2019)<sup>8</sup>**

Είδος αναπηρίας: Κινητική αναπηρία

Ρόλος: Πρωταγωνιστικός

Συναισθηματικό ύφος: Κανονικότητα, ενδυνάμωση

---

<sup>8</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=kW46iX\\_2tFo](https://www.youtube.com/watch?v=kW46iX_2tFo) Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.

Συμμετοχή ατόμων με αναπηρία: Ναι (πραγματικά πρόσωπα)

Ερμηνεία: Ενσωματώνει τις αρχές του καθολικού σχεδιασμού και υποστηρίζει την κανονικοποίηση της αναπηρίας, χωρίς εξιδανίκευση ή πατερναλισμό.

## **2. Toyota – “Good Odds” (2020)<sup>9</sup>**

Είδος αναπηρίας: Διάφορες, κυρίως κινητικές

Ρόλος: Πρωταγωνιστικός (Παραολυμπιακοί αθλητές)

Συναισθηματικό ύφος: Έμπνευση, υπέρβαση

Συμμετοχή ατόμων με αναπηρία: Ναι

Ερμηνεία: Η αφήγηση εμπνέεται από το μοντέλο "inspiration porn", υπογραμμίζοντας την προσωπική υπέρβαση μέσω της αναπηρίας.

## **3. Apple – “The Greatest” (2019)<sup>10</sup>**

Είδος αναπηρίας: Κινητικές, αισθητηριακές, νευροαναπτυξιακές

Ρόλος: Πρωταγωνιστικός

Συναισθηματικό ύφος: Κανονικότητα, λειτουργικότητα

Συμμετοχή ατόμων με αναπηρία: Ναι

Ερμηνεία: Η διαφήμιση αναδεικνύει τη χρήση τεχνολογίας από άτομα με αναπηρίες με έμφαση στη λειτουργικότητα και όχι στη διαφοροποίηση.

## **4. Nike – “You Can’t Stop Us” (2020)<sup>11</sup>**

Είδος αναπηρίας: Κινητικές

Ρόλος: Ισοδύναμος μεταξύ αθλητών με και χωρίς αναπηρία

Συναισθηματικό ύφος: Δύναμη, ενότητα

Συμμετοχή ατόμων με αναπηρία: Ναι

---

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=34PVFNl91ao> Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.

<sup>10</sup> <https://vimeo.com/776811579> Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.

<sup>11</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=pcXTnyCmQbg> Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.

Ερμηνεία: Προωθεί την ισότητα μέσω ενιαίας αφήγησης, αποφεύγοντας τη ρητορική του οίκτου ή της υπερβολικής εξύψωσης.

### **5. Aerie – “Aerie Real” Campaign (2020)<sup>12</sup>**

Είδος αναπηρίας: Κινητικές, χρόνιες παθήσεις

Ρόλος: Μοντέλα, ισότιμοι χαρακτήρες

Συναισθηματικό ύφος: Αποδοχή, ενδυνάμωση

Συμμετοχή: Ναι

Ερμηνεία: Εντάσσεται στη λογική της πολυμορφίας και της ρεαλιστικής εκπροσώπησης του σώματος.

### **6. Degree – "Not Done Yet" (2022)<sup>13</sup>**

Είδος αναπηρίας: Κινητικές, ακρωτηριασμοί

Ρόλος: Πρωταγωνιστικός

Συναισθηματικό ύφος: Ενδυνάμωση, καθημερινότητα

Συμμετοχή: Ναι, αυθεντικά πρόσωπα

Ερμηνεία: Αποδομεί το στερεότυπο της αδυναμίας, υπογραμμίζοντας την πρόσβαση στην αθλητική δραστηριότητα.

### **7. Amazon – "Prom Girl" (2023)<sup>14</sup>**

Είδος αναπηρίας: Κινητική (χρήση αναπηρικού αμαξιδίου)

Ρόλος: Πρωταγωνίστρια

Συναισθηματικό ύφος: Κανονικότητα, συναισθηματική θετικότητα

Συμμετοχή: Ναι

Ερμηνεία: Εστιάζει σε μια οικεία εμπειρία για εφήβους των ΗΠΑ ή αγγλόφωνων χωρών (προετοιμασία για τον χορό), προωθώντας την κοινωνική ενσωμάτωση χωρίς εξιδανίκευση.

<sup>12</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=2zelmA8x3dA> Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.

<sup>13</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=70HovPC3PLU> Ανακτήθηκε 3 Ιουν 2025.

<sup>14</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=3a7ez2KqSms&t=4s> Ανακτήθηκε 3 Ιουν 2025.

## Ελληνικά Παραδείγματα

### 8. ΔΕΗ – “Sevice for All” (2022)<sup>15</sup>

Είδος αναπηρίας: Αισθητηριακή (προβλήματα ακοής)

Ρόλος: Χρήστες υπηρεσιών

Συναισθηματικό ύφος: Λειτουργικότητα, προσβασιμότητα

Συμμετοχή: Δεν τεκμηριώνεται σαφώς

Ερμηνεία: Η αναπαράσταση ενισχύει το κοινωνικό μήνυμα της ισότητας στην εξυπηρέτηση, χωρίς όμως ιδιαίτερη προβολή της προσωπικής εμπειρίας των ατόμων με αναπηρία.

### 9. Τράπεζα Πειραιώς – “Banking for All” (2022)<sup>16</sup>

Είδος αναπηρίας: Πολλαπλές (αναφέρεται προσβασιμότητα γενικά)

Ρόλος: Χρήστες

Συναισθηματικό ύφος: Εταιρική υπευθυνότητα

Συμμετοχή: Όχι σαφής

Ερμηνεία: Εντάσσεται στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ), χωρίς έντονο στοιχείο αυθεντικής εκπροσώπησης.

### 10. Procter & Gamble – “Always” (2020)<sup>17</sup>

Είδος αναπηρίας: Αισθητηριακή (ένδειξη CC για υποτίτλους)

Ρόλος: Όχι συγκεκριμένος χαρακτήρας

Συναισθηματικό ύφος: Λειτουργικότητα, προσβασιμότητα

Συμμετοχή: Όχι σαφής

Ερμηνεία: Προσβασιμότητα σε περιεχόμενο, ένδειξη τεχνικής ευαισθητοποίησης

---

<sup>15</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=-jCo2JOR6ck> Ανακτήθηκε 8 Απρ 2025.

<sup>16</sup> <https://www.equall.gr/evalotes-koinonikes-omades/banking-4-all-proionta-kai-upiresies-gia-atoma-me-anapiria> Ανακτήθηκε 9 Απρ 2025.

<sup>17</sup> <https://www.protothema.gr/life-style/article/965334/alpha-h-proti-diafimisi-gia-amea-provlithike-stin-prime-time-zoni-tou-kanaliou/> Ανακτήθηκε 9 Απρ 2025.



### **11. Alpha Bank – “Κάθε Στιγμή Μετράει” (2017)<sup>18</sup>**

Είδος αναπηρίας: Διάφορες

Ρόλος: Αφηγηματικός, συμπεριληπτικός

Συναισθηματικό ύφος: Συναισθηματική αφήγηση, κανονικοποίηση

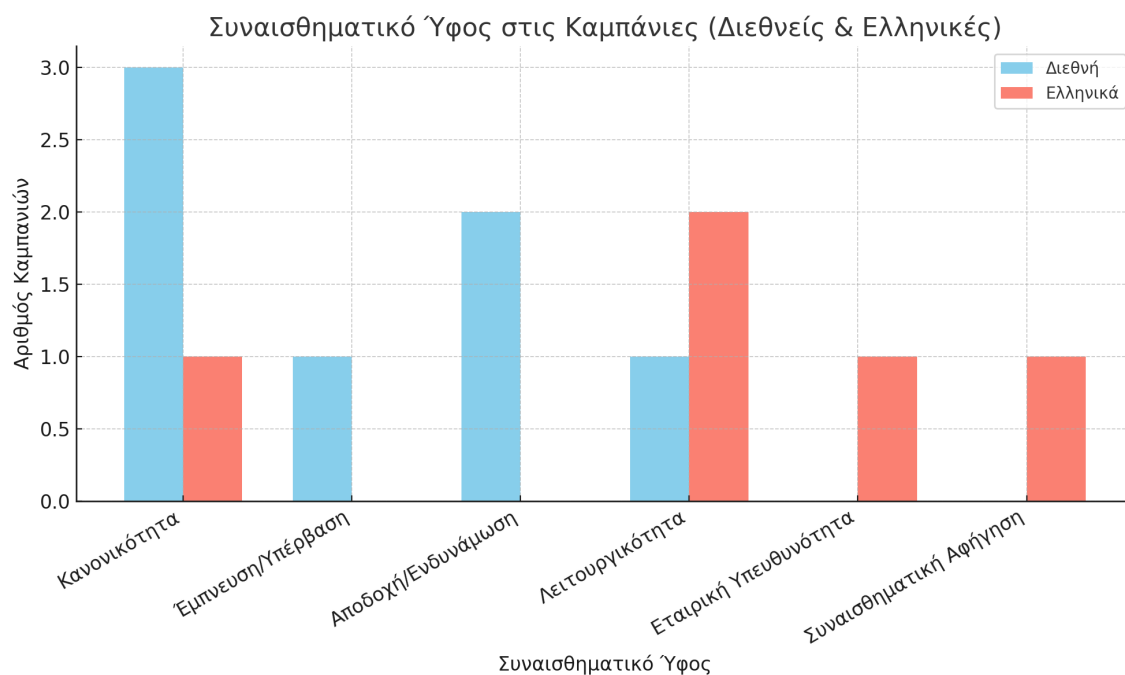
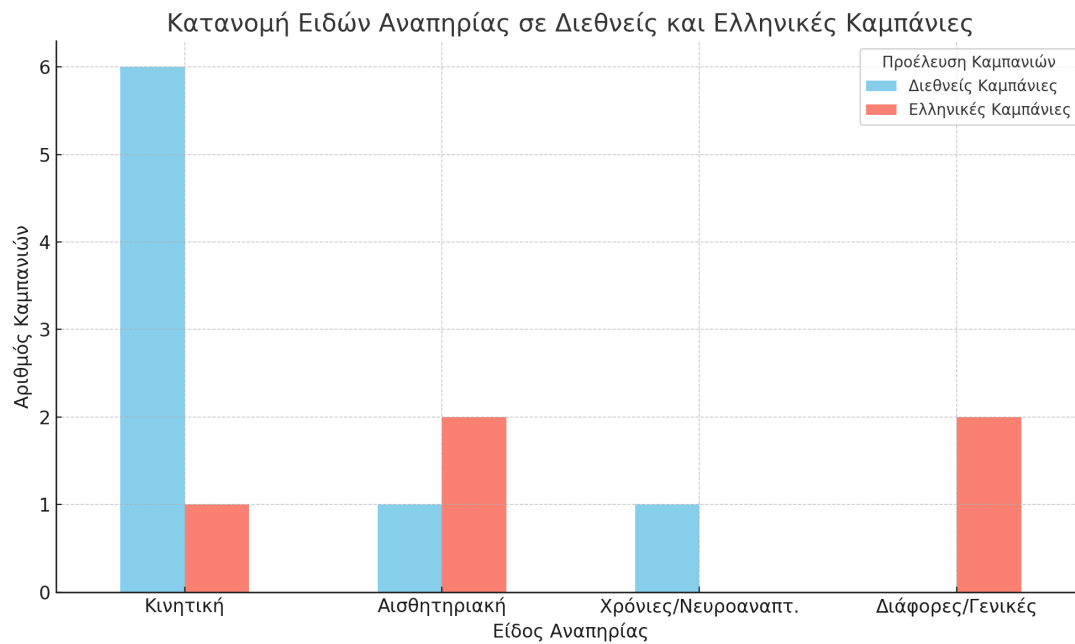
Συμμετοχή: Όχι σαφώς τεκμηριωμένη

Ερμηνεία: Απόπειρα ένταξης διαφορετικών εμπειριών στη συλλογική αφήγηση, χωρίς υπερτονισμένο συναισθηματισμό.

---

<sup>18</sup> <https://www.youtube.com/user/alphabank> Ανακτήθηκε 3 Ιου 2025.

Ακολουθεί η γραφική απεικόνιση του περιεχομένου των παραπάνω διαφημίσεων:



### 6.3 Ανάλυση - Συμπεράσματα

Η ανάλυση των διαφημίσεων της προηγούμενης ενότητας, καταδεικνύει μια πολυδιάστατη και δυναμική εξέλιξη στην εκπροσώπηση της αναπηρίας στον χώρο της διαφήμισης. Τα διεθνή παραδείγματα φανερώουν μια σαφή μετάβαση από την εργαλειακή ή στερεοτυπική προσέγγιση σε μοντέλα κανονικότητας και κοινωνικής ενσωμάτωσης, με έμφαση στην αυθεντική συμμετοχή ατόμων με αναπηρία. Από θεωρητική σκοπιά, οι καμπάνιες όπως της Apple, Amazon ή Nike εγγράφονται στο πλαίσιο της θεωρίας της κοινωνικής ταυτότητας (Tajfel & Turner, 1979), προβάλλοντας την αναπηρία όχι ως εμπόδιο, αλλά ως μία φυσιολογική πτυχή της ποικιλομορφίας.

Παράλληλα, αναδεικνύεται η σημασία του καθολικού σχεδιασμού (Imrie, 2012) και της πολιτισμικής εκπροσώπησης (Hall, 1997), που επιδιώκουν την απεμπλοκή από το ικανιστικό μοντέλο και τη στροφή προς συμπεριληπτικές αφηγήσεις. Αντίστοιχα, η αρχή "Nothing About Us Without Us" (Charlton, 1998) («τίποτε για εμάς, χωρίς εμάς») επιβεβαιώνει ότι η συμμετοχή των ίδιων των υποκειμένων είναι καθοριστική για την εγκυρότητα και την ηθική υπόσταση της αναπαράστασης.

Τα ελληνικά παραδείγματα, αν και περισσότερο εστιασμένα στην εταιρική κοινωνική ευθύνη, δείχνουν μια θετική μετατόπιση, αλλά υστερούν συχνά ως προς την ουσιαστική συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία. Επομένως, διαφαίνεται η ανάγκη για θεσμικά και ηθικά πλαίσια που θα ενισχύσουν τις συμπεριληπτικές πρακτικές και στον ελληνικό χώρο.

