

Wizerunek osób z niepełnosprawnościami w mediach

Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna
dla Fundacji Avalon
marzec 2024

Metodologia badania

Badanie przeprowadzono na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna na ogólnopolskiej próbie liczącej N=2000 osób

Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania

Termin realizacji: 4 — 8 marca 2024

Metoda: CAWI



Główne wnioski z badania – część pierwsza

Ponad połowa badanych utrzymuje jakieś relacje z osobami z niepełnosprawnościami (OzN), a niemal połowa spotkała się przedstawieniem wizerunku OzN w mediach w ciągu ostatniego roku. Jednak obecność OzN w reklamie odnotował jedynie co piąty respondent i to w odniesieniu do nieokreślonego horyzontu czasowego. Według uzyskanych odpowiedzi w mediach OzN ukazywane są na ogół jako ludzie bierni i doświadczający wielu negatywnych rzeczy w życiu — choroby, cierpienia, braku pomocy. Skupienie uwagi mediów na pozytywnych aspektach — osiągnięcia czegoś przez OzN lub pokonania jakichś problemów — podkreśla mniej więcej co dziesiąty ankietowany. Niezależnie od tych obserwacji większość badanych uważa, że pojawienie się OzN w reklamie regularnych produktów jest dla nich neutralne, a ponad jedna trzecia twierdzi, że zachęciłoby to ich do skorzystania z reklamowanej oferty. Uczestnicy badania są zdania, że OzN w mediach przedstawiane są w rozmaity sposób — ponad połowa uważa, że rzeczywistość życia OzN pokazywana w mediach tylko częściowo dobrze odzwierciedla rzeczywistość. Jedna trzecia badanych jest zdania, że dziennikarze opisują te realia wiarygodnie. Optymalne przekazywanie informacji o OzN według badanych powinno skupiać się na podkreślaniu, że OzN mogą prowadzić samodzielne i normalne życie, ale jednocześnie stoi przed nimi więcej wyzwań niż przed osobami w pełni sprawnymi.

W celu zmiany postrzegania OzN rozważa się wprowadzenie różnych pomysłów w odniesieniu do szeroko rozumianych mediów.

W przeprowadzonym badaniu wykazano, że przychylnością respondentów cieszy się pomysł wprowadzenia obowiązkowych tłumaczeń (PJM lub napisy) oraz obsadzanie ról postaci doświadczających niepełnosprawności aktorami z niepełnosprawnościami — ponad połowa popiera wprowadzenie takich wymogów. Mniejszą popularnością cieszy się obowiązek pokazywania OzN w mediach — zgadza się z nim około jedna czwarta.

Główne wnioski z badania – część druga

Osoby z niepełnosprawnościami obecne w mediach implikują wśród odbiorców przede wszystkim współczucie, szacunek, podziw, uznanie, empatię — jedna trzecia wskazuje na te emocje. Jedna czwarta podkreśla pojawiającą się w nich chęć niesienia pomocy.

Zweryfikowano również poziom znajomości niektórych pojęć stosowanych w odniesieniu do OzN. Można przyjąć, że co piąty badany nie potrafił opisać, jak rozumie pojęcie różnorodności. Ponad połowa nie zdecydowała się wyjaśnić, jak rozumie inkluzywność, a niemal trzy czwarte prawdopodobnie nie spotkało się z pojęciem ableizmu.

Obraz osób z niepełnosprawnościami w mediach z pewnością jest nacechowany pierwiastkami pomocowymi, chorobowymi i tendencją do wywoływania w odbiorcach postaw opiekuńczych. Z drugiej strony badani deklarują raczej pozytywne nastawienie do OzN i dla przykładu chętnie widzieliby je w reklamach. Można przewidywać, że wprowadzenie zmian dotyczących tłumaczeń czy zasad angażowania aktorów z niepełnosprawnościami to właściwy kierunek. Pokazywanie OzN w sytuacjach z codziennego życia, mierzących się również z podobnymi wyzwaniami jak wszyscy i pragnących osiągać podobne cele z pewnością byłoby pożądaną drogą w stopniowym oswojaniu doświadczania niepełnosprawności w społeczeństwie.

Podsumowanie wyników badania – część pierwsza

Wśród wszystkich uczestników badania ponad połowa posiada aktualnie kontakt z osobą z niepełnosprawnościami (53%), a 13% określa samych siebie jako osobę doświadczającą jakiejś niepełnosprawności. Natomiast 18% nigdy nie miało i aktualnie nie ma kontaktu z OzN. Niepełnosprawność ruchowa (44%), sprzężona (17%) oraz intelektualna (11%) to najczęstsze rodzaje niepełnosprawności wśród osób, z którymi badani utrzymują relacje. Ankietowani, którzy określają siebie jako OzN najczęściej doświadczają niepełnosprawności ruchowej (57%) oraz niepełnosprawności sprzężonej (16%).

Przedstawianie wizerunku OzN w filmie, serialu bądź reklamie według połowy respondentów (50%) ma pozytywny wpływ na odbiór takiego materiału. 44% uważa, iż media przedstawiają OzN w wiarygodny sposób. Z drugiej strony ponad jedna trzecia (35%) podkreśla, że reklamy z udziałem OzN są tendencyjne i grają na emocjach odbiorców. Najwięcej sprzeciwu wzbudziły w respondentach stwierdzenia, iż OzN nie powinny być pokazywane w mediach — 72% się z tym nie zgadza — oraz, że przedstawianie wizerunku OzN w filmie, serialu bądź reklamie ma negatywny wpływ na odbiór takiego materiału (64%). Prawie trzy czwarte ankietowanych uważa, że OzN występująca w mediach jako ekspert w temacie dotyczącym niepełnosprawności będzie wiarygodna (73%). Zaufanie badanych OzN wzbudziłaby także jako bohater reportażu (71%) oraz bohater filmu (68%) czy serialu (67%). Na przeciwnym biegunie znajduje się sytuacja, gdy OzN jest bohaterem gry komputerowej — połowa jest zdania, że byłoby to wiarygodne przedstawienie (50%) oraz OzN jako bohater komiksu (51%). Odnotowano istotne statystycznie różnice między odpowiedziami OzN a badanymi, którzy są pełnosprawni — mniejszy odsetek badanych, którzy są OzN zaufałyby OzN występującej w mediach jako ekspert w temacie niezwiązanym z niepełnosprawnością (53%) niż wśród osób w pełni sprawnych (58%). Podobnie jak w przypadku OzN prowadzącej program rozrywkowy — wśród OzN taki prowadzący byłby wiarygodny dla 47%, a wśród osób w pełni sprawnych — dla 54%.

Podsumowanie wyników badania – część druga

44% spośród ogółu ankietowanych spotkało się z wizerunkiem OzN w mediach w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Ponad jedna czwarta z tych osób odpowiedziała, że miała taką możliwość od kilku razy w miesiącu do 1 razu w tygodniu. Najczęściej w mediach pojawiała się osoba z niepełnosprawnością ruchową (75%) lub z niepełnosprawnością intelektualną (36%). Prawie połowa badanych (48%) zauważyła OzN występujące w reklamach, ponad jedna trzecia (36%) w programach informacyjnych lub publicystycznych (35%). Z konkretnych tytułów programów telewizyjnych badani najczęściej przywołują serial "Klan", gdzie pojawia się OzN. Wykazano, iż osoby w pełni sprawne częściej niż OzN odpowiedziały, że spotkały się z OzN prowadzącą program rozrywkowy (9% versus 2%). Badani doświadczający niepełnosprawności częściej niż badani w pełni sprawni odpowiedzieli, że spotkali OzN pojawiającą się w reklamie (12% versus 3%).

OzN apelującą o wsparcie dla siebie lub innych w podobnej sytuacji to najczęściej przywoływany przez badanych wizerunek OzN pojawiających się w mediach — 1 raz w tygodniu lub częściej spotyka się z taką sytuacją jedna czwarta respondentów (25%). Większość ankietowanych uważa, że OzN powinny być pokazywane w mediach jako osoby samodzielnie prowadzące normalne życie (55%) ale jednocześnie stojące przed większą liczbą wyzwań niż pozostali (52%). Czy sposób, w jaki media pokazują OzN dobrze odzwierciedla rzeczywistość? Na to pytanie twierdząco odpowiedziało 30% osób, ponad połowa uważa, że częściowo tak a częściowo nie (53%). Występują tutaj istotne statystycznie różnice — 23% OzN odpowiedziało, że nie — to większy odsetek jak wśród pozostałych badanych (16%).

Język, którym opisywane są w mediach OzN jest przez 40% badanych określany jako adekwatny. Jednak podobny odsetek nie potrafi się ustosunkować do tego zagadnienia. Prawie połowa badanych jest przychylna pomysłowi wprowadzenia ustawowego obowiązku tłumaczenia na język migowy lub stosowania napisów dla treści emitowanych w telewizji (45%) oraz treści wyświetlanych w kinach (46%).

Podsumowanie wyników badania – część trzecia

OzN biorące udział w badaniu są bardziej pozytywnie nastawiona do takiej propozycji zmiany prawa — zarówno w kontekście telewizji (M=6,22 versus M=5,93) jak i w kontekście kina (M=6,18 versus M=5,89).

