



מדד אקים להכללה 2022

מדד ההכללה של אנשים עם מוגבלות שכלית

בשנת 2013 אקים ישראל יזמה את פיתוחו של מדד ההכללה (Inclusion) של אנשים עם מוגבלות שכלית בחברה הישראלית. מדד ההכללה בוחן במשך השנים את השינוי של עמדות הציבור ביחסו כלפי האנשים עם מוגבלות שכלית, את מידת ההכללה שלהם ומדרג את עמדות הציבור הרחב כלפיהם בנושאים שונים. במקביל, בוחן מדד ההכללה את עמדותיהם ותחושותיהם של אנשים עם מוגבלות שכלית ביחס החברה כלפיהם באמצעות דיונים פתוחים. מדד ההכללה של אקים משמש כלי למדידת שינוי עמדות בקרב הציבור וכן לבחינת המדיניות והשירותים, הניתנים לאנשים עם מוגבלות שכלית לצורך שיפור וטיוב המענים.

תקציר ממצאי המדד באשר לעמדות הציבור כלפי אנשים עם מוגבלות שכלית וכן בחינת תדמיתם וייצוגם בכלי התקשורת (בדגש על תכני אקטואליה):

א. עמדות הציבור

מאז השיקה עמותת אקים ישראל את מדד ההכללה של אנשים עם מוגבלות שכלית, ניכרת מגמת שיפור משמעותית בעמדות החברה כלפי אנשים כך למשל:

- רוב הציבור (81%), כיום, סבור כי מרכז חייהם של אנשים עם מוגבלות שכלית צריך להיות בקהילה. זאת, לעומת סקר עמדות הציבור שערכנו עבור מדד ההכללה הראשון בשנת 2014 שבו רק 42% מהנשאלים סברו שאנשים עם מוגבלות שכלית צריכים לגור בקהילה ולא במסגרת נפרדת.
- בעוד שרק אחוז אחד מהציבור היום סבור שאדם עם מוגבלות שכלית מסוכן לעצמו או לאחרים, במדד ההכללה הראשון סברו 25% מהנשאלים שאדם עם מוגבלות שכלית עלול להיות מסוכן ואגרסיבי.

ב. ייצוגים של אנשים עם מוגבלות שכלית בתקשורת

- למעלה מרבע מהאזכורים החדשותיים (27%) של אנשים עם מוגבלות שכלית באמצעי המדיה שנסקרו שיקף את תפיסת המסוגלות של האנשים (היבט חיובי).
- כחמישית מהאזכורים (21%) עסקו בהכללה ושילוב בחברה.
- ב-14% מהאזכורים האנשים עצמם (אנשים עם מוגבלות שכלית) התראיינו והשמיעו את קולם (בעיקר בנושאים של הכללה ושילוב).
- לצד זאת מצאנו גם את הממצאים הבאים ממחקר "יפעת":
- אנשים עם מוגבלות שכלית נמצאים בתת ייצוג באמצעי התקשורת (פחות מ-0.07% מכלל הכתבות והאייטמים האקטואליים עסקו בהם).
- 40% מהאזכורים של אנשים עם מוגבלות שכלית נקשרים למוחלשות (מקרי אלימות, קשיי קיום, שיח רפואי ומחקרים בתחום הרפואה, טיפולים, בדיקות לפני ובמהלך הריון ועוד).
- ב-86% מהאזכורים של אנשים עם מוגבלות שכלית אין התבטאות ישירה של אנשים עם מוגבלות שכלית. ב-20% מהאזכורים יש התבטאות של בני משפחה.
- כן מצאנו שהמונח "חוסים", המקטין את האנשים, מופיע ב-50% יותר מאזכורים של אנשים עם מוגבלות שכלית (באייטמים על מוגבלות). לצד זאת, חשוב לציין שמצאנו, כי המונח "אנשים עם מוגבלות שכלית" כבר הפך לרווח והוא המקובל באמצעי המדיה השונים (ב-52% מהאזכורים). רק ב-17% מהאזכורים עדיין נעשה שימוש במונח הארכאי "פיגור שכלי".

ג. עמדותיהם של אנשים עם מוגבלות שכלית

גם במדד זה, ביקשנו לתת את הבמה לאנשים עצמם ולשמוע מהם כיצד הם רואים את הייצוג של הקבוצה אליה הם משתייכים בתקשורת. בין היתר, ניתן ללמוד מדבריהם של האנשים, כי הם היו רוצים לראות יותר אנשים עם מוגבלות בתקשורת, בהקשרים שונים, יומיומיים. בנוסף למדדנו **סיפורי ההצלחה** של אנשים עם מוגבלות (הצלחתה של להקת "שלווה", המדליה של הספורטאים עם המוגבלות במשחקים הפרא אולימפיים), מחזקים במידה רבה את התדמית שלהם בעיני עצמם.

"כל הכבוד שהוא הגיע ליעד שלו ואשמח ליישם את היעדים שלי כמוהו".