## 7. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ, ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

Η ψηφιακή εποχή υποσχέθηκε μεγαλύτερη ένταξη και προσβασιμότητα για τα άτομα με αναπηρία, ωστόσο, η πραγματικότητα συχνά αποκλίνει από αυτή την προοπτική. Παρά την εξέλιξη της τεχνολογίας, πολλά ψηφιακά μέσα παραμένουν δομημένα γύρω από ένα ικανιστικό (ableist) πλαίσιο, περιορίζοντας τη συμμετοχή ατόμων με αναπηρίες. Συνεπώς, τόσο η προβολή των ατόμων με αναπηρία, όσο και η πρόσβασή τους παραμένει ατροφική.

Η προσβασιμότητα στα ψηφιακά μέσα δεν συνιστά απλώς ένα τεχνικό ζήτημα, αλλά αποτελεί ένα πολιτικό και κοινωνικό πεδίο διαμάχης. Παρόλο που τα κανονιστικά πρότυπα έχουν προωθήσει τη συμπερίληψη, η εφαρμογή τους παραμένει προβληματική. Την τελευταία δεκαετία έχει εισαχθεί η έννοια της «παραστατικής διακυβέρνησης» (Ellis κ.ά. 2020, σ.243) (performative governance) που υποδηλώνει ότι πολλές κυβερνήσεις και εταιρείες προβάλλουν την προσβασιμότητα ως προτεραιότητα, αλλά δεν λαμβάνουν επαρκή μέτρα για την πλήρη υλοποίησή της.

Επιπλέον, οι οικονομικές και πολιτικές δυνάμεις επηρεάζουν ουσιαστικά και στην πράξη την «προσβασιμότητα». Για παράδειγμα, μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας όπως η Google και η Apple έχουν επενδύσει στην προσβασιμότητα, αλλά ο τρόπος εφαρμογής της εξαρτάται από τις εμπορικές τους στρατηγικές και από τις οικονομικές δυνατότητες των ατόμων γενικά που έχουν τη δυνατότητα της χρήσης τους.

Η εξέλιξη της των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης δεν αφορά πλέον μόνο τις ιστοσελίδες, αλλά επηρεάζει διάφορες ψηφιακές τεχνολογίες, όπως:

1. Τα κινητά τηλέφωνα – Πολλές εφαρμογές περιλαμβάνουν λειτουργίες προσβασιμότητας, όπως φωνητική υποβοήθηση (VoiceOver, TalkBack) και εργαλεία μεγέθυνσης οθόνης.
2. Τις πλατφόρμες streaming (Netflix, YouTube) – Αν και οι πλατφόρμες αυτές έχουν ενσωματώσει αυτόματους υπότιτλους και ηχητικές περιγραφές, η ποιότητα και η διαθεσιμότητα αυτών των χαρακτηριστικών ποικίλλει.

Η εξέλιξη των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης αναδεικνύει νέες πτυχές του παραδοσιακού κοινωνικού μοντέλου της αναπηρίας, το οποίο βλέπει την αναπηρία ως αποτέλεσμα

κοινωνικών φραγμών. Επιπλέον, μελετάται ένα σχεσιακό μοντέλο (Ellis κ.ά. 2020, σ.250) (relational model), σύμφωνα με το οποίο η προσβασιμότητα συναρτάται από τη δυναμική σχέση μεταξύ χρηστών, τεχνολογίας και πολιτικών. Έτσι, ένα ψηφιακό περιβάλλον μπορεί να είναι προσβάσιμο τεχνικά αλλά μη προσβάσιμο κοινωνικά, αν οι χρήστες με αναπηρίες δεν έχουν την εκπαίδευση ή την οικονομική δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις λειτουργίες προσβασιμότητας.

Τα τελευταία χρόνια, η προσβασιμότητα στα ψηφιακά μέσα έχει εξελιχθεί σε επαγγελματικό πεδίο, με ειδικούς και εταιρείες που παρέχουν υπηρεσίες πιστοποίησης και ελέγχου. Οργανισμοί όπως η International Association of Accessibility Professionals (IAAP)<sup>19</sup> έχουν δημιουργήσει πρότυπα επαγγελματικής κατάρτισης .

Ωστόσο, και πάλι οι επιπλέον δυνατότητες των μέσων γίνονται προνόμιο όσων έχουν τις οικονομικές δυνατότητες και μπορούν να πληρώσουν για εξειδικευμένες υπηρεσίες, αφήνοντας πολλές μικρότερες εταιρείες και οργανώσεις εκτός συστήματος.

Η προσβασιμότητα στα ψηφιακά μέσα είναι ένα πεδίο που εξελίσσεται συνεχώς, καθώς η τεχνολογία, η πολιτική και η κοινωνία επηρεάζουν το πώς διαμορφώνεται η εμπειρία των ατόμων με αναπηρία στο διαδίκτυο. Παρόλο που έχουν σημειωθεί σημαντικές πρόοδοι, η πλήρης ένταξη των ατόμων με αναπηρία στον ψηφιακό κόσμο παραμένει μια ανοιχτή πρόκληση.

---

<sup>19</sup> <https://www.accessibilityassociation.org/>

## 8. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εξελιχθεί σε κεντρικό στοιχείο της κοινωνικής ζωής, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα αλληλεπιδρούν, επικοινωνούν και εκφράζουν τις απόψεις τους. Για τα άτομα με αναπηρία, οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν τόσο νέες ευκαιρίες όσο και προκλήσεις. Παρόλα αυτά, ενώ παρέχουν εργαλεία για την αυτοεκπροσώπηση και την κοινωνική συμμετοχή, συχνά συνοδεύονται από εμπόδια προσβασιμότητας και πολιτικές διακρίσεων.

Τα κοινωνικά μέσα προσφέρουν στα άτομα με αναπηρία τη δυνατότητα να συμμετέχουν ενεργά σε διαδικτυακές κοινότητες, να διαμορφώνουν την προσωπική τους ταυτότητα και να διεκδικούν τα δικαιώματά τους. Μέσω πλατφορμών όπως το Twitter, το Facebook και το Instagram, οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται προσωπικές εμπειρίες και να αλληλεπιδρούν με ένα ευρύτερο κοινό, συμβάλλοντας στην αποδόμηση στερεοτύπων.

Οι πλατφόρμες κοινωνικών μέσων μπορούν, επίσης, να λειτουργήσουν ως εργαλεία ακτιβισμού για την αναπηρία. Κινήματα όπως το #DisabilityTooWhite<sup>20</sup> και το #CripTheVote<sup>21</sup> στο εξωτερικό, έχουν αναδείξει ζητήματα ανισότητας και αποκλεισμού, δημιουργώντας έναν παγκόσμιο διάλογο γύρω από τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία. Αλλά και στην Ελλάδα οργανώσεις όπως η Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία<sup>22</sup> (ΕΣΑμεΑ) χρησιμοποιούν πλατφόρμες όπως το Facebook και το Twitter για να ενημερώνουν και να ευαισθητοποιούν το κοινό σχετικά με ζητήματα προσβασιμότητας και κοινωνικής ένταξης. Αντίστοιχες ψηφιακές κινητοποιήσεις υπάρχουν σε ημέρες ορόσημα όπως η παγκόσμια ημέρα για άτομα στο φάσμα του αυτισμού ή της τρισωμίας 21 (σύνδρομο Down) κλπ. Επιπλέον, έχουν πραγματοποιηθεί διαδικτυακές καμπάνιες για την προώθηση της προσβασιμότητας σε δημόσιους χώρους και υπηρεσίες, καθώς και για την καταπολέμηση των στερεοτύπων που σχετίζονται με την αναπηρία. Αυτές οι διαδικτυακές πρωτοβουλίες

<sup>20</sup> <https://autismspectrumnews.org/disabilitystilltoowhite-a-white-autist-examines-representation-in-the-disability-movement/> Ανακτήθηκε 11 Απρ 2025.

<sup>21</sup> <https://disabilityvisibilityproject.com/tag/crip-the-vote/> Ανακτήθηκε 11 Απρ 2025.

<sup>22</sup> <https://www.esamea.gr/el> Ανακτήθηκε 11 Απρ 2025.

προσφέρουν ένα μέσο συλλογικής δράσης και κινητοποίησης, επιτρέποντας στα άτομα με αναπηρία να ακουστούν χωρίς τη διαμεσολάβηση παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης.

Παρά τις δυνατότητες που προσφέρουν, πολλές πλατφόρμες κοινωνικών μέσων παραμένουν μη προσβάσιμες για άτομα με αναπηρία. Η έλλειψη υπότιτλων σε βίντεο, η απουσία περιγραφών εικόνων (alt text) και τα μη φιλικά προς τα screen readers ψηφιακά περιβάλλοντα, δημιουργούν σημαντικά εμπόδια. Παρότι κάποιες πλατφόρμες έχουν ενσωματώσει βελτιώσεις, η έλλειψη συστηματικής εφαρμογής αυτών των αλλαγών καθιστά δύσκολη τη χρήση τους από όλους.

Τα κοινωνικά μέσα δεν είναι απαλλαγμένα από τις προκαταλήψεις της κοινωνίας. Οι αναπαραστάσεις της αναπηρίας συχνά ενισχύουν το φαινόμενο "inspiration porn", το οποίο αναφέρθηκε σε προηγούμενη ενότητα της εργασίας, όπου τα άτομα με αναπηρία παρουσιάζονται είτε ως «ήρωες» είτε ως «αντικείμενα συμπόνιας». Αυτό το φαινόμενο, αν και πολλές φορές προβάλλεται ως θετικό, συμβάλλει στη διατήρηση της παθητικής εικόνας των ατόμων με αναπηρία και αποτρέπει την ουσιαστική τους ενσωμάτωση.

Οι αποφάσεις σχεδιασμού και τεχνολογίας στις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων δεν είναι ουδέτερες· αντίθετα, αποτελούν πολιτικές επιλογές που καθορίζουν ποιοι χρήστες θα συμπεριληφθούν ή θα αποκλειστούν. Διάφορες χώρες έχουν υιοθετήσει νομοθετικά μέτρα για τη βελτίωση της ψηφιακής προσβασιμότητας. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, ο Νόμος για τους Αμερικανούς με Αναπηρίες (ADA) (Ellis κ.ά. 2020, σ.253) επεκτείνεται στη διαδικτυακή προσβασιμότητα, επιβάλλοντας σε εταιρείες και κυβερνητικούς ιστότοπους να συμμορφώνονται με συγκεκριμένα πρότυπα. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η Οδηγία για την Προσβασιμότητα στον Ιστό (Ellis κ.ά. 2020, σ.245) (Web Accessibility Directive) απαιτεί από τους δημόσιους ιστότοπους να εφαρμόζουν τεχνικές βελτιώσεις που διευκολύνουν τη χρήση τους από άτομα με αναπηρία.

Ορισμένες πλατφόρμες κοινωνικών μέσων έχουν αναλάβει δράση για την προσβασιμότητα. Για παράδειγμα, το Twitter επιτρέπει στους χρήστες να προσθέτουν περιγραφές στις εικόνες τους, ενώ το Facebook έχει αναπτύξει αλγόριθμους αναγνώρισης εικόνας για τυφλούς χρήστες. Παρά τις πρωτοβουλίες αυτές, η πλήρης υιοθέτηση προτύπων προσβασιμότητας παραμένει μια αργή και πολύπλοκη διαδικασία.

Τα κοινωνικά μέσα έχουν τη δυνατότητα να λειτουργήσουν ως μέσα ενδυνάμωσης των ατόμων με αναπηρία, εφόσον αντιμετωπιστούν τα ζητήματα προσβασιμότητας και κοινωνικών διακρίσεων. Η συνεχής προσαρμογή των πλατφορμών στις ανάγκες όλων των χρηστών και η προώθηση πολιτικών που διασφαλίζουν τη συμπερίληψη είναι απαραίτητες για την πλήρη αξιοποίηση της δυναμικής των κοινωνικών μέσων.



## 9. ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΘΕΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ - ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

### 9.1 Ο Ρόλος των Ατόμων με Αναπηρία στο Μετασχηματισμό των Παραδοσιακών και Σύγχρονων Μέσων Ενημέρωσης

Η σχέση μεταξύ των ατόμων με αναπηρία και των μέσων ενημέρωσης αποτελεί αντικείμενο ενδελεχούς μελέτης στο πεδίο των Σπουδών Αναπηρίας (Disability Studies) και των Σπουδών Μέσων (Media Studies). Τα μέσα ενημέρωσης, τόσο τα παραδοσιακά (όπως η τηλεόραση και ο κινηματογράφος) όσο και τα σύγχρονα (όπως τα κοινωνικά δίκτυα και τα podcasts), διαδραματίζουν καίριο ρόλο στη διαμόρφωση κοινωνικών αντιλήψεων σχετικά με την αναπηρία. Ιστορικά, τα άτομα με αναπηρία έχουν συχνά αναπαρασταθεί μέσα από στερεοτυπικές απεικονίσεις, οι οποίες, όπως ήδη αναφέρθηκε, ταυτίζονται είτε με τη θυματοποίηση είτε με την υπερβατική έμπνευση. Ωστόσο, η ενεργή συμμετοχή δημιουργών με αναπηρία στα μέσα ενημέρωσης έχει οδηγήσει σε μια σταδιακή αποδόμηση αυτών των στερεοτύπων και στη διαμόρφωση ενός πιο συμπεριληπτικού πλαισίου αφήγησης.

Στην παρούσα ενότητα εξετάζονται πέντε θεωρητικά μοντέλα που αναλύονται από τη Haller (2024) και απορρέουν από το κοινωνικό μοντέλο της αναπηρίας. Τα μοντέλα αυτά συσχετίζονται με παραδείγματα δράσεων δημιουργών με αναπηρία, οι οποίες συμβάλλουν στην ανατροπή παγιωμένων κοινωνικών αντιλήψεων.

#### 1. Narrative Prosthesis (Αφηγηματική Προσθετικότητα) (Haller, 2024, σ.27-34)

Η έννοια του Narrative Prosthesis, η οποία εισήχθη από τους Mitchell & Snyder το 2000 (Haller 2024, σ.13), περιγράφει την εργαλειακή χρήση της αναπηρίας στην αφήγηση. Σύμφωνα με το συγκεκριμένο μοντέλο, τα άτομα με αναπηρία απεικονίζονται συχνά ως αφηγηματικά εργαλεία που εξυπηρετούν δραματικούς σκοπούς, όπως η τραγωδία, η έμπνευση ή ο ανταγωνισμός. Οι δημιουργοί με αναπηρία αντιστέκονται σε αυτήν την πρακτική, διεκδικώντας τον έλεγχο της δικής τους αφήγησης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Geri Jewell, η οποία έχει εγκεφαλική παράλυση και συνεργάστηκε με τους

παραγωγούς της σειράς Deadwood<sup>23</sup> για τη δημιουργία ενός αυθεντικού χαρακτήρα που αποφεύγει τα στερεότυπα.