46% ocenia pozytywnie pomysł, aby postaci doświadczające niepełnosprawności w serialach czy filmach były grane przez OzN (50% — trudno powiedzieć). Wprowadzenie obowiązku pokazywania OzN w mediach ocenia jako dobry pomysł około jedna czwarta (24%) — a 52% nie ma zdania w tej sprawie. Badani z niepełnosprawnościami są bardziej przychylni takiemu obowiązkowi niż pozostali uczestnicy (M=5,16 versus M=4,84). Osoby przychylne takiej zmianie przepisów podkreślają, że zwiększyłoby to widoczność i świadomość OzN (23%) oraz umożliwiłoby ich lepsze zrozumienie (22%). 15% zwraca uwagę na zwiększenie tolerancji i akceptacji (15%). Argumenty przeciwko — podawane przez osoby negatywnie nastawione do takiego pomysł — to przede wszystkim podkreślanie, że byłoby to działanie sztuczne i na pokaz (45%).

18% ankietowanych spotkało się kiedykolwiek z OzN występującą w reklamie nie dotyczącej tematu niepełnosprawności (fundacje, itp.). OzN rzadziej odnotowały taką sytuację (14%). 36% badanych jest zdania, że obecność OzN w reklamie zachęca ich do przedstawianego w niej produktu, a większość twierdzi, że jest to dla nich neutralne (59%). OzN częściej odpowiedziały, że OzN w reklamie ich zniechęca niż pozostali (11% versus 4%). Jediną marką, której reklamy badani wskazują stosunkowo często jest Dove (3%).

Z katalogu aktywności i zachowań, jakie potencjalnie mogą wykonywać OzN najczęściej pozytywnych odpowiedzi oznaczających, że badani uważają, że OzN może się ich podejmować uzyskały następujące aktywności: zamieszczanie treści w mediach społecznościowych (93%), ślub z osobą w pełni sprawną (93%) oraz prowadzenie własnej działalności gospodarczej (93%). Najmniej badanych wyobraża sobie osobę

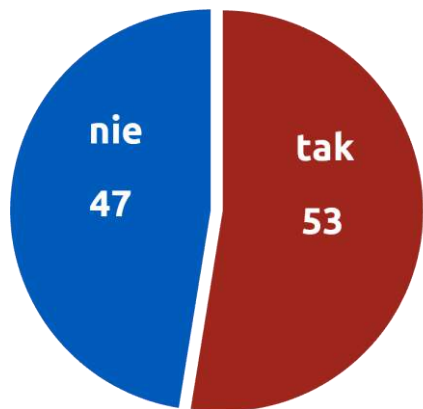
Podsumowanie wyników badania – część czwarta

z zespołem Downa posiadającą dziecko (50%), osobę niewidomą w kinie (62%) oraz OzN pijącą alkohol (63%). Badani z niepełnosprawnościami częściej niż pozostali wskazywali, że ktoś ze znacznym stopniem niepełnosprawności może zagłosować w wyborach (91% versus 86%). Z drugiej strony osoby w pełni sprawne częściej niż OzN odpowiadali, że OzN może pić alkohol (64% versus 55%) oraz że osoba niewidoma może chodzić do kina (63% versus 57%).

Emocje, które badani najczęściej odczuwają wobec OzN to przede wszystkim współczucie (44%), empatia (40%) oraz szacunek i podziw (39%). Na pytanie, jakie emocje badani odczuwają w kontekście OzN pojawiających się w mediach wskazywano podobny zestaw emocji — współczucie (38%), szacunek i podziw (36%), empatia (32%). Respondenci, którzy są OzN rzadziej niż pozostali deklarowali odczuwanie współczucia (38% versus 45%), litości (12% versus 18%) oraz zakłopotania (11% versus 17%). Natomiast częściej wskazywali na niechęć wobec OzN przedstawianych przez media (3% versus 1%).

Pojęcie różnorodności jest rozumiane na ogół jako odmienność, różnorodność (12%) lub fakt, że każdy jest inny (10%). Inkluzywność określana jest najczęściej jako akceptacja, brak uprzedzeń, tolerancja (14%). Warto zwrócić uwagę, że połowa badanych nie udzieliła odpowiedzi na to pytanie. Ableizm jest pojęciem niezrozumiałym dla zdecydowanej większości osób (74%). Niemal co dziesiąty badany (9%) odpowiedział, że jest to dyskryminacja ze względu na niepełnosprawność. Jedna czwarta uważa, że określenie niepełnosprawność jest brakiem lub ograniczeniem sprawności fizycznej lub psychicznej (24%). Pełnosprawność jest rozumiana na pierwszym miejscu jako pełnosprawność fizyczna (27%), a na drugim jako pełnosprawność intelektualna lub psychiczna (22%).

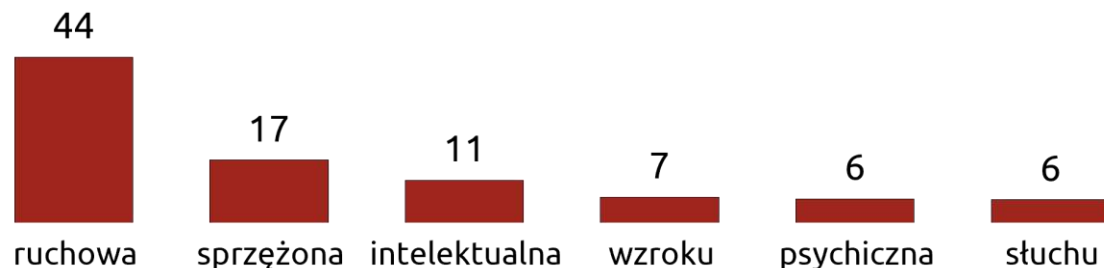
Kontakt z osobami z niepełnosprawnościami



Posiadanie aktualnie kontaktu z osobami z niepełnosprawnościami

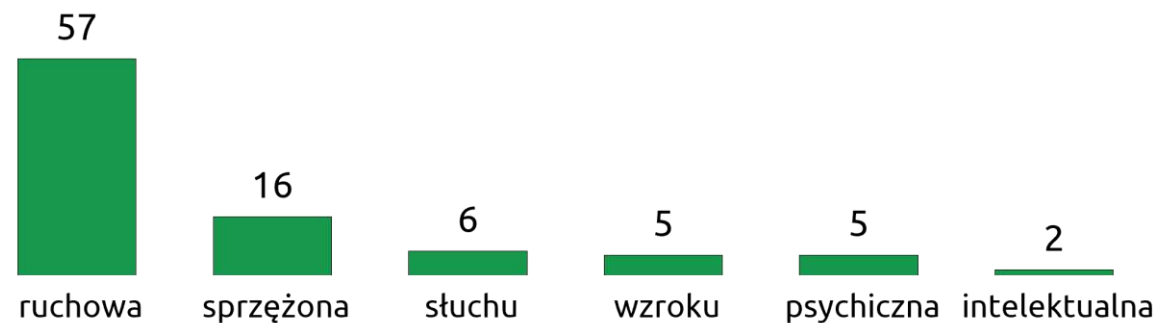


W jakiej relacji pozostajesz z osobami z niepełnosprawnością?



Jakiego rodzaju niepełnosprawności doświadcza osoba, z którą masz kontakt?

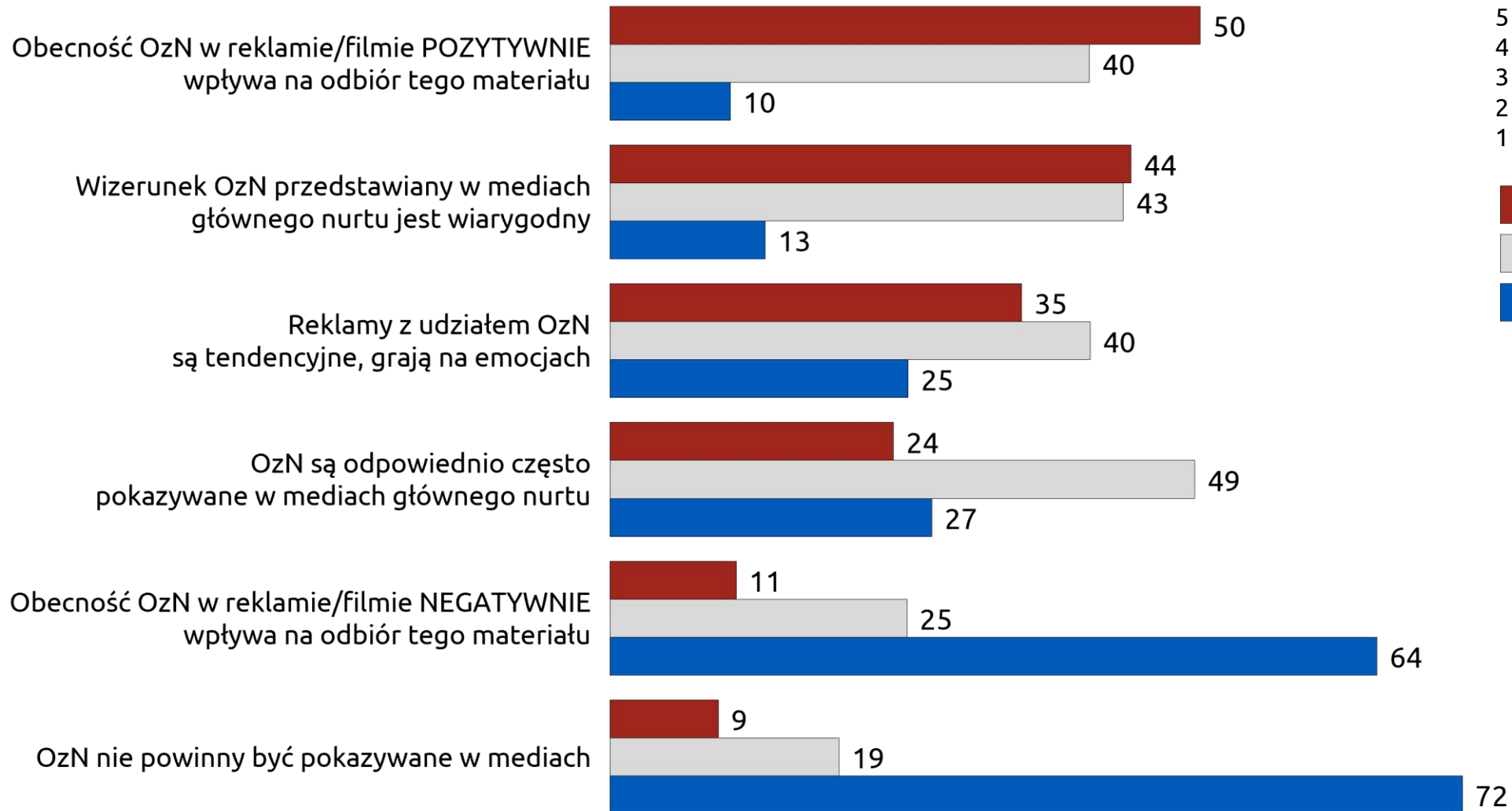
(N=1051 — badani, którzy aktualnie mają kontakt z OzN)