רובא יונס טהא, 30

"אני יכולה להצליח בהרבה דברים. זה נותן לי כוח".

אורטל טולדו, 34

"זה גורם לי להרגיש שאני יכולה. זה לא משנה אם יש מוגבלות או אין מוגבלות

תמיד אפשר להגשים את החלומות".

אושרת מדלסי, 24

בניתוח כלל ממצאי המדד לעיל אנו מסיקים כי המגמה החיובית באשר להכללת אנשים עם מוגבלות שכלית בקהילה, המשתקפת בעמדות הציבור הרחב, אינה באה לידי ביטוי באופן מלא ומספק בייצוגים של האנשים עם מוגבלות שכלית בתקשורת, והדרך עודנה ארוכה לייצוג שוויוני וחיובי של אנשים עם מוגבלות שכלית. כמו כן, השימוש הרווח במונח "חוסים" מקטין אותם ומטשטש את אנושיותם, אישיותם ופניהם של אנשים עם מוגבלות באמצעי המדיה.

ההערכה שלנו היא, כי השינוי המשמעותי בעמדות הציבור ביחס לאנשים עם מוגבלות שכלית ולזכותם לגור בקהילה, נובע בעיקר ממדיניות בפועל של הכללה, ומהנוכחות המוגברת של אנשים עם מוגבלות בכלל ואנשים עם מוגבלות שכלית בפרט בקהילה, כשהם גרים בדירות בקהילה, משרתים בצה"ל, עובדים בשוק החופשי, בפעילויות עם האנשים בבתי הספר ובפעילויות פנאי בקהילה. הסיקור התקשורתי בתכני האקטואליה, כפי שעלה במחקר יפעת, לא משקף זאת מספיק, אך השטח אומר את דברו ומשפיע על עמדות הציבור.

אקים פועלת לקדם את החיים בקהילה עבור אנשים עם מוגבלות שכלית בכל תחומי החיים, ובתוך כך, לקדם גם את ייצוגם של אנשים עם מוגבלות שכלית בתקשורת, באופן שייצג נאמנה את היותם חלק בלתי נפרד מהקהילה: להראות אותם יותר ובעיקר בהקשרים של מסוגלות, להשמיע את קולם (באופן ישיר ובלתי אמצעי) וכן להשתמש בביטויים שמכבדים אותם.

מתודולוגיה

א. **סקר עמדות הציבור** נערך ע"י אקים באמצעות ראיונות טלפוניים של 518 אנשים המהווים מדגם מייצג של החברה בישראל ע"י מכון "שווקים פנורמה" בראשות מר יוסי ודנה. הסקר בחן את העמדות הכלליות של הציבור כלפי אנשים עם מוגבלות שכלית והכללתם בקהילה.

ב. מעבר לסקר הכללי, בשנה זו בחרנו להתמקד באופן ספציפי בייצוגים תקשורתיים של אנשים עם מוגבלות שכלית באמצעות חברת "יפעת מחקרי מדיה" ובליווי מדעי של ד"ר עמית קמה, יו"ר האגודה הישראלית לתקשורת.

במחקר נסקרו אמצעי התקשורת המובילים בישראל בתקשורת המודפסת, המקוונת והמשודרת בתקופה שבין 01.01.2021 - 30.10.2021. במחקר בדקנו בכמה אייטמים במהלך תקופה זו נעשה שימוש בביטויים: "מוגבלות שכלית", "חוסים" "תסמונת דאון" ו"פיגור שכלי", ונערך ניתוח תוכן איכותני הבוחן את אופי הייצוג.

”מקדם בולטות”: לשם מתן משקל גדול יותר לכתבות שעסקו באופן נרחב במוגבלות שכלית לעומת כאלו בהן המוגבלות השכלית רק אוזכרה בחלק קטן מהאייטם (למשל, כתבה רפואית עם אזכור זניח), ניתן משקל גבוה יותר לאייטם בו מידת הבולטות של המוגבלות השכלית הייתה משמעותית.

ג. **ניתוח דיונים שהתקיימו בקרב אנשים עם מוגבלות שכלית** - על מנת להבין את זווית הראייה, הצרכים והרצונות של אנשים עם מוגבלות שכלית באשר לתדמיתם בתקשורת, נערכו קבוצות דיון. בדיונים השתתפו 40 יהודים וערבים בשש קבוצות מרחבי הארץ - המועצה הארצית של המסנגרים העצמיים (אנשים עם מוגבלות שכלית) בחברה היהודית, מועצה ארצית של החברה הערבית וקבוצות הסנגור העצמי מדימונה, חולון, ראשון לציון ורחובות. חלקם מתגוררים במסגרות דיור תומך וחלקם בבית המשפחה. הדיונים התמקדו במידת החשיפה של אנשים עם מוגבלות שכלית כפי שהם חווים אותה בטלוויזיה. וזאת משום שהיא כלי התקשורת המרכזי ולעיתים הבלעדי עבורם לצריכת תכני אקטואליה.