## **2. Affirmative Model of Disability (Θετικό Μοντέλο Αναπηρίας) (Haller 2024, σ.116-130)**

Το Affirmative Model of Disability (Swain & French 2000, σ.569-582) εστιάζει στη θετική ταυτότητα και την ενδυνάμωση των ατόμων με αναπηρία. Αντί να την αντιμετωπίζει ως προσωπική τραγωδία, αναγνωρίζει την αναπηρία ως αναπόσπαστο στοιχείο της ανθρώπινης ποικιλομορφίας. Η διαδικτυακή σειρά “My Gimp Life”<sup>24</sup> της Teal Sherer αποτελεί παράδειγμα εφαρμογής του μοντέλου, παρουσιάζοντας με χιούμορ και ειλικρίνεια τις εμπειρίες της ως ηθοποιού που χρησιμοποιεί αναπηρικό αμαξίδιο.

## **3. Public Pedagogy (Δημόσια Παιδαγωγική) (Haller, 2024, σ.92-111)**

Το Public Pedagogy (Giroux, 2004, σ.200-221), αναφέρεται στον ρόλο των μέσων και της λαϊκής κουλτούρας στη διαμόρφωση της κοινωνικής αντίληψης. Οι δημιουργοί με αναπηρία αξιοποιούν διάφορες πλατφόρμες, όπως τα podcasts και τα κοινωνικά δίκτυα, για να εκπαιδεύσουν το κοινό σχετικά με τις εμπειρίες τους. Για παράδειγμα, το podcast Disability Visibility<sup>25</sup> της Alice Wong παρέχει μια πλατφόρμα μέσω της οποίας τα άτομα με αναπηρία μοιράζονται προσωπικές ιστορίες και αναλύσεις, ενισχύοντας τη συμπεριληπτική αφήγηση. Στην Ελλάδα, το podcast του ηλεκτρονικού περιοδικού “LIFO” με τίτλο «Ζούμε Ρε!»<sup>26</sup> ακολουθεί παρόμοια προσέγγιση, αναδεικνύοντας ζητήματα συμπερίληψης, προσβασιμότητας και εργασιακού αποκλεισμού.

## **4. Parasocial Contact Hypothesis (Παρακοινωνική Επαφής) (Haller, 2024, σ.61-70)**

Το Parasocial Contact Hypothesis (Schiappa, Gregg, & Hewes 2005, σ. 92-115) υποστηρίζει ότι η έκθεση των ευάλωτων κοινωνικών ομάδων στα μέσα ενημέρωσης μπορεί να μειώσει τις προκαταλήψεις, καθώς δημιουργείται μια αίσθηση οικειότητας μεταξύ του κοινού και των

---

<sup>23</sup> Μια σειρά που διαδραματίζεται στα τέλη του 1800 και περιστρέφεται γύρω από τους χαρακτήρες του Ντέντγουντ της Νότιας Ντακότα, μιας πόλης βαθιάς διαφθοράς και εγκλήματος. <https://www.imdb.com/title/tt0348914/> Ανακτήθηκε 11 Απρ 2025.

<sup>24</sup> Περιγράφει τις περιπέτειες μιας ηθοποιού που προσπαθεί να περιηγηθεί στο Χόλιγουντ με αναπηρικό αμαξίδιο. <https://www.imdb.com/title/tt1980197/> Ανακτήθηκε 10 Απρ 2025

<sup>25</sup> <https://disabilityvisibilityproject.com/podcast-2/>

<sup>26</sup> Δύο άτομα με αναπηρία όρασης έχουν δημιουργήσει μια σειρά podcast που πραγματεύεται θέματα αναπηρίας με δυναμισμό και διεκδικητικά. <https://www.lifo.gr/podcasts/zoume-re>

ατόμων με αναπηρία. Εκπομπές όπως το Born This Way<sup>27</sup>, το οποίο παρουσιάζει τη ζωή ατόμων με σύνδρομο Down, επιτρέπουν στο κοινό να αναπτύξει συναισθηματικούς δεσμούς με τα άτομα αυτά, συμβάλλοντας στη μείωση του κοινωνικού στίγματος.

### 5. Counter-Discourse (Αντίλογος) (Haller, 2024, σ.140-149)

Το Counter-Discourse (Haller, 2024, σ.16, σ.140-149) αφορά τη δημιουργία εναλλακτικών αφηγήσεων που αμφισβητούν τις κυρίαρχες ιδεολογίες. Οι δημιουργοί με αναπηρία χρησιμοποιούν διάφορα μέσα, όπως η τέχνη, η μουσική και τα κοινωνικά δίκτυα, για να προβάλουν νέες, ενδυναμωτικές αφηγήσεις. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το Krip Hop Nation<sup>28</sup> του Leroy Moore, το οποίο συνδυάζει τη μουσική hip-hop με τον ακτιβισμό, αναδεικνύοντας την καταπίεση που βιώνουν άτομα με αναπηρία που ανήκουν σε φυλετικές μειονότητες.

### Συμπεράσματα

Η ενεργή συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία στη βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στη δημόσια συζήτηση γύρω από την αναπηρία. Τα πέντε θεωρητικά μοντέλα που αναλύθηκαν αναδεικνύουν τις στρατηγικές που αξιοποιούν οι δημιουργοί με αναπηρία για να μετασχηματίσουν την αφήγηση και να διεκδικήσουν μια πιο αυθεντική και συμπεριληπτική εκπροσώπηση. Συνοψίζοντας, οι βασικές επιπτώσεις αυτών των δράσεων περιλαμβάνουν:

1. Την αποδόμηση στερεοτυπικών αναπαραστάσεων και την προώθηση αυθεντικών αφηγήσεων.
2. Την ενίσχυση της θεσμικής συμπερίληψης στη βιομηχανία των μέσων.

---

<sup>27</sup> Νέες και νέοι που γεννήθηκαν με τρισωμία 21 (σύνδρομο Down) ακολουθούν τα πάθη τους αγηγώντας τα κοινωνικά στερεότυπα. <https://www.imdb.com/title/tt5219042/> Ανακτήθηκε 10 Απρ 2025.

<sup>28</sup> Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της κοινότητας, ο σκοπός της είναι: «Η ευαισθητοποίηση σχετικά με την ιστορία, τις τέχνες και τα “isms” που αντιμετωπίζουν οι μουσικοί με αναπηρία. Μας ενδιαφέρει ιδιαίτερα να φέρουμε το μουσικό ταλέντο των καλλιτεχνών του χιπ-χοπ με αναπηρία στα χέρια των μέσων ενημέρωσης, των εκπαιδευτικών και των μελετητών του χιπ-χοπ, των ατόμων με αναπηρία και της φυλής, των νέων, των δημοσιογράφων και των συντονιστών συνεδρίων χιπ-χοπ. Το Krip-Hop Nation έχει κυκλοφορήσει CD, έχει διοργανώσει συνέδρια και έχει μιλήσει για θέματα από την αστυνομική βία κατά των ατόμων με αναπηρία μέχρι τον ικανισμό (ableism) στο χιπ-χοπ, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τις κοινότητές μας». <https://kriphopinstitute.com/> Ανακτήθηκε 10 Απρ 2025.

3. Τη διαμόρφωση ενός κοινού περισσότερο ενημερωμένου και ευαισθητοποιημένου απέναντι στην αναπηρία.

Καθώς οι φωνές των ατόμων με αναπηρία αποκτούν μεγαλύτερη δυναμική στον δημόσιο λόγο, η επίδρασή τους δεν περιορίζεται απλώς στην αναπαράσταση, αλλά οδηγεί σε μια βαθύτερη πολιτισμική αλλαγή προς μια πιο δίκαιη και συμπεριληπτική κοινωνία.

## **9.2 Ο Ρόλος των Μέσων Ενημέρωσης στη Διαμόρφωση Θετικής Ταυτότητας των Ατόμων με Αναπηρία**

Τα ΜΜΕ διαδραματίζουν, τελικά, καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της κοινωνικής αντίληψης για τα άτομα με αναπηρία, συμβάλλοντας είτε στην ενίσχυση στερεοτύπων είτε στην προώθηση μιας πιο θετικής και ενδυναμωτικής ταυτότητας. Η απεικόνιση της αναπηρίας στα μέσα ενημέρωσης και την ψυχαγωγία επηρεάζει όχι μόνο τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα με αναπηρία γίνονται αντιληπτά από την κοινωνία, αλλά και την αυτοαντίληψή τους. Ως εκ τούτου, η δημιουργία ενός πλαισίου αναπαράστασης που αποφεύγει τα στερεότυπα και προωθεί την κοινωνική ενσωμάτωση είναι ζωτικής σημασίας. Τα ΜΜΕ μπορούν να διαδραματίσουν έναν θετικό ρόλο μέσα από τη ρεαλιστική και ποικιλόμορφη αναπαράσταση, την ενίσχυση της φωνής των ατόμων με αναπηρία, την εκπαιδευτική τους λειτουργία, τη συνεργασία με οργανώσεις και την προώθηση της ορατότητας της αναπηρίας στην κουλτούρα και την ψυχαγωγία.

### **1. Ρεαλιστική και Ποικιλόμορφη Αναπαράσταση**

Μία από τις σημαντικότερες στρατηγικές που μπορούν να υιοθετήσουν τα ΜΜΕ για την προώθηση μιας θετικής ταυτότητας για τα άτομα με αναπηρία είναι η απεικόνισή τους με ρεαλιστικό και πολυδιάστατο τρόπο. Η παραδοσιακή απεικόνιση της αναπηρίας στα ΜΜΕ συχνά ακολουθεί τα δύο κυρίαρχα στερεότυπα που αναφέρθηκαν σε προηγούμενες ενότητες της παρούσας εργασίας: το μοντέλο του “supercrip” και το μοντέλο του οίκτου. Το πρώτο παρουσιάζει τα άτομα με αναπηρία ως «ηρωικά» πρόσωπα που ξεπερνούν εμπόδια με τρόπο υπεράνθρωπο, δημιουργώντας μη ρεαλιστικές προσδοκίες και πίεση για εξαιρετικά επιτεύγματα. Το δεύτερο τα τοποθετεί σε ρόλους θυμάτων που εξαρτώνται από τη φιλανθρωπία και την ευσπλαχνία της κοινωνίας.

Η αναπαράσταση των ατόμων με αναπηρία ως ισότιμων μελών της κοινωνίας, με προσωπικούς και επαγγελματικούς στόχους ή δράσεις που δεν περιορίζονται στην αναπηρία τους, μπορεί να συμβάλει στην αποδόμηση των στερεοτύπων. Οι τηλεοπτικές σειρές, ο κινηματογράφος και η διαφήμιση μπορούν να ενσωματώνουν χαρακτήρες με αναπηρία σε ρόλους που δεν σχετίζονται αποκλειστικά με την αναπηρία τους, προωθώντας την αποδοχή και τη συμπερίληψη.

## **2. Ενίσχυση της Φωνής των Ατόμων με Αναπηρία**

Ένα κρίσιμο ζήτημα στην αναπαράσταση της αναπηρίας στα μέσα ενημέρωσης είναι ο έλεγχος της ίδιας της αφήγησης. Παραδοσιακά, τα άτομα με αναπηρία απεικονίζονται και περιγράφονται από άτομα χωρίς αναπηρία, γεγονός που οδηγεί συχνά σε στρεβλώσεις της αναπαράστασής τους. Η ενσωμάτωση δημοσιογράφων, σκηνοθετών, συγγραφέων και παραγωγών με αναπηρία στα μέσα, μπορεί να εξασφαλίσει πιο αυθεντικές και πολυδιάστατες αναπαραστάσεις.

Επιπλέον, οι ψηφιακές πλατφόρμες και τα κοινωνικά δίκτυα προσφέρουν νέες ευκαιρίες στα άτομα με αναπηρία να διαμορφώνουν τη δική τους εικόνα και να διεκδικούν ενεργό ρόλο στον δημόσιο διάλογο. Μέσα από προσωπικά ιστολόγια, YouTube κανάλια και podcasts, οι ίδιοι οι άνθρωποι με αναπηρία μπορούν να μοιραστούν τις εμπειρίες τους, να καταρρίψουν μύθους και να προωθήσουν θετικά πρότυπα.

## **3. Εκπαιδευτικός Ρόλος των ΜΜΕ**

Τα ΜΜΕ έχουν τη δυνατότητα να λειτουργήσουν ως εκπαιδευτικά εργαλεία, ενημερώνοντας το κοινό για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία και προωθώντας την έννοια της κοινωνικής ένταξης. Η κάλυψη θεμάτων αναπηρίας συχνά επικεντρώνεται σε ιστορίες προσωπικού θριάμβου ή δυστυχίας, γεγονός που ενισχύει στερεότυπα.

Η ενημέρωση του κοινού μέσω τεκμηριωμένων ρεπορτάζ που βασίζονται στα ανθρώπινα δικαιώματα αντί της φιλανθρωπίας, μπορεί να αλλάξει τον τρόπο που αντιλαμβάνεται η κοινωνία τα άτομα με αναπηρία. Για παράδειγμα, οι δημοσιογράφοι μπορούν να αποφεύγουν τη χρήση υποτιμητικής γλώσσας και να δίνουν έμφαση στη σημασία της ίσης πρόσβασης σε υπηρεσίες και ευκαιρίες.

#### **4. Συνεργασία με Οργανώσεις και Κοινότητες**

Η παραγωγή περιεχομένου σε συνεργασία με οργανώσεις ατόμων με αναπηρία, ακτιβιστές και ειδικούς στον τομέα της αναπηρίας μπορεί να διασφαλίσει ότι οι αναπαραστάσεις είναι αυθεντικές και ενδυναμωτικές. Μέσα από τη συμμετοχή της κοινότητας των ατόμων με αναπηρία στη διαδικασία παραγωγής των ΜΜΕ, οι αφηγήσεις μπορούν να αντικατοπτρίζουν τις πραγματικές προκλήσεις, τα επιτεύγματα και τις φιλοδοξίες των ανθρώπων με αναπηρία.