Jakiego rodzaju niepełnosprawności sam doświadczasz?

(N=264 — badani, którzy są OzN)

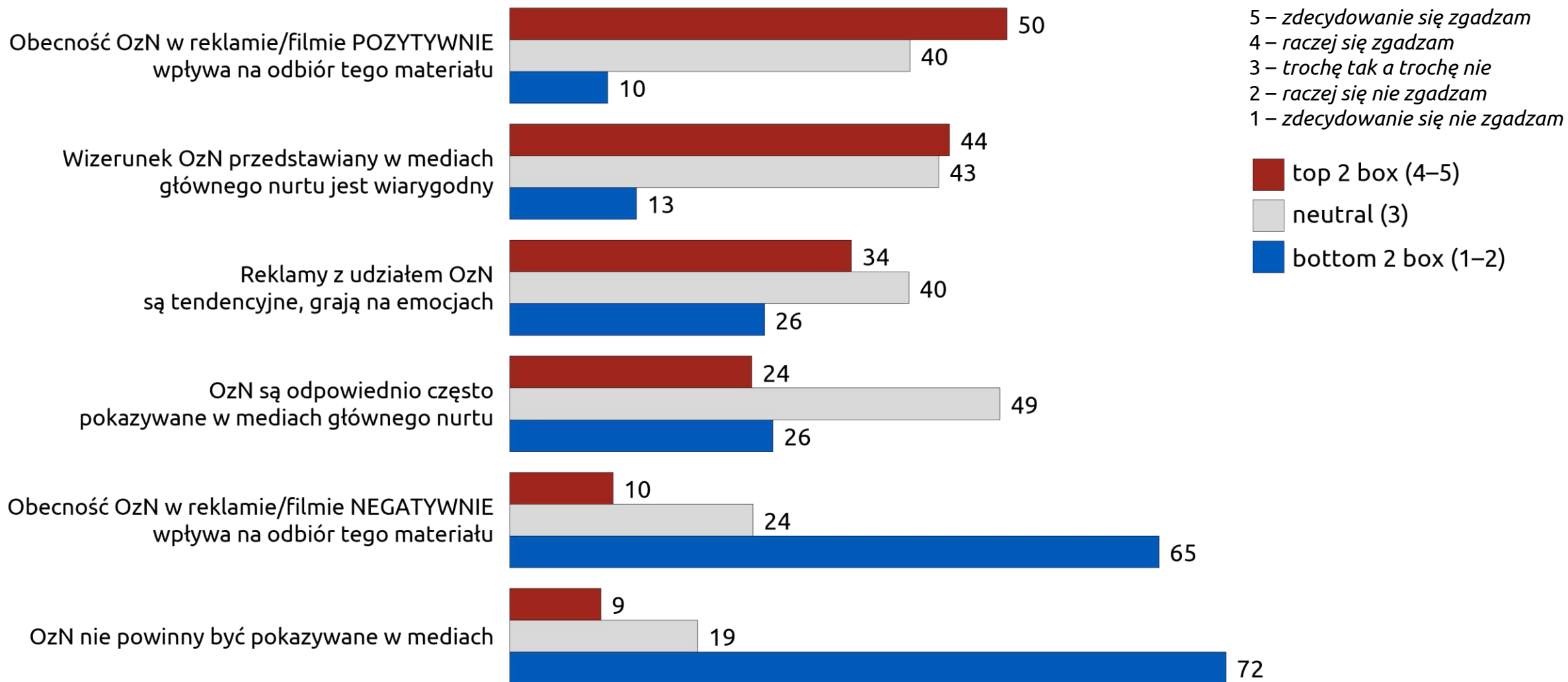
Na ile zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami? – wszyscy badani



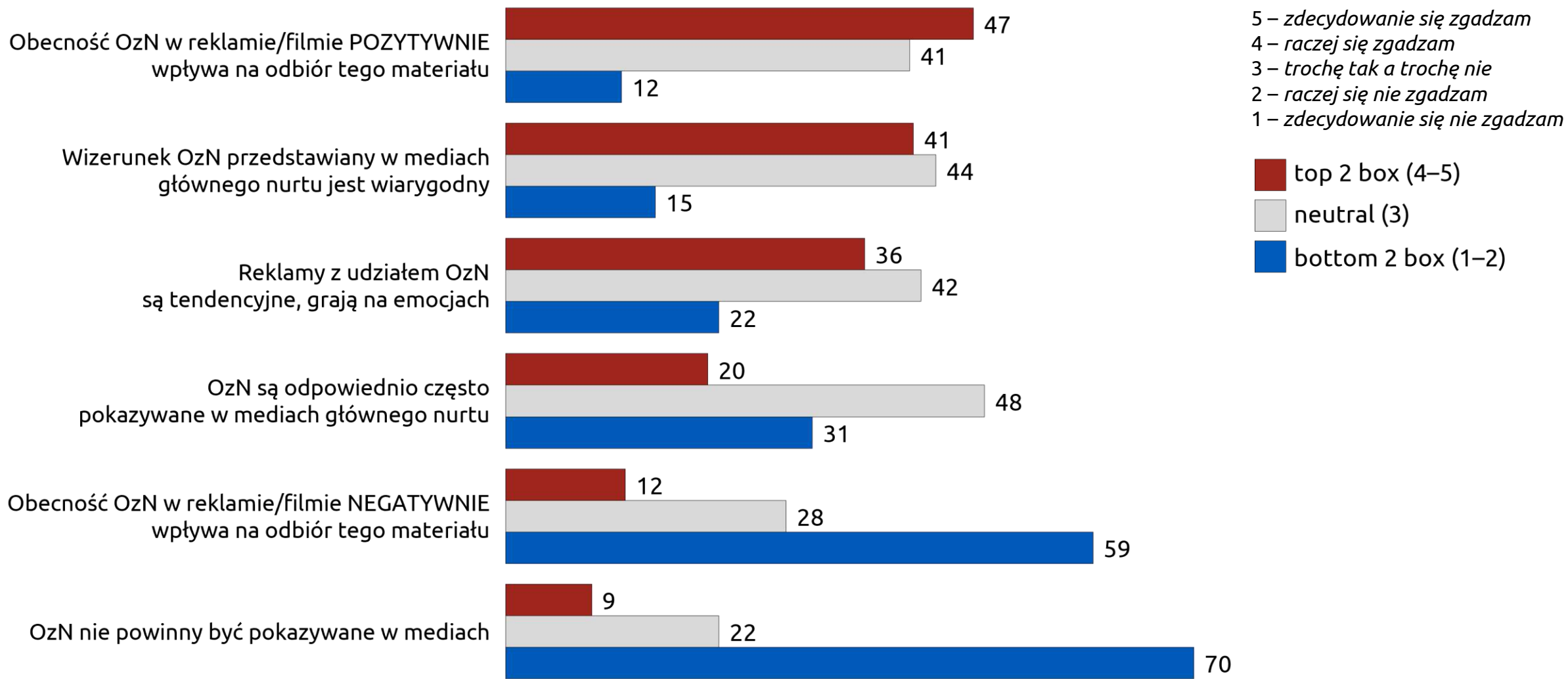
5 – zdecydowanie się zgadzam
 4 – raczej się zgadzam
 3 – trochę tak a trochę nie
 2 – raczej się nie zgadzam
 1 – zdecydowanie się nie zgadzam

■ top 2 box (4-5)
■ neutral (3)
■ bottom 2 box (1-2)

