

Kampania Nie dyskryminuj!

Do końca grudnia na Podkarpaciu



70 procent Polaków boi się osób z niepełnosprawnością intelektualną, mimo, że zdecydowana większość z nich nikogo takiego nie zna, lub się do tego nie przyznaje! Te szokujące wyniki badań nie pochodzą sprzed kilkunastu lat, ale zostały opublikowane całkiem niedawno. A wydawać by się mogło, że jest tak dobrze. Dlatego cały czas trzeba przypominać społeczeństwu o podstawowej zasadzie – najpierw poznaj, później szanuj a na końcu zaczniesz doceniać.

Jedną z najbardziej skutecznych i przemawiających metod dotarcia do świadomości społecznej są dobrze opracowane kampanie społeczne. Opracowane przez zespół specjalistów od reklamy od strony formalnej i profesjonalistów na co dzień wspierających osoby z niepełnosprawnością intelektualną od strony merytorycznej. Polskie Stowarzyszenie na Rzecz Osób z Upośledzeniem Umysłowym Koło w Jarosławiu od kilku miesięcy pracowało nad taką kampanią i dziś przedstawia Państwu jej efekty. Zapoznajcie się z nimi, oceńcie i pomóżcie, jako dziennikarze i osoby wrażliwe społecznie, przekonać wspomniane 70 procent Polaków, że osób z niepełnosprawnością intelektualną nie trzeba się bać. Nie można ich dyskryminować!

Co to jest niepełnosprawność intelektualna?

Niepełnosprawność intelektualna to stan będący skutkiem nieprawidłowej budowy lub uszkodzenia ośrodkowego układu nerwowego (mózgu) powstałego w życiu płodowym, w czasie porodu, lub we wczesnym dzieciństwie. Szereg przyczyn ma też podłoże genetyczne (np. zespół Downa). Upośledzenie umysłowe w populacji w wieku szkolnym stanowi 2-3%, zaś w populacji generalnej 1% (szacunki Światowej Organizacji Zdrowia –WHO).

Na świecie żyje około 60 mln osób z niepełnosprawnością intelektualną.

WHO podaje też, iż 75% wszystkich osób z niepełnosprawnością intelektualną stanowią osoby upośledzone umysłowo w stopniu lekkim, 12% umiarkowanym, 8% znacznym i 5% w stopniu głębokim. Wiele z tych osób cierpi też na sprzężone z upośledzeniem umysłowym dysfunkcje i choroby, m.in. niepełnosprawność układu ruchowego, zmysłu wzroku i słuchu, zaburzenia kontaktu, epilepsję i inne.

Głównym problemem osób z upośledzeniem umysłowym są trudności w uczeniu się i rozumieniu (szczególnie pojęć abstrakcyjnych), w przystosowaniu społecznym, a także trudności w komunikowaniu się.

Niepełnosprawni intelektualnie, aby żyć tak jak inni ludzie potrzebują możliwości nauczenia się różnych rzeczy oraz uzyskania zindywidualizowanego wsparcia w normalnym życiu. Potrzebują dobrej jakości edukacji szkolnej oraz rehabilitacji społecznej. Ta ostatnia polega na uczeniu się radzenia sobie w toku życia, w jak najbardziej normalnych, rzeczywistych sytuacjach, w otwartym środowisku: w domu, na ulicy, w środkach transportu publicznego, w urzędzie, w placówkach kultury i rekreacji, w pracy a także pełnieniu różnych ról społecznych.

Jakość ich życia zależy dzisiaj nie tyle od opieki i renty oraz zamkniętych instytucji ale od możliwości korzystania z ofert edukacji, zwłaszcza edukacji ustawicznej dla dorosłych, podejmowania aktywności zawodowej oraz realnego uczestnictwa w życiu społecznym. Prawdziwa integracja osób z niepełnosprawnością intelektualną jest możliwa tylko wtedy gdy będą żyć pomiędzy innymi ludźmi otrzymując niezbędną pomoc zależną od swoich indywidualnych potrzeb.

Na kampanię pod nazwą „Nie dyskryminuj!” składają się: spot telewizyjny i radiowy, akcja outdoorowa oraz plakat prasowy. Jej terenem objęte są cztery województwa Polski południowo-wschodniej: podkarpackie, świętokrzyskie, małopolskie i lubelskie. Kampania będzie trwała przez cały grudzień tego roku.

Kampania dofinansowana jest ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.

Spójną i efektowną kampanię wykreowała i zrealizowała grupa 2m3 z Krakowa, pracująca wcześniej między innymi na potrzeby festiwalu Sacrum Profanum, dla Filharmonii Krakowskiej i Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego; 2m3 specjalizuje się w projektowaniu przemyślanych

strategicznie rozwiązań graficznych i produkcji (od scenariusza po efekt finalny) wyrazistych niskobudżetowych spotów telewizyjnych.

Michał Piedziewicz – agencja 2m3:

Wyraźnie zaznaczamy: jesteśmy podobni, a więc tak samo ważni!

Wiodący motyw kampanii to porównanie ludzkich twarzy. Które z jednej strony decydują o naszej indywidualności (tożsamości, wyjątkowości), a z drugiej wskazują na zasadnicze podobieństwo. Dlatego mówimy: w istocie nie różni nas wiele! Podobieństwo fizyczne (zwłaszcza uśmiechy mamy podobne - co staraliśmy się pokazać w spocie telewizyjnym) to z kolei metafora podobieństw, o których mówimy przede wszystkim: podobieństw emocji, potrzeb, ambicji. Na przykład „chcemy pracować” - mówi jeden z lektorów reklamy radiowej - "chcemy być szanowani i doceniani". A więc traktowani równo.

Od czego zacząć?

Apelujemy:

**Poznaj - bo fundamentem dyskryminacji bywa najczęściej niewiedza, nieznanomość "innego".
Szanuj - bo poszanowanie to pierwszy krok do uznania wszelkich pozostałych praw i potrzeb.
Wreszcie, nie tylko szanuj, ale również doceniaj - czyli zauważ i pozytywnie odpowiadaj na wartość osoby niepełnosprawnej.**

Nie dyskryminuj! Traktuj tak, jak byś chciał aby traktowano ciebie!