Η ύπαρξη θετικών παραδειγμάτων στη δημοσιογραφία και την ψυχαγωγία μπορεί να συμβάλει στην αλλαγή των κοινωνικών αντιλήψεων. Για παράδειγμα, η παρουσία ατόμων με αναπηρία σε δημοφιλείς τηλεοπτικές εκπομπές ή η ενσωμάτωσή τους σε θέσεις επιρροής στα ΜΜΕ, μπορεί να βοηθήσει στη διαμόρφωση μιας κουλτούρας συμπερίληψης .

#### **5. Προώθηση της Ορατότητας στην Κουλτούρα και την Ψυχαγωγία**

Η ένταξη χαρακτήρων με αναπηρία στην τηλεόραση, τον κινηματογράφο και τις διαφημίσεις με τρόπο που δεν εστιάζει αποκλειστικά στην αναπηρία τους, συμβάλλει στην κανονικοποίηση της αναπηρίας στην καθημερινή ζωή .

Η προβολή ιστοριών επιτυχίας που αναδεικνύουν την πολυπλοκότητα των ζωών των ατόμων με αναπηρία, χωρίς να τα παρουσιάζουν ως εξαιρετικά ή αξιολύπητα, μπορεί να αλλάξει τις κοινωνικές αντιλήψεις και να ενισχύσει την αυτοεκτίμηση των ίδιων των ατόμων με αναπηρία.

Συμπερασματικά, η επίδραση των ΜΜΕ στη διαμόρφωση της ταυτότητας των ατόμων με αναπηρία είναι αδιαμφισβήτητη. Μέσω της ρεαλιστικής απεικόνισης, της ενίσχυσης της φωνής των ατόμων με αναπηρία, της εκπαιδευτικής διάστασης των ΜΜΕ, της συνεργασίας με την κοινότητα και της προώθησης της ορατότητας, τα ΜΜΕ μπορούν να διαδραματίσουν καταλυτικό ρόλο στη δημιουργία μιας κοινωνίας πιο συμπεριληπτικής και δίκαιης.

## 10. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία ανέδειξε τον κρίσιμο ρόλο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στη διαμόρφωση της κοινωνικής αντίληψης για την αναπηρία, καθώς και στη συγκρότηση της ταυτότητας των ατόμων με αναπηρία. Οι αναπαραστάσεις της αναπηρίας στα παραδοσιακά και σύγχρονα μέσα δεν είναι ουδέτερες· φέρουν έντονο ιδεολογικό φορτίο και λειτουργούν ως φορείς πολιτισμικών αξιών και κοινωνικών προτύπων. Μέσα από τις επιλογές απεικόνισης, τη γλώσσα, την οπτική αισθητική και τα αφηγηματικά μοτίβα, τα μέσα συμβάλλουν στη διαμόρφωση κανονιστικών αντιλήψεων για το τι θεωρείται "φυσιολογικό", "αποδεκτό" ή "επιθυμητό", επηρεάζοντας καθοριστικά τόσο τη δημόσια στάση όσο και την αυτοαντίληψη των ατόμων με αναπηρία.

Αν και παρατηρούνται θετικές εξελίξεις με την εισαγωγή πιο ρεαλιστικών και συμπεριληπτικών αφηγήσεων, οι στερεοτυπικές και ικανιστικές αναπαραστάσεις εξακολουθούν να κυριαρχούν στο επικοινωνιακό τοπίο. Η μετάβαση από το ιατρικό στο κοινωνικό μοντέλο της αναπηρίας δεν έχει ακόμη εδραιωθεί σε ευρεία κλίμακα, γεγονός που καθιστά τη διεκδίκηση αφηγηματικού χώρου από τα ίδια τα υποκείμενα της αναπαράστασης πιο επιτακτική από ποτέ.

Ένα ουσιώδες εύρημα της παρούσας μελέτης είναι η ύπαρξη ερευνητικού κενού όσον αφορά την επίδραση των ΜΜΕ στην αυτοεικόνα των ίδιων των ατόμων με αναπηρία. Η πλειονότητα των υπάρχουσών ερευνών επικεντρώνεται στην ανάλυση περιεχομένου ή στις στάσεις του κοινού, παραμελώντας την εμπειρία πρόσληψης των ίδιων των ατόμων με αναπηρία. Μελλοντικές μελέτες καλούνται να διερευνήσουν συστηματικά τη βιωμένη εμπειρία και τις ψυχοκοινωνικές επιδράσεις της έκθεσης σε τέτοιες αναπαραστάσεις, μέσα από συμμετοχικές, διαθεματικές και κριτικά ενημερωμένες μεθοδολογίες.

Παράλληλα, υπογραμμίζεται η σημασία της ενεργού συμμετοχής των ατόμων με αναπηρία στον μετασχηματισμό του επικοινωνιακού τοπίου. Η διεκδίκηση του δικαιώματος στην αυτοπαράσταση και στην παραγωγή περιεχομένου, είτε μέσω των παραδοσιακών είτε μέσω των ψηφιακών μέσων, αποτελεί βασικό βήμα προς την πολιτισμική ενδυνάμωση και την κοινωνική ισότητα. Η ορατότητα, η πολυφωνία και η ανάδειξη της αναπηρίας ως ισότιμης

έκφρασης της ανθρώπινης ποικιλομορφίας συνιστούν βασικές προϋποθέσεις για μια κοινωνία χωρίς αποκλεισμούς.

Συμπερασματικά, η οικοδόμηση μιας δημόσιας σφαίρας στην οποία τα άτομα με αναπηρία δεν θα εκπροσωπούνται μόνο, αλλά θα εκπροσωπούν, συνιστά όχι μόνο επικοινωνιακή αλλά και βαθύτατα πολιτική πράξη. Η αναπαράσταση της αναπηρίας ως αυτονόητου, πολυσήμαντου και ορατού στοιχείου του κοινωνικού ιστού μπορεί να λειτουργήσει ως καταλύτης κοινωνικού μετασχηματισμού και επανανοηματοδότησης της έννοιας της ισότητας στη σύγχρονη εποχή.



## Β' ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

### ΟΜΑΔΑ! ΜΑΖΙ;

#### Ο Δημοσιογράφος

Η μουσική από το ραδιόφωνο του αυτοκινήτου ήταν συγχρονισμένη με τις συνεχής σφυριές που άκουγα μέσα στο κεφάλι μου απ' το χανγκ όβερ της προηγούμενης βραδιάς. Ήταν κι αυτές οι άπειρες διαθλάσεις του ήλιου πάνω στο βρώμικο παρπρίζ του αυτοκινήτου που έκαναν σπαράλια τα οπτικά μου νεύρα. Γύρισα το κεφάλι μου στο πλάι· αν το κόκκινο φανάρι κρατούσε ακόμη δέκα δευτερόλεπτα, θα λιποθυμούσα.

Το μάτι μου έπεσε πάνω στο τεντωμένο χέρι ενός μικρού παιδιού που το τραβούσε βίαια ένας άντρας. Όπως το τραβούσε θαρρείς και επιτάχυνε· ένιωθες ότι ήταν θέμα δευτερολέπτων να αποσπάσει το χέρι από το αγόρι. Βλέποντας τα δύο πρόσωπα τα έβλεπες όλα. Από τη μια μεριά την αμηχανία και τη συστολή του παιδιού και από την άλλη τον θυμό του άντρα, σαν να άκουγες το σώμα του να ουρλιάζει. Έτσι όπως γούρλωσα τα μάτια μου, τους αναγνώρισα! Ήταν το αγόρι με το σύνδρομο Down και ο πατέρας του. Μια-δυο Κυριακές πριν, ήταν αυτός που μου παρέδωσε ένα τιμητικό βραβείο από τον Σύλλογο Γονέων παιδιών με αναπηρίες, για το άρθρο που έγραψα για την ομάδα μπάσκετ των παιδιών με αναπηρίες που ο Σύλλογος, μαζί με τον παλαίμαχο παίκτη του μπάσκετ Νίκο Μπέλο, είχαν δημιουργήσει.

Ένα μήνα νωρίτερα είχα δεχτεί ένα τηλεφώνημα από τον προπονητή της ομάδας, ο οποίος εν ολίγοις με ενημέρωσε ότι το άρθρο μου για τους «μικρούς ήρωες», είχε μεγάλη απήχηση γενικά, αλλά κυρίως στους γονείς των παιδιών της ομάδας και έτσι αποφάσισαν να με τιμήσουν. Όταν πρωτοσυνάντησα τον πρόεδρο του συλλόγου -τον άντρα που παραλίγο να ξεκολλήσει το χέρι του μικρού παιδιού-, με κέρδισε απευθείας ο γλυκός και ήπιος τρόπος ομιλίας του, η διάθεση να ακούσει τον συνομιλητή τους και ο λόγος του, που σου μετέδιδε μια αίσθηση αλήθειας. Μου μίλησε για την ορατότητα, στην οποία επιθυμούν να φέρουν τα παιδιά τους, για τις ανάγκες των παιδιών τους, που δεν διαφέρουν σε ένταση και πρωτοτυπία από των υπόλοιπων παιδιών, καθώς και πόσο πολύ βοηθούν πρωτοβουλίες σαν τη δική μου. Αργότερα, όταν το ίδιο βράδυ, αναπολούσα ακόμη τις κολακείες του, άρχισαν να ξεπηδούν στη μνήμη μου σωρεία έμμεσων «καρφιών», μεταμφιεσμένων σε γενικές αναφορές. Στην

ψιλοκουβέντα που πιάσαμε μετά την εκδήλωση, μου είπε ότι οι γονείς των παιδιών με αναπηρίες, δεν συμμερίζονται τους ηρωικούς χαρακτηρισμούς που αποδίδονται στα παιδιά, όπως ότι αποτελούν πηγές έμπνευσης και μαχητές της ζωής. *«Δεν ζουν για να εμπνέουν τους άλλους»*, ήταν η ατάκα του *«όμως κάθε πρωτοβουλία που αναδεικνύει την ύπαρξή τους, είναι πολύτιμη»*. Θύμωσα ανακαλώντας την κουβέντα, ωστόσο ο συγκεκριμένος ήταν μόνο ένα από τα άτομα που ήταν στην εκδήλωση. Από όλους τους παρόντες στη βράβευση, δεν θυμάμαι να υπήρξε κάποιος άλλος που να υπονόησε ή να εξέφρασε τέτοιες απόψεις έναντί μου.

Από τις σκέψεις με ξύπνησε το κορνάρισμα του πίσω αυτοκινήτου. Ο μικρός με τον πατέρα του είχαν εξαφανιστεί, αντίθετα οι βρωμιές στο παρμπρίζ ήταν εκεί, μαζί με τις διαθλάσεις του ήλιου εξιτάροντας τα επιβαρυμένα, από τη συνάντηση, αισθητηριακά μου. Έχουν, τελικά, όλοι οι άνθρωποι πολλά πρόσωπα, ακόμη και αυτοί που φαίνονται να αντιμετωπίζουν το σκληρό πρόσωπο της ζωής; Μήπως οι δυσκολίες που έχω αντιμετωπίσει είναι τόσο λίγες που δεν μπορώ να συναισθανθώ τους πιο κουρασμένους σωματικά και ψυχικά; Έχει ένας πατέρας τη δικαιοδοσία να υποδεικνύει εκφραστικούς κανόνες για τα παιδιά με αναπηρίες ή την αναπηρία γενικότερα, αλλά ο ίδιος να κακοποιεί το παιδί του;

Το ίδιο βράδυ τηλεφώνησα στον προπονητή της ομάδας και τον ρώτησα αν γνωρίζει τις οικογένειες της ομάδας. Μήπως, του είπα, να κάνω ένα άρθρο αυτή τη φορά για τις οικογένειες;

### **Η οικογένεια**

Η ψυχολόγος περίμενε τη Ζωή και τον Ηλία στο γραφείο της, χαλαρή και χαμογελαστή. Τους καλωσόρισε και κάθισαν γύρω από το τραπέζι.

- Λοιπόν, πως είμαστε;
- Γενικά καλά, αλλά κουρασμένοι όπως πάντα, αστειεύτηκε ο Ηλίας.

Τόσο ο Ηλίας, όσο και η Ζωή ένιωθαν άνετα με τη Σταυρούλα, καθώς είχαν από καιρό συνδεθεί μαζί της, ενώ παρά την άνεση στη συμπεριφορά της, ήξεραν και οι ίδιοι ότι μιλούσε από μια καθόλου εύκολη θέση, αφού μετά από ένα δύσκολο διαζύγιο, μεγάλωνε μόνη της την

κόρη της. Η Ζωή αν και γενικά ήταν λιγομίλητη και είχε μια έμφυτη αντίσταση να ανοιχτεί στους άλλους, ένιωθε μεγάλη εμπιστοσύνη στη Σταυρούλα, ενώ ο Ηλίας αδημονούσε για τη συνάντηση, καθώς η συζήτηση με την ψυχολόγο τον βοηθούσε και γι' αυτό αρκετές φορές εξαιτίας της πολυλογίας του, οδηγούσε τη συζήτηση σε μη προσχεδιασμένα θέματα, με αποτέλεσμα να καθυστερεί την κουβέντα και τελικά να μην προλαβαίνουν να καλύψουν, να ρωτήσουν ή να συζητήσουν όσα, από κοινού, με τη Ζωή είχαν σχεδιάσει. Κάθε φορά επιστρέφοντας στο σπίτι, ένας εθιμικός πεντάλεπτος τσακωμός, αφορούσε την πολυλογία του Ηλία.