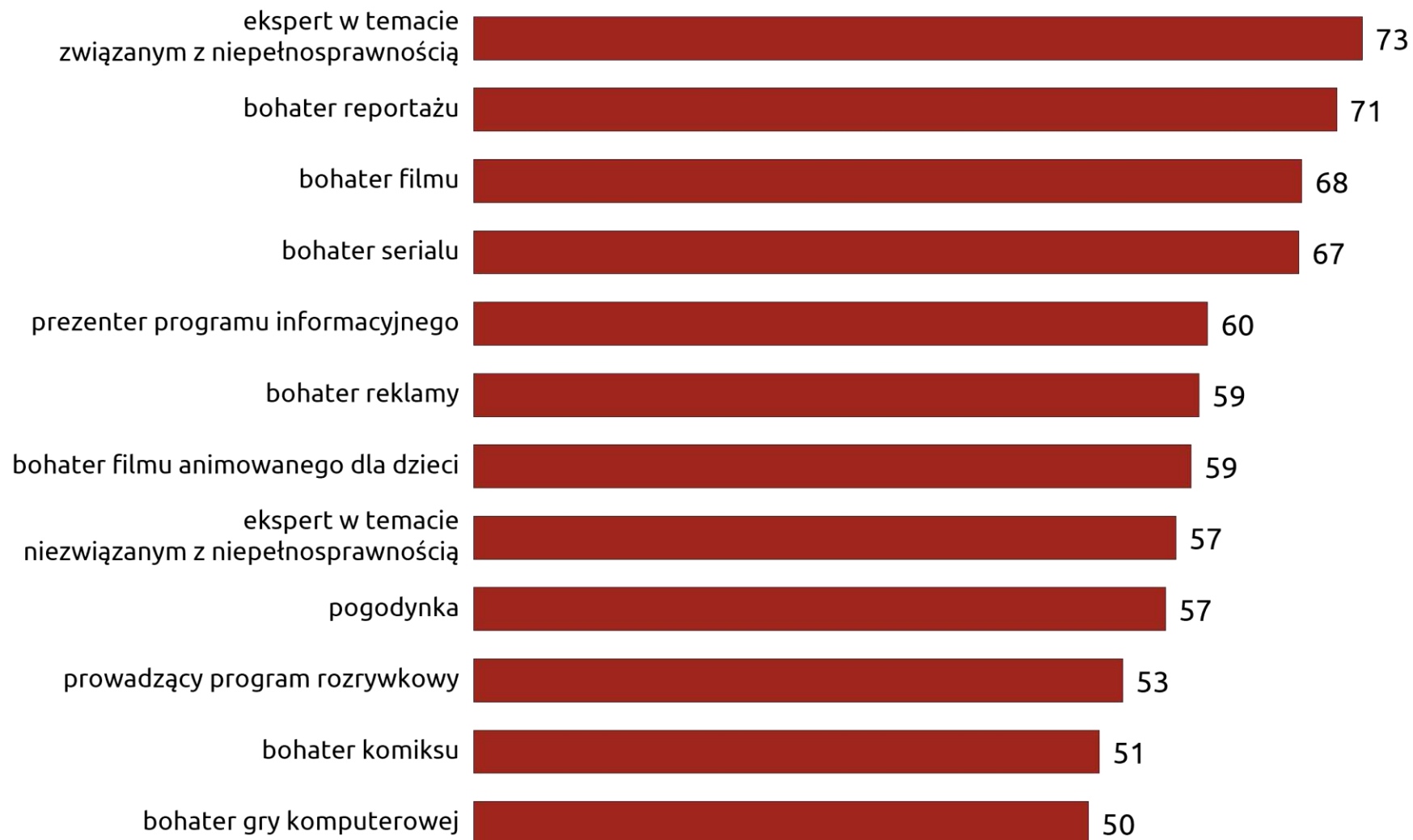
Na ile zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami? – osoby bez niepełnosprawności



Na ile zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami? – osoby z niepełnosprawnościami

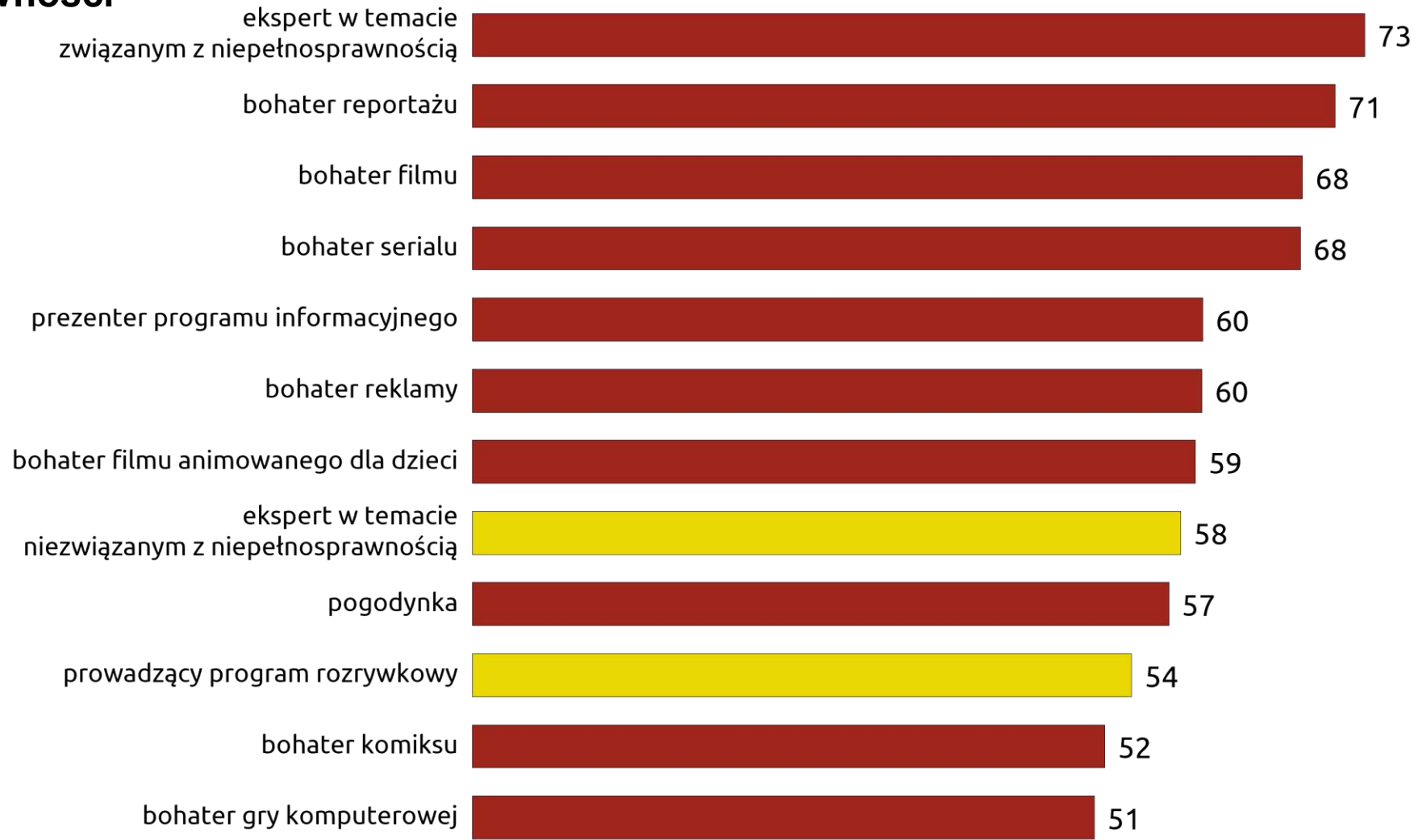


Czy Twoim zdaniem OzN jest wiarygodna i wzbudza zaufanie jako ... ? – wszyscy badani



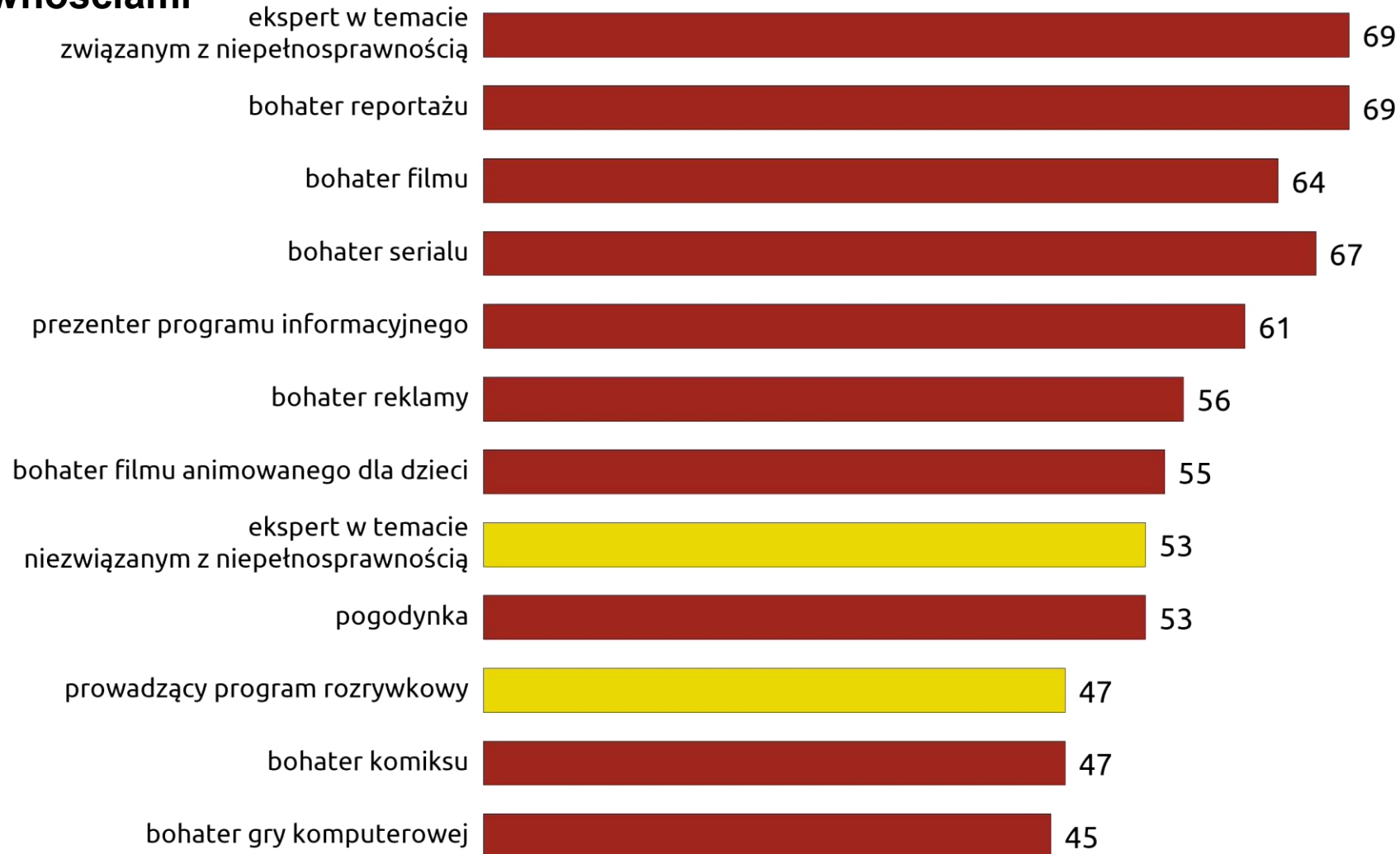
Odsetek odpowiedzi
zdecydowanie tak
i raczej tak
(top 2 box: 4–5)
5 – zdecydowanie tak
4 – raczej tak
3 – trochę tak a trochę nie
2 – raczej nie
1 – zdecydowanie nie

Czy Twoim zdaniem OzN jest wiarygodna i wzbudza zaufanie jako ... ? – osoby bez niepełnosprawności



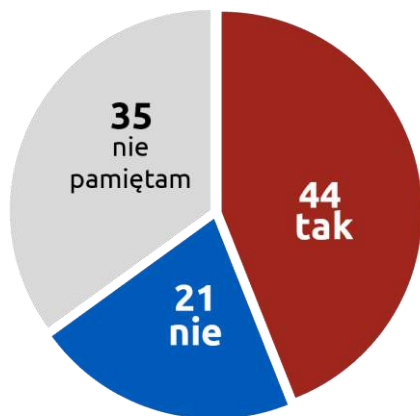
Odsetek odpowiedzi
zdecydowanie tak
i raczej tak
 (top 2 box: 4–5)
 5 – *zdecydowanie tak*
 4 – *raczej tak*
 3 – *trochę tak a trochę nie*
 2 – *raczej nie*
 1 – *zdecydowanie nie*

Czy Twoim zdaniem OzN jest wiarygodna i wzbudza zaufanie jako ... ? – osoby z niepełnosprawnościami

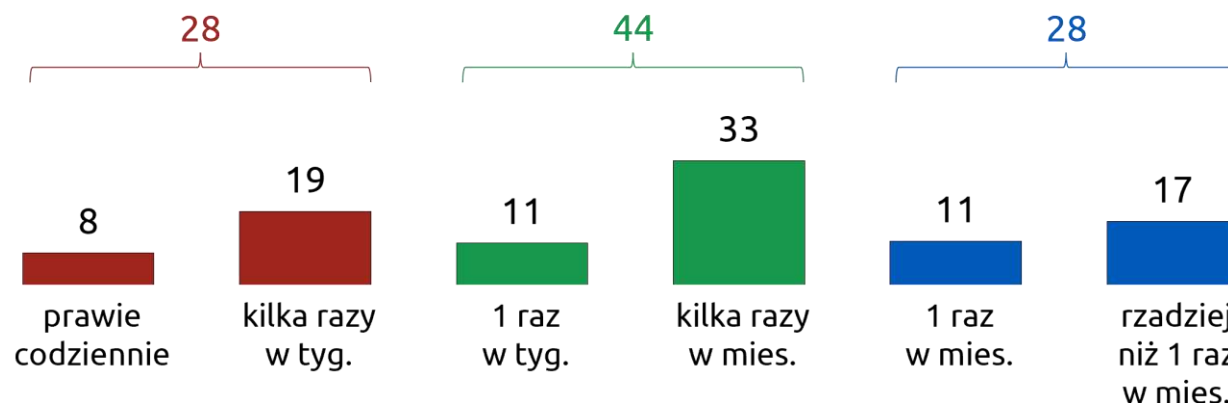


Odsetek odpowiedzi
zdecydowanie tak
i raczej tak
 (top 2 box: 4–5)
 5 – *zdecydowanie tak*
 4 – *raczej tak*
 3 – *trochę tak a trochę nie*
 2 – *raczej nie*
 1 – *zdecydowanie nie*

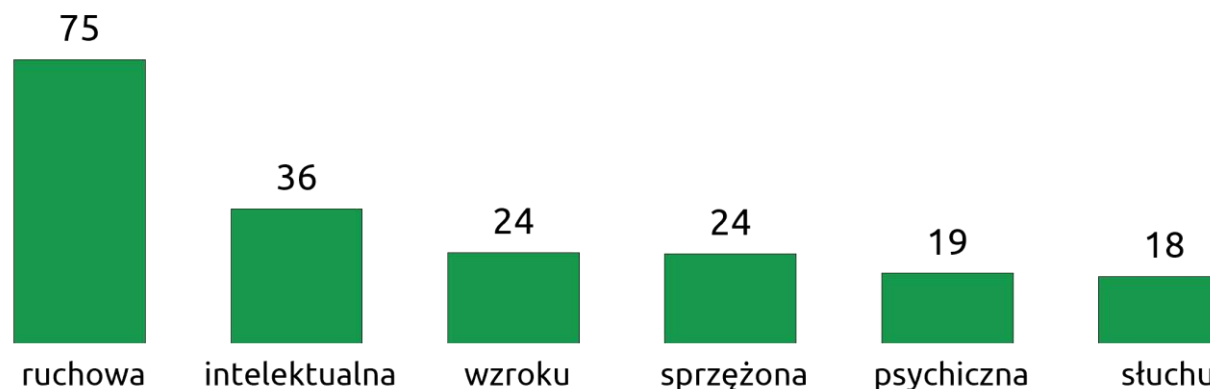
Kontakt z wizerunkiem osób z niepełnosprawnościami w mediach – wszyscy badani



Czy w ciągu ostatnich 12 mies. spotkałeś się z wizerunkiem OzN w mediach?

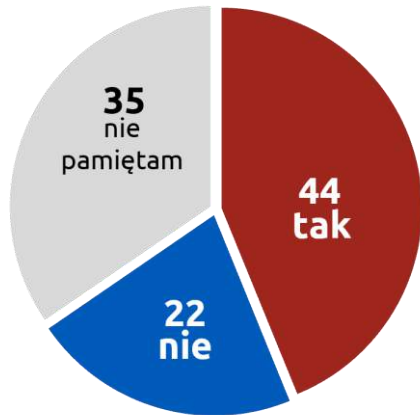


Jak często spotykałeś się z wizerunkiem OzN w mediach w ciągu ostatnich 12 mies.?
(N=880 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)

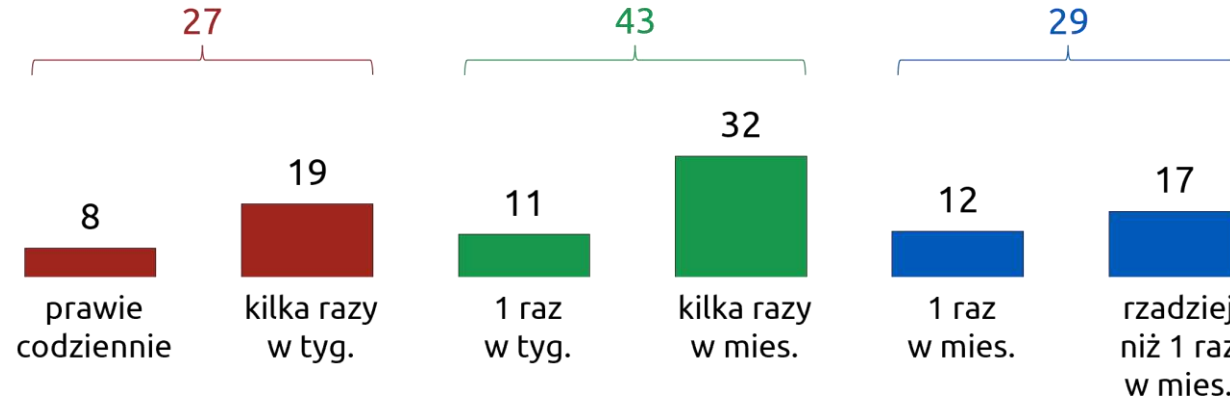


Jakiego rodzaju niepełnosprawność posiadały osoby, które widziałeś w mediach?
(N=880 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)