Είχαν καταρτίσει με τη Σταυρούλα και την Ιωάννα την εργοθεραπεύτρια, ένα τσεκ λιστ με ορόσημα που έπρεπε να δουλέψουν με τον Γιάννη, με στόχο τη σταδιακή αυτονόμηση και αυτοεξυπηρέτησή του. Ύπνος το βράδυ, δίχως την παρουσία του Ηλία στο δωμάτιο, ντύσιμο, κλείσιμο φερμουάρ, χρήση πιρουινιού, ατομικός καθαρισμός. Το πλέον δύσκολο εμπόδιο που αντιμετώπιζαν, τώρα που ο γιος τους έμπαινε στην εφηβεία, ήταν η δυνατότητα μετάβασης σε χώρους και τοποθεσίες που ο Γιάννης δεν έχει επισκεφτεί το παρελθόν ή είχαν έντονα οπτικά ή ηχητικά ερεθίσματα. Η μετάβαση σε άγνωστα για τον ίδιο μέρη, του δημιουργούσε άγχος που τον καθήλωνε και δεν του επέτρεπε να μετακινηθεί, κυριολεκτικά, ούτε βήμα. Έτσι, είχαν περάσει αρκετές φορές χρόνο σε πρωτότυπα και μη μέρη, όπως πάρκινγκ εμπορικών κέντρων, καφετέριες, εστιατόρια που έσφυζαν από κόσμο, ιατρεία που για να μπει ή να φύγει έπρεπε να περάσεις μέσα από περιστρεφόμενες πόρτες. Δυο μέρες πριν το ραντεβού τους με τη Σταυρούλα, από καθαρή τύχη πρόλαβαν να μουν στις τουαλέτες της ταβέρνας λίγο πριν ο Γιάννης ουρήσει πάνω του, καθώς αντιστεκόταν να μπει στην τουαλέτα, εξαιτίας του διαπεραστικού θορύβου που έκανε το καζανάκι. Ένας ηλικιωμένος κύριος που ήταν συμπτωματικά στο χώρο και άκουσε τη Ζωή, έκλεισε την παροχή του νερού και ο Γιάννης ανακουφίστηκε. Το ίδιο άγχος μπορούσε να δημιουργηθεί στον Γιάννη, ακόμη και σε ήρεμους και ήσυχους δρόμους της πόλης, μετά από μια ξαφνική μεταβολή στη φωτεινότητα της μέρας ή ένα ξαφνικό φύσημα του αέρα. Το πιο πικάντικο στοιχείο ήταν ότι όλα αυτά μπορούσαν να συμβούν ή να μην συμβούν, έτσι απλά, χωρίς προειδοποίηση. Στατιστικά η συχνότητα αυτών των «κολλημάτων» του Γιάννη αυξανόταν εκθετικά, όταν η Ζωή βιαζόταν να φύγει για τη δουλειά, επειδή κάποιος πελάτης την περίμενε στο γραφείο, ή όταν ο Ηλίας προερχόταν από μια πολύ πιεστική μέρα στη δουλειά και οι ψυχικές του

αντοχές του είχαν εξανεμιστεί. Η τεχνική αντιμετώπιση αυτών των δυσλειτουργιών, σύμφωνα με τις οδηγίες της Σταυρούλας, ήταν -μεταξύ άλλων- να σχεδιάζουν τις δουλειές τους με αρκετή προπορεία και να ενημερώνουν τον Γιάννη για τον καιρό της επόμενης μέρας και για το πρόγραμμά τους. Η τεχνική αυτή γενικά δούλευε, αλλά δεν συνοδευόταν από εγγύηση. Μια φορά φεύγοντας από το σπίτι για το αεροδρόμιο, δυο τρία συννεφάκια εξαφάνισαν τον ήλιο για ένα πεντάλεπτο και ταυτόχρονα εξαφάνισαν την ανυπομονησία του Γιάννη για το ταξίδι με το αεροπλάνο. Η ταραχή του μαζί με τη διαπραγμάτευση διήρκησε ένα δίωρο, με αποτέλεσμα η άφιξή τους στην πύλη αναχώρησης του αεροδρομίου να σκοντάψει στην φωτεινή ένδειξη «GATE CLOSED», στοιχίζοντάς τους την απώλεια της πτήσης για Θεσσαλονίκη.

Η Σταυρούλα αφού πρώτα είδε τις σημειώσεις που της έφερε το ζευγάρι, χάρηκε για την επίτευξη των στόχων, αν και κατά βάθος ήξερε ότι τα «αποτελέσματα» ήταν λίγο φουσκωμένα, όχι τόσο για να πριμοδοτηθεί ο Γιάννης, όσο για να καλυφθεί ένα μέρος της της χρόνιας κόπωσης και της έλλειψης ενέργειας του ζευγαριού. Η Σταυρούλα το αντιλαμβανόταν, όπως επίσης, ένιωθε ότι ανεξάρτητα από το ποσοστό επίτευξης στόχων, το ζευγάρι επέμενε στη θέση νέων, καθώς αυτό λειτουργούσε ως ένας τρόπος πίεσης για τους ίδιους, ώστε σε κάθε παράθυρο ευκαιρίας χρόνου ή περίσσειας ενέργειας να διαθέτουν υλικό για δουλειά με το παιδί τους. Ένας επιπλέον λόγος που η Ζωή με τον Ηλία παρουσίαζαν λίγο βελτιωμένες τις επιδόσεις του Γιάννη στην επίτευξη των οροσήμων, ήταν γιατί είχαν μια υποδόρια ανησυχία, μην τυχόν η Σταυρούλα απογοητευτεί με την ασυνέπειά τους και με τον καιρό χάσει το κίνητρό της για αυτούς. Γνώριζαν τη σπουδαιότητα της κατάρτισης ενός «σχεδίου πτήσης» για την αυτονόμηση του Γιάννη, αφού αυτό εξασφαλίζει την πτήση ακόμη και αν πετάς μέσα στην ομίχλη. Εξάλλου, ποτέ δεν ξέρει κανείς, μπορεί μια μέρα να ξυπνούσαν πιο ξεκούραστοι και να κινητοποιούσαν τον Γιάννη περισσότερο, μπορεί και ο ίδιος ο Γιάννης να ξεχνούσε τα κολλήματά του και να τους έδινε πιο πολύ χώρο και χρόνο για δουλειά.

Η συνεδρία συνεχίστηκε, όπως πάντα με επικαιροποίηση των στόχων, με παραδοχές για αντοχές, ανοχές, εκδοχές και ανακωχές. Η ανυπομονησία για την εμφάνιση ενός μαγικού ραβδιού, μιας έτοιμης, μαγικής λύση, έκλεισε με τη Σταυρούλα να επαναλαμβάνει, με αγάπη,

ότι η υποστήριξη είναι το εργαλείο, με το οποίο το κάθε άτομο θα αναζητήσει τις πιο κατάλληλες για τον εαυτό του λύσεις. Αυτορυθμίζεστε και ξαναβουτάτε!

Φεύγοντας, χτύπησε το τηλέφωνο του Ηλία. Ήταν ο Νίκος, ο προπονητής της ομάδας μπάσκετ.

- Ηλία, την Τετάρτη το μεσημέρι κατά τις 4 και μισή, μας έχει καλεσμένους ο Καλύβας στην εκπομπή του. Κατάλαβες ποιος. Παίζει σε όλη τη Θεσσαλία. Θα κάνει ένα αφιέρωμα στην ομάδα μπάσκετ των παιδιών. Συμφωνείς, να του στείλουμε μερικά βιντεάκια να παίζουν στην τηλεόραση όσο θα μιλάμε μαζί του; Εσύ και εγώ θα συνδεθούμε από το γήπεδο λάιβ. Θα σε καλέσω το βράδυ να συνεννοηθούμε για λεπτομέρειες.

- Έγινε.

### **Ήρωες Παντού!**

#### **Η Συνάντηση σε εικόνα (Σενάριο)**

ΕΣΩΤΕΡ. ΚΛΕΙΣΤΟ ΓΗΠΕΔΟ ΜΠΑΣΚΕΤ – ΗΜΕΡΑ

Ο ΝΙΚΟΣ Μπέλος (53) και ο ΗΛΙΑΣ (48) στέκονται όρθιοι πίσω από μια μπασκέτα ενός κλειστού γυμναστηρίου. Ο Ηλίας είναι ντυμένος κάζουαλ, ενώ ο Νίκος φοράει φόρμες γυμναστικής. Στην άλλη μπασκέτα παίζουν μπάσκετ ΕΕΙ νεαρά αγόρια. Ακούγονται ΣΤΡΙΓΚΛΙΣΜΑΤΑ αθλητικών παπουτσιών στο παρκέ του γηπέδου. Στην μια πλευρά του γηπέδου μπάσκετ υπάρχουν άδειες ξύλινες κερκίδες και πίσω από αυτές παράθυρα από τα οποία μπαίνει ένας δυνατός ήλιος που καθρεφτίζεται πάνω στο γυαλιστερό παρκέ του γηπέδου. Περιοδικά, ακούγονται κάποια ΕΠΙΦΩΝΗΜΑΤΑ, ή μικρές χωρίς συντακτικό προτάσεις, λέξεις, βρισιές ή παραινέσεις, όπως «ΔΩΣΕ!», «ΜΠΡΑΒΟ!», «ΜΟΝΟΣ!», «ΟΧΙ ΡΕ ΜΑΛΑΚΑ!», κλπ. Η ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ (32) είναι ντυμένη κομψά έχει καλοχτενισμένα μαλλιά, φοράει μακιγιάζ και έντονο κραγιόν. Ένας ΚΑΜΕΡΑΜΑΝ (35) κοιτάζοντας μέσα από μια οθόνη μετρά αποστάσεις και καθραρίσματα.

Η Κωνσταντίνα δίνει ένα μικρόφωνο στον Νίκο και παρέχει οδηγίες στους δύο άντρες.

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

Κύριε Μπέλο, εσείς θα μιλάτε στο μικρόφωνο, ενώ εσείς κύριε Βρέκο θα μιλάτε

από τα ασύρματα ακουστικά σας. Θα σας  
καλέσουν από το στούντιο.

Η Κωνσταντίνα απομακρύνεται και μιλάει στο κινητό της  
τηλέφωνο.

Ο Νίκος είναι ήρεμος, ακουμπά το χέρι του στον ώμο του Ηλία  
και χαμογελά. Δεν ακούγεται τι του λέει. Ο Ηλίας δείχνει πιο  
σφιγμένος, δεν κουνάει καν τα πόδια του, σαν να είναι  
καρφωμένα στο παρκέ του γηπέδου, ενώ τοποθετεί τα ασύρματα  
ακουστικά του στα αυτιά του και τα ξαναβγάζει. Κάνει αυτή τη  
ρουτίνα τουλάχιστον 3 φορές.

Η Κωνσταντίνα κινείται σχετικά γρήγορα προς το μέρος τους.

#### ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

Σε 20 δευτερόλεπτα συνδεόμαστε. Κύριε  
Βρέκο φορέστε τα ακουστικά σας, λογικά  
θα σας καλούν στο κινητό.

Ο Ηλίας, βάζει για ακόμη μια φορά τα ακουστικά στα αυτιά του  
και βγάζει από την πίσω τσέπη παντελονιού του το κινητό του  
τηλέφωνο. Κουνάει καταφατικά το κεφάλι του.

#### OFF SCREEN (ΑΠΟ ΤΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ)

«Συνδεόμαστε με το κλειστό γήπεδο μπάσκετ της πόλης, όπου θα  
συναντήσουμε, θα μπορούσα να πω...έναν θρύλο του μπάσκετ.  
Λοιπόν, Νίκο καλωσήρθες πίσω στην γενέτειρά σου. Λοιπόν,  
επανέρχεσαι δυναμικά».

#### ΝΙΚΟΣ

Καλώς σας βρήκα. Στην ουσία δεν έφυγα  
ποτέ, καθώς κρατούσα πάντα...

Η φωνή του Νίκου σκεπάζεται από τον μονοφωνικό ήχο του  
κεντρικού παρουσιαστή.

#### OFF SCREEN (ΑΠΟ ΤΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ)

«Έχεις αναλάβει και την αντρική ομάδα της πόλης. Τι θα γίνει  
θα ανέβουμε επιτέλους κατηγορία;»

#### ΝΙΚΟΣ

Να με ξανακαλέσεις στο τέλος της χρονιάς,  
θα ξέρω σίγουρα!

#### OFF SCREEN (ΑΠΟ ΤΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ)

«Κωνσταντίνα, θα σου πρότεινα να μην στέκεσαι πολύ κοντά στον  
Νίκο ή πες στον Σταύρο να μικρύνει το πλάνο. Σαν τη Στρουμφίτα  
φαίνεσαι!»

Ήχος ΓΕΛΙΟΥ από το στούντιο.

«Νίκο, Πόσο ύψος έχεις;»

ΝΙΚΟΣ

1,96.

OFF SCREEN (ΑΠΟ ΤΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ)

«Πως είναι να βλέπεις τον κόσμο από τα 1,96;»

Ο Ηλίας παραμένει με τα πόδια καρφωμένα στο παρκέ, ενώ το πρόσωπό του είναι ανέκφραστο. Ο Νίκος είναι χαλαρός και έχει ένα ελαφρύ χαμόγελο.

ΝΙΚΟΣ

Από όποιο ύψος και αν τον βλέπεις, ίδιος είναι, το θέμα είναι να προσπαθούμε να τον κάνουμε πιο όμορφο και λειτουργικό.

OFF SCREEN (ΑΠΟ ΤΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ)

«Έχεις δίκιο. Λοιπόν, εδώ και περίπου ένα χρόνο προπονείς τους μικρούς ήρωες. Πως ξεκίνησε αυτή η ιδέα;»

ΝΙΚΟΣ

Ναι, είναι σημαντικό αυτό που ξεκινήσαμε με τον Σύλλογο γονέων, δίνουμε μια διέξοδο στα παιδιά, να βγουν από το σπίτι, να κοινωνικοποιηθούν, να αθληθούν.

OFF SCREEN (ΑΠΟ ΤΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ)

«Νίκο, συγχαρητήρια για αυτή την πρωτοβουλία σου. Από αθλητής διακρινόσουν για το ήθος σου. Πρέπει να βοηθάμε αυτά τα παιδιά, αυτούς τους ήρωες της ζωής, που μας δίνουν κουράγιο και έμπνευση. Εμείς εδώ και εγώ προσωπικά είμαι πολύ ευαισθητοποιημένος με αυτά τα θέματα. Ο καθένας από μας είναι βυθισμένος στον μικρόκοσμό του, ενώ αυτά τα παιδιά, άγγελοι θα μπορούσα να πω, αντιμετωπίζουν τα προβλήματα τους και ταυτόχρονα αποτελούν για εμάς ένα παράδειγμα. Κωνσταντίνα, έχουμε και εκπρόσωπο τον γονιών εκεί. Έτσι δεν είναι;»

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

Ναι Σωτήρη, έχουμε τον κύριο Βρέκο πρόεδρο του Συλλόγου...

Ο μονοφωνικός ήχος, διακόπτει και την Κωνσταντίνα.

OFF SCREEN (ΑΠΟ ΤΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ)

«Μπράβο και σε σας, τους ήρωες γονείς! Συνεχίστε έτσι.»