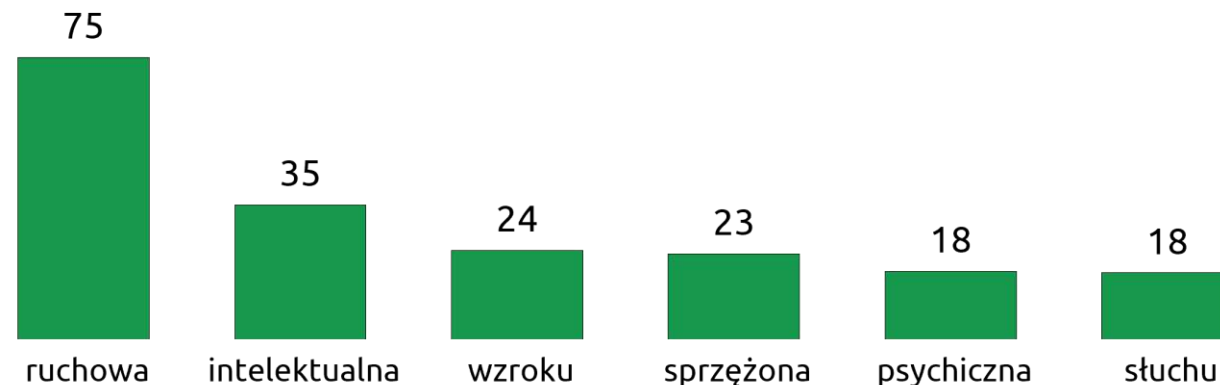
Kontakt z wizerunkiem osób z niepełnosprawnościami w mediach – osoby bez niepełnosprawności



Czy w ciągu ostatnich 12 mies. spotkałeś się z wizerunkiem OzN w mediach?



Jak często spotykałeś się z wizerunkiem OzN w mediach w ciągu ostatnich 12 mies.?
 (N=761 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)

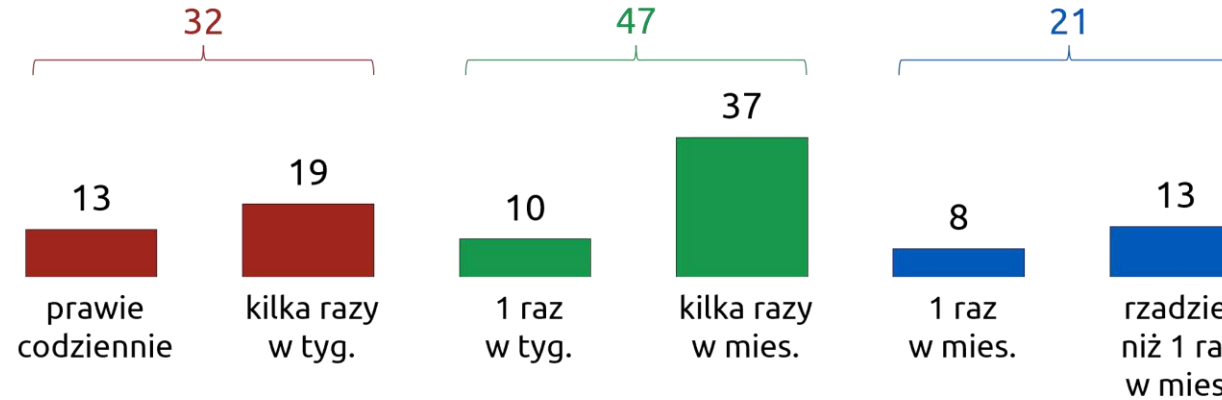


Jakiego rodzaju niepełnosprawność posiadały osoby, które widziałeś w mediach?
 (N=761 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)

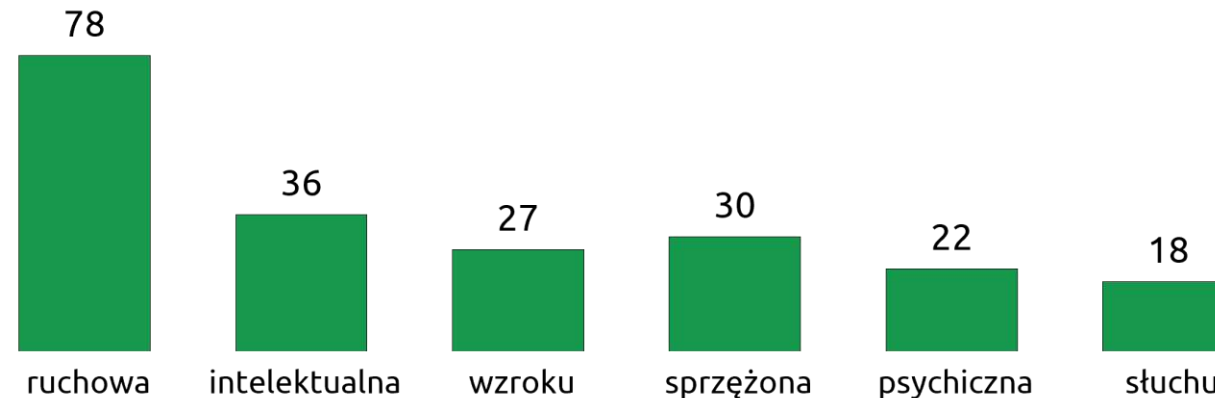
Kontakt z wizerunkiem osób z niepełnosprawnościami w mediach – osoby z niepełnosprawnościami



Czy w ciągu ostatnich 12 mies. spotkałeś się z wizerunkiem OzN w mediach?

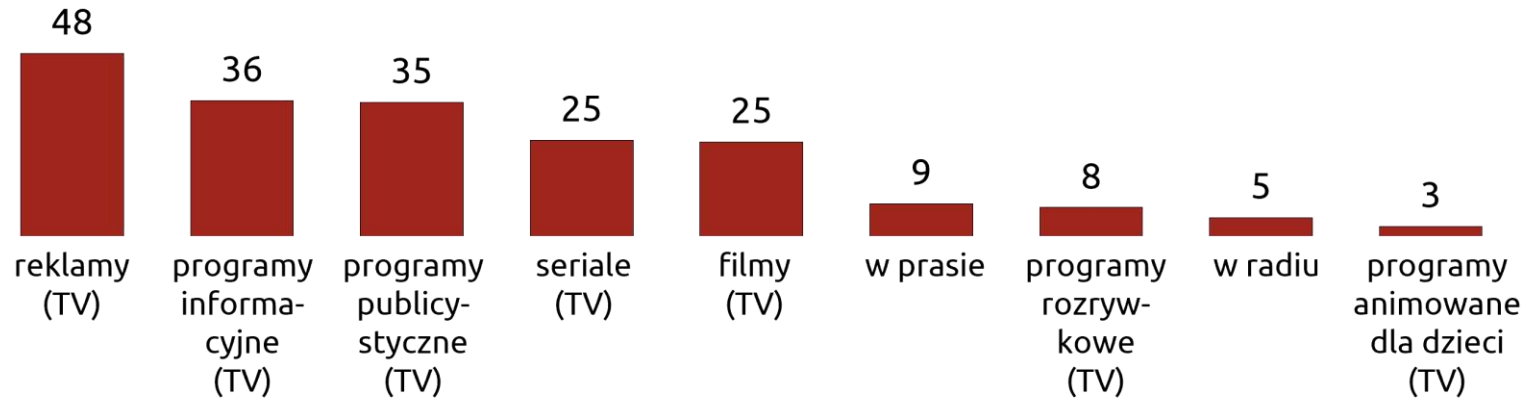


Jak często spotykałeś się z wizerunkiem OzN w mediach w ciągu ostatnich 12 mies.?
(N=119 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)



Jakiego rodzaju niepełnosprawność posiadały osoby, które widziałeś w mediach?
(N=119 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)

Miejsca spotykania się z wizerunkiem osób z niepełnosprawnościami w mediach – wszyscy badani



Gdzie najczęściej w mediach spotykacie się z OzN?

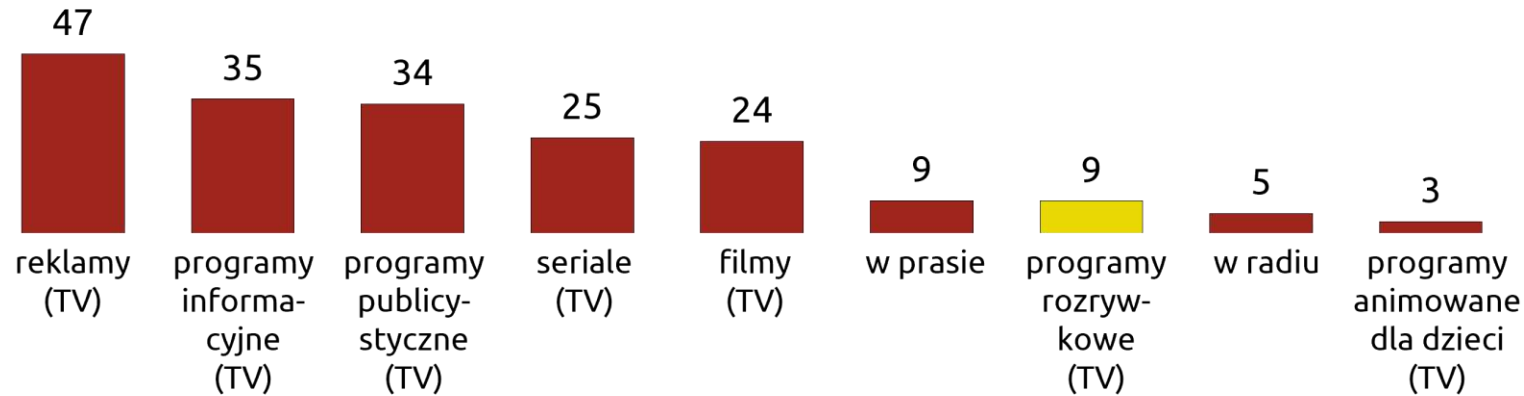
(N=880 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)



W których programach w telewizji widzieliście w ostatnim czasie OzN?

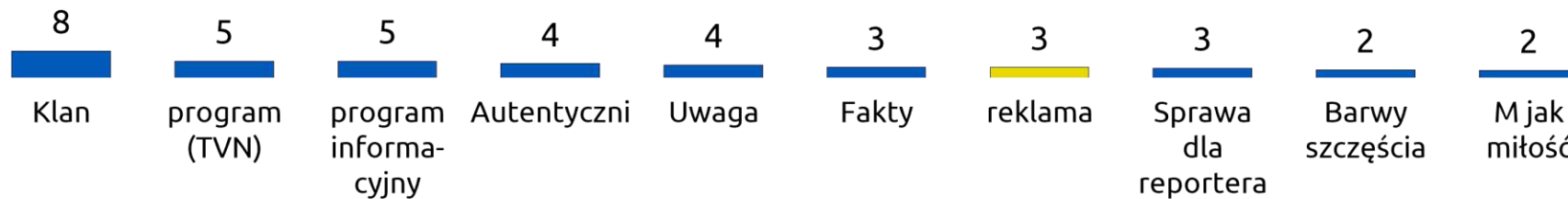
(N=647 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w telewizji)

Miejsca spotykania się z wizerunkiem osób z niepełnosprawnościami w mediach – osoby bez niepełnosprawności



Gdzie najczęściej w mediach spotykali się z OzN?

(N=761 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)

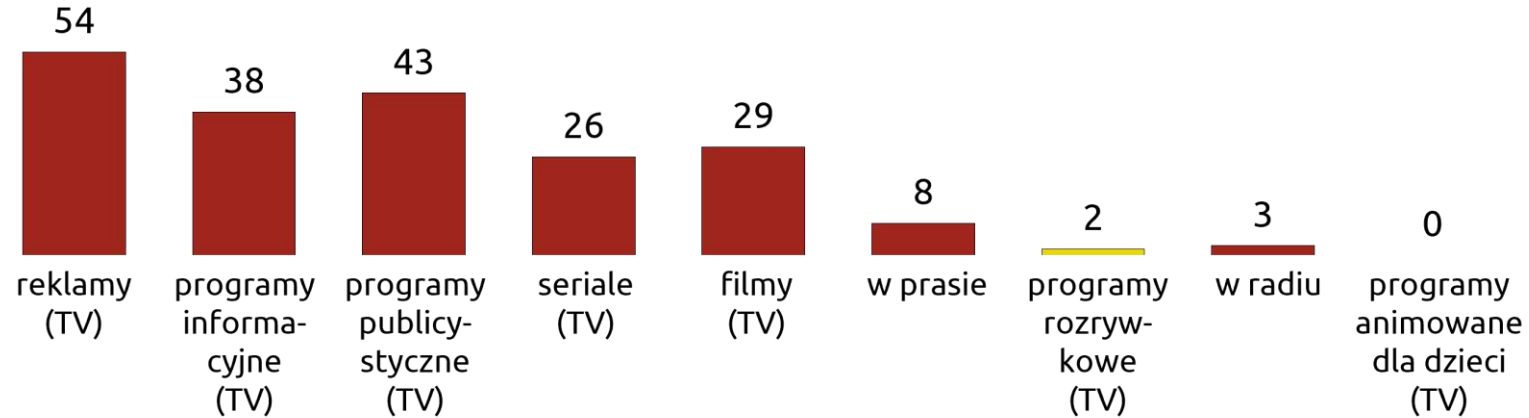


W których programach w telewizji widzieli w ostatnim czasie OzN?

(N=553 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w telewizji)

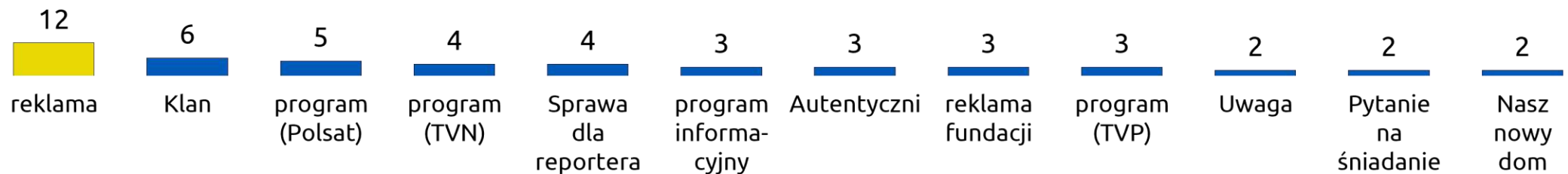


Miejsca spotykania się z wizerunkiem osób z niepełnosprawnościami w mediach – osoby z niepełnosprawnościami



Gdzie najczęściej w mediach spotykacie się z OzN?

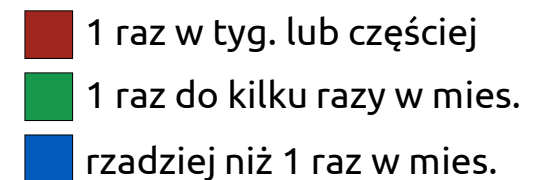
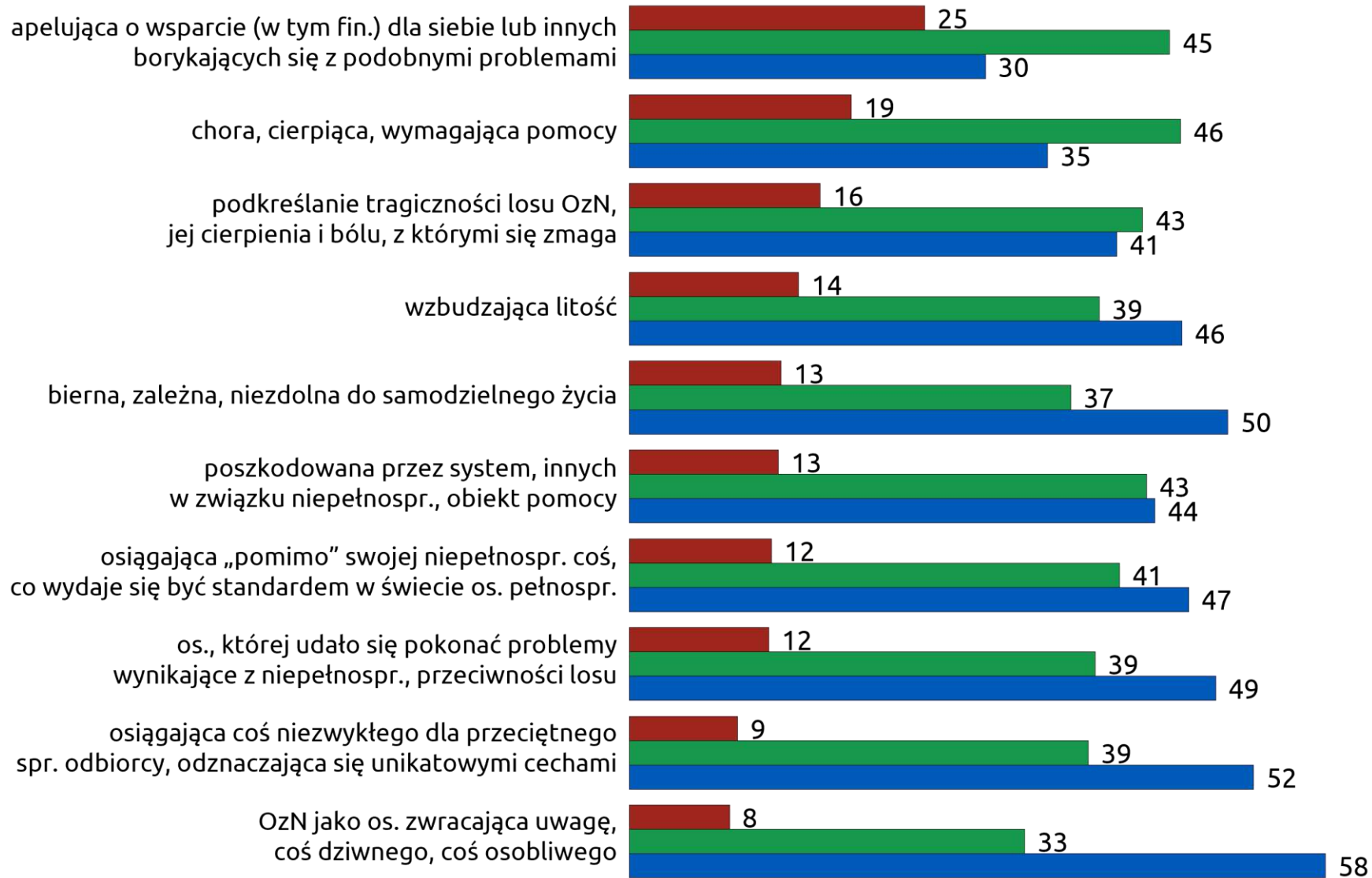
(N=119 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w mediach)