#### ΗΛΙΑΣ

Καλησπέρα και από μένα. Εμείς ευχαριστούμε τον κύριο Μπέλο που ξεκίνησε αυτή την προσπάθεια την οποία έχουν αγκαλιάσει τα παιδιά...

#### OFF SCREEN (ΑΠΟ ΤΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ)

«Έτσι, έτσι, ο Νίκος είναι παράδειγμα για όλους μας. Νίκο και εγώ σ' ευχαριστώ για αυτή την πρωτοβουλία και για ακόμη μια φορά σε συγχαίρω. Αυτές οι προσπάθειες πρέπει να αναδεικνύονται και να επιβραβεύονται από την πολιτεία, η οποία για ακόμη μια φορά είναι απούσα και μετακυλίζει τα προβλήματα στους γονείς και σε όσους έχουν το δικό σου ηθικό ανάστημα. Λοιπόν, σας ευχαριστώ πολύ και τους δυο σας, είναι ώρα να πάμε για ένα διάλειμμα. Νίκο τι λες; Αν έρθω σε καμιά προπόνηση, θα με βάλεις στο γήπεδο ή φοβάσαι; Σας ευχαριστώ και πάλι, καλή συνέχεια στον αγώνα σας.»

Ακούγεται, το ΓΕΛΙΟΣ του παρουσιαστή.

Η σύνδεση διακόπτεται ο Ηλίας βάζει το κινητό του τηλέφωνο στην τσέπη και βγάζει τα ακουστικά, η Κωνσταντίνα κατεβάζει το μικρόφωνο που κρατούσε μπροστά στο πρόσωπο του Νίκου και ο Νίκος βγάζει ένα χαρτομάντηλο και σκουπίζει το κάθιδρο πρόσωπό του. Είναι και οι 3 σοβαροί, με ύφος ενός παιδιού που βγήκε στη σκηνή να πει το ποίημα και ξέχασε τα λόγια του. Κοιτάζονται, οι δύο άντρες χαιρετούν με χειραψία την Κωνσταντίνα και τον καμεραμάν και φεύγουν σε αντίθετη κατεύθυνση. Ο Νίκος χτυπάει φιλικά τον Ηλία στην πλάτη.

#### Στις Πύλες του Ανεξήγητου

Από πολύ μικρή είχα μια έντονη δυσπιστία για τα «ανεξήγητα». Δεν μπορώ να ανακαλέσω ή να συνδυάσω κάποιο γεγονός που μπορεί να την προκάλεσε, αλλά αντιδρούσα ακόμη και στα ευχάριστα ανεξήγητα όπως πχ. την πρωτοχρονιάτικη επίσκεψη του Άγιου Βασίλη, ή τις παιδικές ιστορίες με φαντάσματα. Ναι, πολύ συχνά γινόμουν η παραφωνία της παρέας.

Πόσο μεγάλη ήταν η απογοήτευση μου όταν είδα τον Κώστα Χαρδαβέλα, του οποίου ήμουν μεγάλη φαν, από το 1981 και την εκπομπή «Ρεπόρτερς», να αφιερώνει για χρόνια σειρά εκπομπών, ασχολούμενος με την ομάδα «Ε» και διάφορες φαντασίες και συνομωσίες. Θυμάμαι να λογομαχώ με τον πατέρα μου, του οποίου η εξήγηση για τη μεταστροφή του δημοσιογράφου, συνοψίζονταν σε τρεις λέξεις. Ισχυρά οικονομικά κίνητρα. Αρκετά χρόνια



αργότερα, ένιωσα μεγάλη δικαίωση, όταν άκουσα τον δημοσιογράφο σε μια τηλεοπτική συνέντευξη να λέει ότι, όχι μόνο δεν πίστευε σε όλες αυτές τις σοφιστείες των διάφορων καλεσμένων, αλλά ότι το αρχικό του ερέθισμα για αυτή σειρά εκπομπών, προήλθε από τον τότε επτάχρονο γιο του, ο οποίος εκείνη τη περίοδο με τους συνομιλήκους του στο σχολείο, «ανακάλυψαν» τις ιστορίες για εξωγήινους. Έτσι, ο μπαμπάς Χαδραβέλας εξομολογήθηκε στη συνέντευξη ότι όταν ο γιος του, του ζήτησε περισσότερες πληροφορίες και ιστορίες για εξωγήινους, αυτός απάντησε: «Αν είναι έτσι, θα κάνω μια εκπομπή για το αν υπάρχουν εξωγήινοι. Έτσι ξεκίνησε αυτό». Τελικά και σε αυτή την ιστορία, δεν υπήρχαν υπόγεια οικονομικά συμφέροντα, συναλλαγές και «ανεξήγητα». Μια παρέα επτάχρονων παιδιών και ένας πατέρας έχουν πολύ ισχυρά κίνητρα από μόνοι τους.

Στα πιο δικά μου, από τότε που γεννήθηκε ο Γιάννης πλήθυναν απότομα τα «ανεξήγητα» στη ζωή μου. Με μια βασική διαφορά. Τα περισσότερα από αυτά, με την πάροδο των ετών για εμένα και τον Ηλία έγιναν μια ανεπιθύμητη ρουτίνα, για τους υπόλοιπους όμως απαιτούσαν, αναζητούσαν ή επιλύονταν με μια συμβατή και απλοϊκή εξήγηση. Ας πούμε ο Γιάννης για αισθητηριακού λόγους, απεχθάνεται το κίτρινο. Ακόμη και τις κίτρινες διαγραμμίσεις στους δρόμους. Όταν το καταλάβαμε, εννοείται πως δεν τον πιάσαμε, ποτέ ξανά, να φάει μπανάνα. Παρόλα αυτά, η μητέρα μου κατάφερε μια μέρα να τον αναγκάσει να φάει ένα κομματάκι μπανάνα και το απέδωσε στο ότι με τον Ηλία δεν επιμέναμε πολύ στη βελτίωση της διατροφής του παιδιού. Βέβαια, και η ίδια δεν είχε προσπαθήσει πολύ. Απλά, αντάλλαξε τη μπανάνα με δυο τεράστια σοκολατένια αυγά. Έτσι, ο Γιάννης παραμέρισε πρόσκαιρα την απέχθειά του για το κίτρινο, έκανε την καρδιά του πέτρα και έφαγε την μπανάνα!

Αρκετές φορές, ειδικά στα πρώτα χρόνια της ζωής του Γιάννη, προσπαθούσαμε να παρουσιάσουμε στους άλλους την πλέον πιθανή πραγματική εξήγηση για τις εμμονές και τα «ανεξήγητα» του Γιάννη. Εξάλλου, διαθέταμε για τον γιο μας πολύ περισσότερα δεδομένα από οποιονδήποτε άλλο. Με τον καιρό αντιληφθήκαμε ότι η αποδοχή από τους άλλους, αυτής της εξήγησης δεν ήταν ιδιαίτερα επιθυμητή, καθώς σε αρκετές περιπτώσεις σήμαινε ότι χρειαζόταν, από μέρους όλων (δασκάλων, θεραπειών, συγγενών κλπ.), περισσότερη προσπάθεια για κατανόηση. Έτσι, αρκούμασταν να δίνουμε μια απλή εξήγηση για τους άλλους, ή την υπόσχεση ότι θα διερευνούσαμε τις πύλες του ανεξήγητου, βάζοντας επιπλέον χόμγουορκ στους εαυτούς μας.

Μια χαρακτηριστική περίπτωση ήταν, όταν ο Γιάννης φοιτούσε ακόμη σε Δημοτικό Σχολείο για παιδιά τυπικής ανάπτυξης, μαζί με τον αδερφό του, τον Νικόλα. Έτσι, ένα πρωί με κάλεσε ο διευθυντής του σχολείου για να μου πει ότι ο Νικόλας κάποιες φορές έχει μια «ανεξήγητα» επιθετική συμπεριφορά. Συγκεκριμένα, εκείνη την ημέρα, πάνω στο παιχνίδι, έσπρωξε με δύναμη έναν συμμαθητή του, ο οποίος έπεσε, αλλά ευτυχώς δεν χτύπησε ιδιαίτερα.

Η κλασική αυτή περίπτωση ανεξήγητου, αποδόθηκε από τον διευθυντή του σχολείου, ως ενδεχόμενη εξάρτηση από παιχνίδια βίας στο διαδίκτυο, ή στην έλλειψη ουσιαστικής επικοινωνίας με την οικογένεια. Με συμβούλεψε, μάλιστα, να ζητήσουμε τη βοήθεια «ειδικού», μια συμβουλή που όπως μου εξήγησε δεν την έχει στο τσεπάκι, αλλά στην περίπτωση του Νικόλα, μάλλον είναι αναγκαίο να εξεταστεί. Φυσικά, τον καθησύχασα λέγοντάς του ότι θα κάνουμε ό,τι «πρέπει» και ότι θεωρούμε καλύτερο για όλους.

Η ιστορία πίσω από την αφήγηση του διευθυντή είχε ως εξής:

Όταν, ο Νικόλας, γύρισε στο σπίτι το μεσημέρι, συμφώνησε πλήρως με την ακρίβεια των δεδομένων που μου παρέθεσε ο διευθυντής. Ο Νικόλας, ο οποίος παρακολουθούσε συνεδρίες με ειδικό παιδοψυχολόγο από τα οκτώ του χρόνια, όταν πλέον η διαφορετικότητα του μικρού του αδερφού ήταν πλέον εμφανής, δούλευε πάνω στην ανάπτυξη της δυνατότητας να αναγνωρίζει και να διαχωρίζει τις καταστάσεις. Δυστυχώς, πολλές φορές τα κατάφερνε εκ των υστέρων. Επιπλέον, παρά τις προσπάθειές μας, όπως και του ψυχολόγου, να μην ενεργεί ως υπερασπιστής του Γιάννη, τον είχε πάντα στο μυαλό του, όταν ειδικά βρισκόταν κοντά του.

Εκείνο το πρωί στο σχολείο ο Νικόλας με τους συμμαθητές του έπαιζαν ποδόσφαιρο στην αυλή, στο πλαίσιο του μαθήματος της γυμναστικής και ο Νικόλας παρίστανε τον τερματοφύλακα της μιας ομάδας. Ο αγώνας φυσικά ήταν ισόπαλος και κρίσιμος. Μόλις χτύπησε το κουδούνι του σχολείου για διάλειμμα, παιδιά από όλες τις τάξεις άρχισαν να ξεχνώνονται στο προαύλιο. Τότε, ο Νικόλας είδε τον Γιάννη να κατεβαίνει, με τη γνωστή του αδεξιότητα, τη σκάλα που οδηγεί στην αυλή του σχολείου, καθώς η τάξη του ήταν στον πρώτο όροφο του κτηρίου. Παρατήρησε, επίσης, ότι ο Γιάννης αφενός δεν κρατιόταν από την κουπαστή της σκάλας (παρά το γεγονός ότι του το είχε επισημάνει πάμπολλες φορές) και

αφετέρου μια συμμαθήτριά του προσπερνώντας τον στη σκάλα, κατά λάθος του έσπρωξε τον ώμο, δημιουργώντας του μια στιγμιαία απώλεια ισορροπίας, την οποία -ευτυχώς- ο Γιάννης έγκαιρα ανέκτησε. Ο Νικόλας δεν κρατήθηκε, παράτησε την εστία της ομάδας, έτρεξε προς το μέρος του, άρπαξε το χέρι του, το έβαλε πάνω στην κουπαστή και του φώναξε δυνατά: «Σου έχω πει χίλιες φορές να κρατιέσαι από το κάγκελο!». Όπως όμως επέστρεφε στον αγώνα, είδε την αντίπαλη ομάδα να πανηγυρίζει το νικητήριο γκολ του αγώνα, το οποίο μάλιστα αποδείχτηκε μικρός κόπος, αφού δεν υπήρχε τερματοφύλακας για να υπερασπιστεί την εστία της ομάδας. Εκείνη τη στιγμή ένας συμπαίκτης του (εφεξής θύμα) φώναξε προς το μέρος του Νικόλα, μπροστά σε όλο το σχολείο: «Αγοράκι το άθλημα δεν είναι για μπέιμπι σίτερς!». Η συνέχεια φαντάζει γνωστή. Ετυμηγορία: Αδικοιολόγητα επιθετικός, «να»· ανεξήγητα επιθετικός, «όχι».

### Ωμό Tokenism

Όσο ο βραχνάς της Παγκόσμιας Ημέρας Αναπηρίας πλησίαζε, τόσο απορούσα με μέλη από διάφορους συλλόγους αναπηρίας της πόλης που ανυπομονούσαν να φτάσει αυτή η μέρα. Μου έδιναν την εντύπωση, προφανώς λανθασμένα, ότι ήταν η μοναδική δουλειά που τα άτομα αυτά είχαν. Εγώ αντίθετα, έπρεπε να χωρέσω μετά τη δουλειά, τις προετοιμασίες για τις εκδηλώσεις, να στείλω προσκλήσεις, δελτία τύπου, να πάρω τηλέφωνα και όλα αυτά, μετά από μια συνήθως γεμάτη μέρα στη δουλειά. Έπρεπε, επίσης, το αργότερο στις οκτώ το απόγευμα να είμαι σπίτι, γιατί ο Γιάννης έβρισκε ως αφορμή την απουσία μου για να μην καθίσει στο τραπέζι για βραδινό γεύμα, να μην κάνει μπάνιο και φυσικά ούτε λόγος για τις ασκήσεις της λογοθεραπείας και του σχολείου.

Ωστόσο, υπήρχε μια από της εκδηλώσεις της ημέρας που με ενθουσίαζε. Η ομάδα μπάσκετ των παιδιών με αναπηρίες έκανε συνήθως μια ανοικτή προπόνηση την πιο κοντινή στην Παγκόσμια Ημέρα Αναπηρίας Κυριακή, για όποιον ήθελε να την παρακολουθήσει. Όσο κοινότυπη και αν φαίνεται η ιδέα, αυτές οι προπονήσεις είχαν πάντα μεγάλο αντίκτυπο στα παιδιά και στο κοινό. Όσοι την παρακολουθούσαν πάντα ενθουσιαζόταν με το θέαμα. Ίσως γιατί, πριν έρθουν υπέθεταν ότι θα παρακολουθούσαν ανήμπορα παιδάκια να πασχίζουν. Αντίθετα, αυτό που έβλεπαν ήταν εικοσιπέντε ενθουσιώδη παιδιά, να κάνουν αρκετά συντονισμένα ασκήσεις, να «γράφουν» καλάθια και να ενθουσιάζονται από τα

χειροκροτήματα των θεατών. Όσο μεγαλύτερος ο ενθουσιασμός της εξέδρας, τόσο μεγαλύτερη και η ενέργεια της ομάδας. Με λίγα λόγια, οι θεατές παρακολουθούσαν την προπόνηση μιας «κανονικής» ομάδας.

Ενώ, σχεδόν όλα είχαν κανονιστεί, δύο τρεις μέρες πριν το σαββατοκύριακο των εκδηλώσεων, δέχτηκα δυο τηλεφωνήματα που με αναστάτωσαν, για την ακρίβεια με θύμωσαν. Αρχικά, μια νεαρή -στη χροιά της φωνής- δασκάλα δημοτικού σχολείου, μου πρότεινε με μεγάλη ευγένεια και με πολύ προσεγμένο στην επικοινωνία λεξιλόγιο<sup>29</sup>, να επισκεφτούμε με την ομάδα μπάσκετ των παιδιών με αναπηρία, το σχολείο τους, ανήμερα της Τετάρτης 3ης Δεκεμβρίου και μάλιστα πρωινή ώρα, ώστε τα παιδιά τους σχολείου τους να κάνουν παιχνίδια με μπάλες και έναν αγώνα μπάσκετ με την ομάδα μας.

Ήταν μια ακόμη πολύ καλή ιδέα, από αυτές που δέχεται κατά καιρούς η ομάδα. Υπήρχαν, βέβαια, πολλές προϋποθέσεις για την υλοποίησή της. Ας απαριθμήσω μερικές. Όλα ακριβολογώντας όλα, τα παιδιά της ομάδας μπάσκετ του Συλλόγου, είναι μαθητές. Δηλαδή, όπως όλα τα παιδιά, κάθε Τετάρτη (ανήμερα της 3ης Δεκεμβρίου εκείνη τη χρονιά) πηγαίνουν στο σχολείο τους. Τα παιδιά της ομάδας μπάσκετ προέρχονταν από περίπου πέντε με έξι διαφορετικά σχολεία της πόλης. Σχολεία πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας, εκπαίδευσης, σχολεία ειδικής αγωγής και σχολεία παιδιών τυπικής ανάπτυξης. Η συγκέντρωσή τους μια σχολική μέρα θα απαιτούσε έναν πολύ βαρύ συντονισμό με τους γονείς και τα σχολεία τους. Αν για την οικονομία της ανάλυσης, ρώτησα τη δασκάλα που μου έκανε την πρόταση, υποθέσουμε ότι όλοι αυτόματα είναι ενήμεροι και αποδέχονται την πρόταση, δεν πρέπει να διασφαλιστεί η μεταφορά και η συνοδεία των παιδιών στο σχολείο σας; Τον αρχικό, από μέρους της συνομιλήτριάς μου, ενθουσιασμό στο ξεκίνημα της τηλεφωνικής επικοινωνίας διαδέχτηκε μια σχετική αμηχανία. Ταυτόχρονα, άρχισα να σκέφτομαι αν ο καθένας που έχει την ευγένεια να σκεφτεί μια τέτοια ιδέα, υποχρεούται να έχει το νόου χάου των τεχνικών δεδομένων για την εκπλήρωσή της. Μήπως και 'γώ στα μουλωχτά έβγαλα το καπέλο του Προέδρου του Συλλόγου, δηλαδή, του ατόμου που λειτουργεί ως σύνδεσμος επικοινωνίας με τον κόσμο που δεν σχετίζεται με κάποια συνθήκη αναπηρίας και λειτούργησα με το θυμικό; Μήπως φόρτωσα σε μια καλοπροαίρετη γυναίκα

---

<sup>29</sup> Χρησιμοποιώντας φράσεις όπως: Παιδιά στο φάσμα του αυτισμού, τρισωμία 21 αντί συνδρόμου Down, αμαξίδιο και όχι καροτσάκι κλπ. Παραλείποντας φράσεις όπως: αυτά τα παιδάκια, ειδικές ικανότητες κλπ.

ενοχές για εγκλήματα που ποτέ δεν διετέλεσε; Τα μάζεψα άρον άρον της πέταξα ένα «θα το συζητήσω με το ΔΣ του Συλλόγου και θα σας καλέσω πίσω» και ούτε την ξανάκουσα.

Το δεύτερο και το πλέον εξοργιστικό τηλεφώνημα ήταν από μια δημοσιογράφο της πόλης, η οποία με ενημέρωσε ότι είχε ήδη συνεννοηθεί με την Διοίκηση της Περιφερειακής Ενότητας, ώστε ανήμερα της Παγκόσμιας Ημέρας Αναπηρίας, -υπενθυμίζω- Τετάρτη πρωί, να γίνει μια ανοικτή προπόνηση της ομάδας μπάσκετ. Στη συγκεκριμένη προπόνηση η περιφερειάρχισσα θα βράβευε τον προπονητή της ομάδας για την προσφορά του, θα μοίραζε μπλουζάκια στα παιδιά -με το λογότυπο της Περιφέρειας- και θα μοιραζόμασταν έναν όμορφο μπουφέ. Εγώ το μόνο που θα έκανα ήταν τα γνωστά· να συνεννοηθώ με παιδιά, γονείς, σχολεία και να συντονίσω τη μεταφορά και τη συνοδεία των παιδιών. Την ρώτησα αν τουλάχιστον είχε μιλήσει με τον προπονητή και μου απάντησε, «όχι». Τελικά, η προπόνηση ενώπιον της περιφερειάρχισσας έγινε και τα παιδιά φόρεσαν τα δωρεάν μακό μπλουζάκια, μέσα στα οποία οι περισσότεροι κολυμπούσαν.

### Στο Γυμνάσιο

Μόλις η Ζωή πάτησε και τα δυο της πόδια έξω από την αυλόπορτα του σχολείου, γύρισε πίσω και κοίταξε τον Ηλία. «Εντάξει, μου έφυγε αρκετό βάρος», του είπε. Το ίδιο ήρεμος, αλλά για λίγο διαφορετικούς λόγους έδειχνε ο Ηλίας. Πήραν και οι δυο ανάσες και σαν να ήταν συνεννοημένοι κοίταξαν τον ανοιξιάτικο ουρανό που τώρα φαινόταν να είναι σε πλήρη συμφωνία με την ψυχολογία τους. Όταν πριν καμιά ώρα έμπαιναν στο σχολείο φυσούσε ένα ψυχρό αεράκι και τα σύννεφα ήταν αδιαφανή. Είχαν μόλις βγει από το ραντεβού με την κοινωνική λειτουργό και την ψυχολόγο, του νέου σχολείου του Γιάννη που από την επόμενη σχολική χρονιά θα άλλαζε βαθμίδα εκπαίδευσης. Τώρα τα σύννεφα ήταν αραιά και επικρατούσε άπνοια. Μακάρι να είναι καλό σημάδι, σκέφτηκε ο Ηλίας.

Η ηρεμία, όμως, τον ανθρώπων που αντιμετωπίζουν θέματα πέραν του ελέγχου τους είναι σαν μια όμορφη και ήρεμη λίμνη. Ένα μόνο βοτσαλάκι αρκεί να διαπεράσει την επιφάνεια και η ηρεμία χάνεται. Έτσι και η ηρεμία του ζευγαριού, δεν κράτησε πάνω από πέντε λεπτά. Στο δρόμο για το σπίτι ο Ηλίας κοίταζε, πλάγια, τη Ζωή να οδηγεί και ένιωθε θερμότητα να εκπέμπεται από το κεφάλι της. Της διέκοψε τις σκέψεις ρωτώντας την, αν υποθετικά ήταν

στη θέση της ψυχολόγου και σημείωνε τις πληροφορίες που της έδιναν για τον Γιάννη, ποια εντύπωση θα της έμενε. «*Τί παιδί θα περίμενες τελικά να δεις;*». Η Ζωή γούρλωσε τα μάτια της και απάντησε αυθόρμητα: «*Σίγουρα όχι τον Γιάννη. Μάλλον κάποιο αγγελούδι! Μήπως πρέπει να γυρίσουμε πίσω;*». Τελικά είχαν την ίδια σκέψη. Οι γονείς ωραιοποιούν ακούσια την πραγματικότητα για τα παιδιά τους. Κι όμως, το προηγούμενο βράδυ είχαν συμφωνήσει να περιγράψουν, όσο πιο αντικειμενικά γίνεται τη γενική εικόνα του γιου τους, στο νέο σχολείο.

Η ψυχολόγος ήταν μια νεαρή γυναίκα, η οποία επειδή ήταν αναπληρώτρια, το πιθανότερο ήταν να μην βρίσκεται τον ερχόμενο Σεπτέμβριο στο σχολείο. Η θετική της προδιάθεση ήταν τόσο έκδηλη και έντονη που δεν γινόταν να σε αφήσει ανεπηρέαστο. Σε τέτοιο βαθμό, βέβαια, που ένιωθες ότι θα λιποθυμήσει από το άγχος. Ο Ηλίας με τη Ζωή δεν μπορούσαν να καταλάβουν αν είχαν τόσο μεγάλη αξία όλες οι λεπτομέρειες που μανιωδώς σημείωνε, με ολοστρόγγυλα γράμματα ή ήθελε να κρύψει την αμηχανία της. Η Ζωή είχε μια έντονη επιθυμία να την αγκαλιάσει και να της πει πόσο εμφανές είναι ότι θα γίνει μια πολύ καλή επαγγελματίας, να μην ανησυχεί, της έχουν εμπιστοσύνη. Ο Ηλίας σκεφτόταν, αν το γραφείο σε σχήμα «Γ» ήταν απλά μια κακοτεχνία ή πράγματι εξυπηρετούσε κάποιο σκοπό. Κατέληξε, επίσης, ότι το σχολείο πρέπει πιο παλιά να ήταν Δημοτικό, καθώς δεν ήταν δυνατόν οι καρέκλες που τους είχαν προσφερθεί να καθίσουν, να εξυπηρετούν ανθρώπους με ύψος πάνω από ένα μέτρο και πενήντα εκατοστά.

Εντωμεταξύ, ο κύριος όγκος των ερωτήσεων που τους υπέβαλαν οι δυο νεαρές γυναίκες, ήταν οι γνωστές χιλιοειπωμένες και αντίστοιχα απαντημένες, για τα στάδια ανάπτυξης του Γιάννη από τη γέννησή του, χωρίς καμιά πρωτοτυπία ή εμφανή διάθεση για σκάψιμο κάτω από την επιφάνεια. Οι ερωτήσεις ήταν ρυτιδωμένες και μουχλιασμένες, σε πλήρη διάσταση με τη σφριγηλότητα και φρεσκάδα των δύο γυναικών. Αρκούσε μια γρήγορη ανάγνωση ενός από τα άπειρα προσκομισθέντα έγγραφα που συνόδευαν τον Γιάννη σε κάθε συναναστροφή με δημόσιο φορέα, για να απαντηθούν όλες.

Σαν να μην έφταναν όλα αυτά, η ενημέρωση για τις βασικές αρχές λειτουργίας του νέου σχολείου δευτεροβάθμιας πλέον εκπαίδευσης, παρείχε στο ζευγάρι άπλετο χώρο να αναδυθούν όλες οι ανασφάλειές τους. «*Πολλά παιδιά πειραματίζονται με την αφή σε περιοχές*

κοντά στα γεννητικά τους όργανα», «το σχολείο είναι σε πέντε επίπεδα, δεν έχει πολύ λειτουργική διαρρύθμιση», «ο Γιάννης θα γνωρίσει πολλούς καθηγητές, θα αλλάζει μέσα στην ημέρα, δύο τρεις φορές αίθουσα» και πολλά άλλα. Εντωμεταξύ, ο Γιάννης διανύοντας την τελευταία χρονιά στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση είχε εμπεδώσει ότι στο σχολείο υπάρχει ένα πρόσωπο αναφοράς και αυτό είναι η δασκάλα ή ο δάσκαλος, οι συμμαθητές είναι σταθεροί και η αίθουσα είναι το πλέον ασφαλές μέρος όταν αγχωνόταν ή είχε ένταση.

Στην εξέλιξη της συζήτησης, το ζευγάρι έδωσε πληροφορίες για τις ρουτίνες και τα ενδιαφέροντα του Γιάννη. Εκεί ακριβώς χάθηκε το μέτρο από τη Ζωή και τον Ηλία. Ήταν ιδιαίτερα εύκολο κάποιος να συμπαθήσει τον Γιάννη, εξαιτίας της κοινωνικότητάς του και της συναισθηματικής ευφυίας του. Επίσης, δεν είναι πολύ συνηθισμένο ένα παιδί με σύνδρομο ντάουν να παίζει μπάσκετ με υψηλό ποσοστό ευστοχίας από μέση απόσταση, να κάνει ταεκ κβον ντο, να έχει μεγάλη αγάπη για το πιάνο, ώστε να έχει μάθει σε ένα χρόνο περίπου τριάντα τραγούδια, να παίζει χωρίς να κοιτάζει τα χέρια του και η διάθεσή του «φτιάχνει» κάθε φορά που βλέπει τα ασπρόμαυρα πλήκτρα. Ποιος ακούγοντας τα παραπάνω, δεν θα σχηματίσει αυτόματα την καλύτερη άποψη και δεν θα χτίσει τις μέγιστες προσδοκίες για ένα οποιοδήποτε παιδί; Πόσο μάλλον για ένα παιδί με αναπηρία; Γιατί να αποτελέσουν εξαίρεση οι δυο γυναίκες που άκουσαν όλα αυτά, ειπωμένα μάλιστα, με τον ενθουσιασμό του γονιού;

Μέσα στο πανηγυρικό, ωστόσο, κλίμα η Ζωή είπε, και η ψυχολόγος σημείωσε, ότι αρκούσε μια μεταβολή στον φωτισμό της μέρας, ή η εμφάνιση ενός σύννεφου στον ουρανό που θα κρύψει τον ήλιο για πέντε λεπτά, για να δημιουργήσει αναστάτωση στον Γιάννη. Μια απότομη φωνή ή ο ήχος από ένα τρυπάνι μπορούσαν να του δημιουργήσουν μια μη συμβατική και ανεξήγητη για την κοινή λογική, ανισορροπία στον γιο τους. Τελείως παραστατικά προειδοποίησε ότι μια από τις πιο δύσκολες προκλήσεις ήταν ότι ο Γιάννης με την πάροδο του χρόνου άλλαζε τη «γλώσσα» επικοινωνίας του. Όταν κάποιος είχε πλέον καταφέρει να μάθει τη γλώσσα μιας συγκεκριμένης περιόδου και είχε την πεποίθηση ότι υπήρχε διάπλατο κανάλι επικοινωνίας, ήταν το τέλειο θύμα του Γιάννη. Ο Γιάννης με τον καιρό και χωρίς να προειδοποιήσει, μετέβαλλε ρουτίνες, συνήθειες, κώδικες και άφηνε όποιον νόμιζε ότι η σύνδεση θα υπήρχε για πάντα, στα κρύα του λουτρού. Η Ζωή που είχε πλήρως αποκωδικοποιήσει αυτά τα δεδομένα, τα περιέγραψε με μια ανάσα.



Όμως πέρασαν στα ψιλά. Το ίζημα που άφησε η συζήτηση είχε το γυαλιστερό χρώμα του πιάνου που πάνω του καθρεφτίζονταν όλες οι όμορφες στιγμές που όλοι προσδοκούσαν να έρθουν.

### **Τί μένει;**

Η προπόνηση της ομάδας και εκείνη την Κυριακή ξεκίνησε με ενθουσιασμό. Πολλά χαμόγελα από τα παιδιά, χειροκρότημα σε κάθε επιτυχημένη ή αποτυχημένη προσπάθεια, χαιρέα με τον Νίκο και μεταξύ τους. Θυμάμαι όταν ήμουν και 'γώ, στην ηλικία του Γιάννη, σε μια ομάδα μπάσκετ, «τρώγαμε» απίστευτη κατσάδα από τον προπονητή, γιατί όταν ξεκινούσε η προπόνηση, κανένας δεν είχε στο μυαλό του να πει μια καλησπέρα, ή να χαιρετίσει τους συμπαίκτες του ή τον κόουτς. Δεν είναι πως δεν είχαμε καλές σχέσεις· απλά δεν το κάναμε. Αντίθετα, στις προπονήσεις της ομάδας του Γιάννη, δεν υπήρχε ούτε ένα παιδί που να μην μπει στο γήπεδο με χαμόγελο και να μην δώσει/πάρει μια αγκαλιά στον/από τον Νίκο. Ακριβολογώ· αγκαλιά. Ακόμη πιο αναλυτικά: Παιδιά της ομάδας που ήταν στο φάσμα του αυτισμού, δέχονταν και έδιναν, μετά το πρώτο διάστημα εξοικείωσης με άτομα και χώρο, αγκαλιές με διάπλατα ανοιχτά χέρια.

Ιδιαίτερη αναφορά αξίζει, επιπλέον, ότι οι συνήθειες ύποπτοι για τη χαλάρωση και επιδείνωση των σχέσεων στις παιδικές ομάδες, δηλαδή οι γονείς των παιδιών, στη συγκεκριμένη ομάδα παρέμεναν δεμένοι. Μπορεί να οφειλόταν στο γεγονός ότι όλοι κατά βάθος γνώριζαν ότι το αποτέλεσμα, αυτό που κάθε εβδομάδα τα παιδιά τους μοιράζονταν και αυτοί απολάμβαναν από την κερκίδα, ήταν εύθραυστο. Δημιουργήθηκε σχεδόν τυχαία, εξαιτίας της μετακόμισης του προπονητή από την Αθήνα στην επαρχία και θα μπορούσε να εξαχρωθεί ακαριαία, εξαιτίας κάποιου τυχαίου γεγονότος. Εύλογο είναι να αναρωτηθεί κανείς, γιατί είναι τόσο δύσκολο να αντικατασταθεί ο προπονητής μιας παιδικής ομάδας μπάσκετ. Η απάντηση είναι ιδιαίτερα απλή. Η διαθεσιμότητα, σε προπονητές ομάδων μπάσκετ είναι τεράστια. Αν αναζητούμε, ωστόσο, προπονητή για ομάδες μπάσκετ παιδιών με αναπηρίες, είναι σίγουρα μηδενική.

Από τα παραπάνω, θα μπορούσε να υποθέσει κανείς ότι ο φόβος φυλάει τα έρμα. Μπροστά στην απειλή της διάλυσης, όλοι μπορεί να καταπνέζαν ή φίλτραραν την αυθόρμητη



συμπεριφορά τους. Κι όμως, οι κεραίες κανενός δεν λάμβανε τέτοια σήματα, φόβου ή ανασφάλειας.

Είναι να απορεί κανείς. Ένα ετερόκλητο μείγμα παιδιών, στην πλειοψηφία μη νευροτυπικά, με αρκετές δυσκολίες και δυσλειτουργίες στη συμπεριφορά, κάποια από αυτά με κινητικές δυσκολίες και άλλα μη λεκτικά, έκαναν προπόνηση στο μπάσκετ και το μόνο που άκουγε κανείς ήταν δερμάτινες μπάλες να αναπηδούν, χειροκροτήματα και γέλια.

Ποια είναι τελικά η κόλλα που ενώνει τους ανθρώπους; Είναι διαφορετική για τους μη νευροτυπικούς; Μήπως τελικά τα παιδιά με αναπηρίες είναι πράγματι «ήρωες», βλέπουν και ακούνε με τα μάτια και τα αυτιά «της ψυχής»;

Ή μήπως αντίθετα, όταν το περιβάλλον είναι υγιές, καθαρό, δίκαιο, έχει συνέπεια, προκλήσεις και ικανοποιεί «κανονικές» επιθυμίες, βοηθά να αναδυθεί το καλύτερο κομμάτι του εαυτού μας;

Αρκετές φορές κατά τη διάρκεια των προπονήσεων, όταν ο Γιάννης κουραζόταν, προκειμένου να λουφάρει λίγο και να προκαλέσει μια διακοπή στη ροή της άσκησης, καθόταν στο παρκέ μέχρι να ακούσει τον Νίκο να τον καλεί. Τότε αυτός γελούσε, κοιτούσε τους συμπαίκτες του, χαμογελούσε και εντασσόταν πάλι στην ομάδα. Εκείνη την Κυριακή που όλα πάλι ήταν «φυσιολογικά», «κανονικά», «επιθυμητά», ο Γιάννης κάποια στιγμή κουράστηκε και κάθησε στο παρκέ. Ο Νίκος δεν τον πρόσεξε αμέσως, καθώς έδινε οδηγίες σε μια άλλη ομάδα παιδιών. Ξαφνικά, ένα παιδί της ομάδας στο φάσμα του αυτισμού και καθόλου «φίλος της αγκαλιάς», έτρεξε προς το μέρος του Γιάννη, τον αγκάλιασε, τον βοήθησε να σηκωθεί και του έδωσε το γνωστό χτυπηματάκι των αθλητών στην πλάτη, καθώς ο Γιάννης έτρεχε να μπει στη σειρά του. Ο Νίκος δεν τους είδε καν. Όλοι εμείς που καθόμασταν στην κερκίδα τους είδαμε.

## Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Βαρδακαστάνης, Σ. (2004). *Διαφήμιση και ΜΜΕ: Εισαγωγή στην επικοινωνιακή προσέγγιση της διαφήμισης*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Ζώτος, Χ. (2002). *Διαφήμιση: Θεωρητική και Πρακτική Προσέγγιση*. Αθήνα: Σταμούλης
- Καράγιαννη, Γ. & Κουτσοκλένης, Α. (2023). *Σπουδές για την Αναπηρία και Παιδαγωγική της Ενταξης* [Προπτυχιακό Εγχειρίδιο]. Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-226>
- Λεβέντης, Θ. (2007). *Η γλώσσα της διαφήμισης: Επικοινωνία και στρατηγικές πειθούς*. Αθήνα: Εκδόσεις Σαββάλας.
- Μιχαϊλίδης, Κ. (2009). *Συνεκπαίδευση και αναπηρία: Θεωρητική και Εμπειρική Κοινωνιοψυχολογική Προσέγγιση*. Παπασωτηρίου.
- Ναυρίδης, Κ., Δημητρακόπουλος, Γ., & Πασχαλίδης, Γρ. (Επιμ. Έκδ.) (1988). *Τηλεόραση και Επι-κοινωνία*. Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής.
- Σύμβαση του Ο.Η.Ε. για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία και Προαιρετικό Πρωτόκολλο (2006). United Nations Convention on the Rights of Persons With Disabilities. Ανακτήθηκε στις 21 Μαρτίου 2025, από <http://www.un.org/disabilities/convention/conventionfull.shtml>
- Τσαρδάκης, Μ. (2002). *Η διαφήμιση στην ελληνική τηλεόραση: Εικόνες και νοήματα της κατανάλωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Bandura, A. (2001). *Social cognitive theory: An agentic perspective*. Annual Review of Psychology, 54, 1–26.
- Barnes, C., Mercer, G., & Shakespeare, T. (2010). *The social model of disability*. In A. Giddens & P. Sutton (Eds.), *Sociology: Introductory readings* (3rd ed., pp. 161–166). Cambridge: Polity Press.
- Burt, A. H. (2020). *Impacts of Inspiration Porn*. University of Tennessee at Chattanooga. Retrieved from <https://scholar.utc.edu/mps/vol30/iss1/2>

- Charlton, J. I. (1998). *Nothing About Us Without Us: Disability Oppression and Empowerment*. University of California Press.
- Clay, D., Vignoles, D. L., & Dittmar, H. (2005). *Body image and self esteem among adolescent girls: Testing the influence of socio-cultural factors*. *Journal of Research on Adolescence*, 15, 451–477.
- Davis, N. (1975). *Sociological constructions of deviance: Perspectives and issues in the field*. New York, NY: Brown.
- Ellis, K. (2015). *Disability and Popular Culture: Focusing Passion, Creating Community and Expressing Defiance*. Routledge
- Ellis, K., Goggin, G., & Haller, B. (Eds.). (2020). *The Routledge companion to disability and media*. Routledge.
- Garland-Thomson, R. (1997). *Extraordinary Bodies: Figuring Physical Disability in American Culture and Literature*. New York: Columbia University Press.
- Giroux, H. A. (2004). *Public pedagogy and the politics of resistance*. *Cultural Studies*, 18(2–3), 200–221.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2002). *In the mind's eye: Imagery and transportation into narrative worlds*. In M. C. Green, J. J. Strange & T. C. Brock (Eds.), *Narrative impact: Social and cognitive foundations* (pp. 315–341). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage.
- Haller, B. A. (2010). *Representing Disability in an Ableist World: Essays on Mass Media*. Louisville: The Advocado Press.
- Haller, B. (2024). *Disabled People Transforming Media Culture for a More Inclusive World*. Taylor & Francis.
- Imrie, R. (2012). *Universal Design and the Problem of 'Post-Design'*. *Disability & Rehabilitation*, 34(10), 873–882.
- Kasser, S. & Lytle, R. (2005). *Inclusive physical activity*. Champaign, IL: Human Kinetics.

- Longmore, P. K. (1987). *Screening Stereotypes: Images of Disabled People in Television and Motion Pictures*. Social Policy.
- Olkin, R. (1999). *What psychotherapists should know about disability*. New York: Guilford Press.
- Oliver, M. (1981). *A new model of the social work role in relation to disability*. In J. Campling (Ed.), *The handicapped person: A new perspective for social workers* (pp. 19–32). London: RADAR.
- Oliver, M. (1990). *The Politics of Disablement*. London: Macmillan.
- Oliver, M. (1996). *Understanding Disability: From Theory to Practice*. Macmillan.
- Priestley, M. (2003). *Disability: A Life Course Approach*. Cambridge: Polity Press.
- Purtell, R. (2013). *Music and the social model of disability*. In J. Williams (Ed.), *Music and the social model: An occupational therapist's approach to music with people labelled as having learning disabilities* (pp. 26–32). London: Jessica Kingsley.
- Quinlan, M. M., & Bates, B. R. (2008). *Dances and discourses of (dis)ability: Heather Mills's embodiment of disability on dancing with the stars*. *Text & Performance Quarterly*, 28(1–2), 64–80. <https://doi.org/10.1080/10462930701754325>
- Quinlan, M. M., & Bates, B. R. (2009). *Bionic woman (2007): Gender, disability and cyborgs*. *Journal of Research in Special Educational Needs*, 9(1), 48–58. <https://doi.org/10.1111/j.1471-3802.2009.01115.x>
- Schiappa, E., Gregg, P. B., & Hewes, D. E. (2005). *The parasocial contact hypothesis*. *Communication Monographs*, 72(1), 92–115.
- Shakespeare, T. (1999). *Art and lies? Representations of disability on film*. In M. Corker & S. French (Eds.), *Disability discourse* (pp. 164–172). Buckingham, England: Open University Press.
- Shakespeare, T. (2006). *Disability Rights and Wrongs*. London: Routledge.

- Silva, C. F., & Howe, P. D. (2012). *The (In)validity of Supercrip Representation of Paralympian Athletes*. *Journal of Sport and Social Issues*, 36(2), 174–194. <https://doi.org/10.1177/0193723511433865>
- Solomon, M., Cornell, L. D. & Nizan, A. (2024). *Διαφήμιση και Προώθηση* (Προπτυχιακό Εγχειρίδιο). (Π. Θεοδωρίδης & Β. Μπουκουβάλα, Μετ. & Επιμ.). Κάλλιπος, Ανοικτές Εκδόσεις.
- Steele, C. M. (1997). *A threat in the air: How stereotypes shape intellectual identity and performance*. *American Psychologist*, 52, 613–629. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.6.613>
- Swain, J., & French, S. (2000). *Towards an affirmative model of disability*. *Disability & Society*, 15(4), 569–582.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*. In W.G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Brooks/Cole.
- Tan, A., Zhang, Y., Zhang, L., & Dalisay, F. (2009). *Stereotypes of African-Americans in China and media use among Chinese high school students*. *Howard Journal of Communications*, 20, 260–275. <https://doi.org/10.1080/10646170903065803>
- Watson, N. (2004). *Implementing the Social Model of Disability: Theory and Research*. Leeds: The Disability Press.
- Zhang, L., & Haller, B. (2013). *Consuming Image: How Mass Media Impact the Identity of People with Disabilities*. *Communication Quarterly*, 61(3), 319–334. <https://doi.org/10.1080/01463373.2013.776988>.

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.