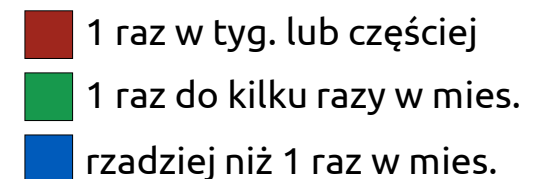
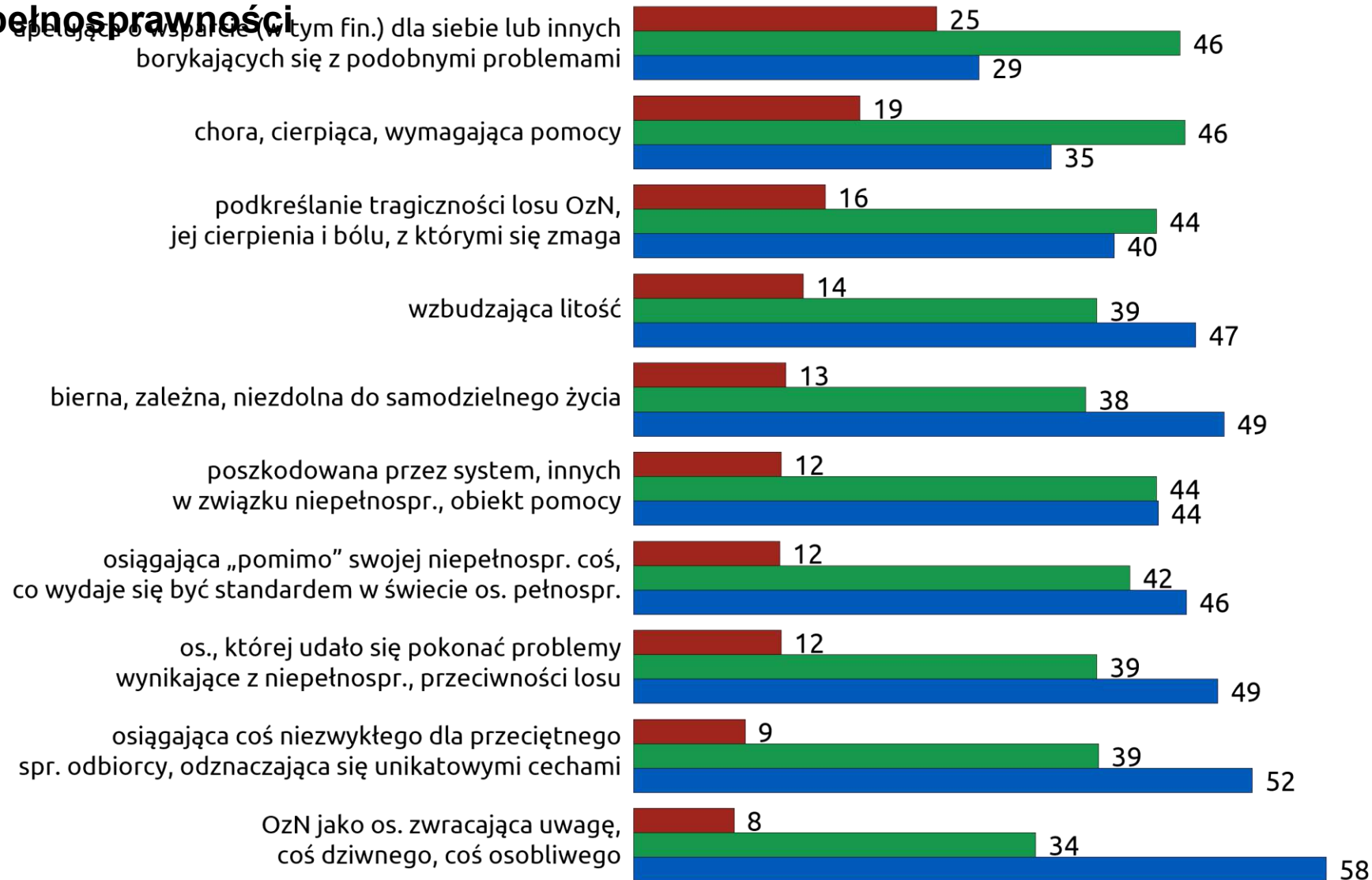
W których programach w telewizji widzieliście w ostatnim czasie OzN?

(N=94 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w telewizji)

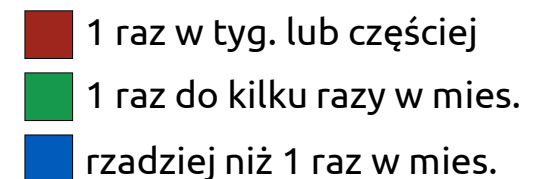
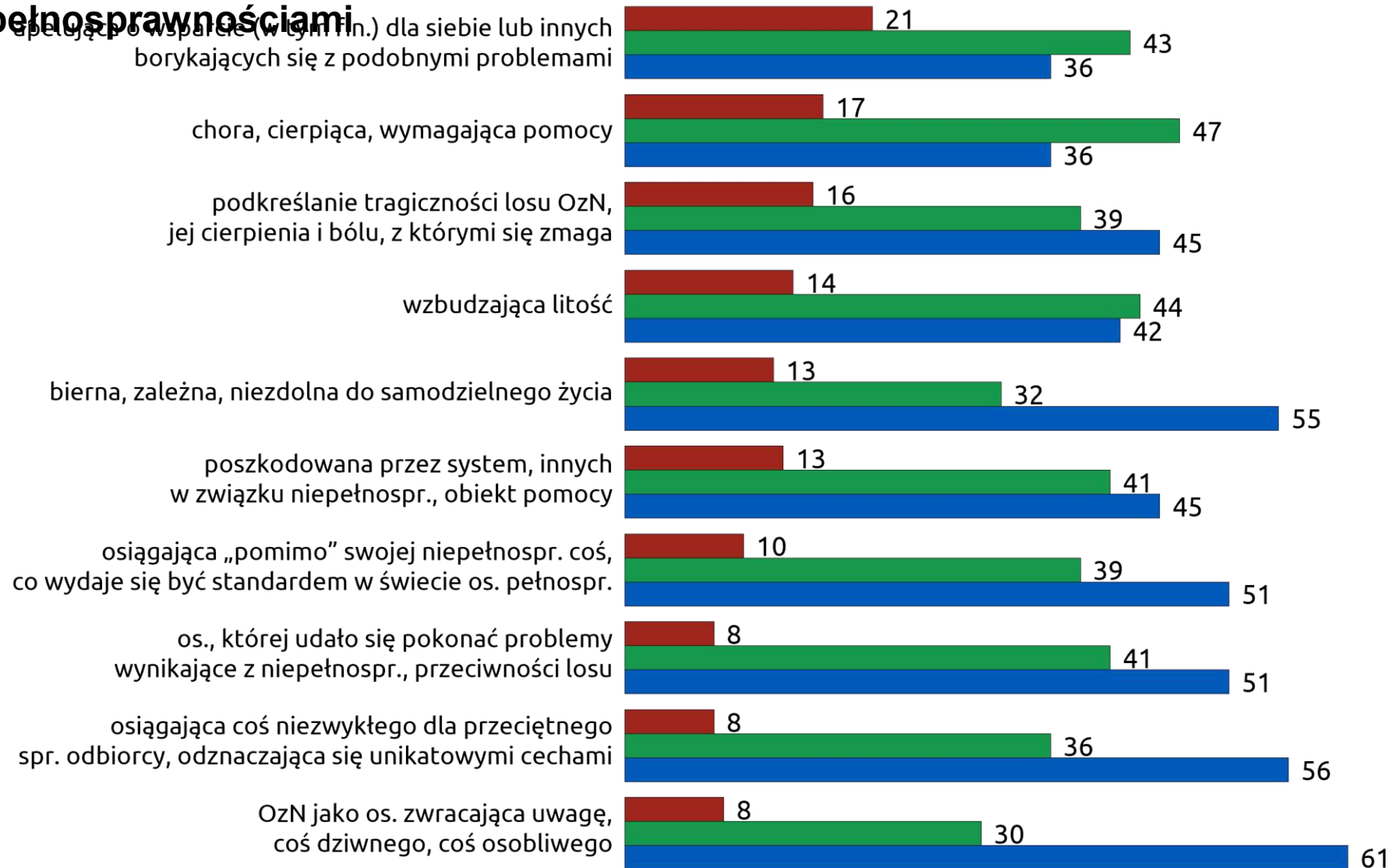
Jak często w ciągu ostatnich 12 mies. spotkałeś się z poniższymi sposobami przedstawiania OzN w mediach? – wszyscy badani



Jak często w ciągu ostatnich 12 mies. spotkałeś się z poniższymi sposobami przedstawiania OzN w mediach? – osoby bez niepełnosprawności



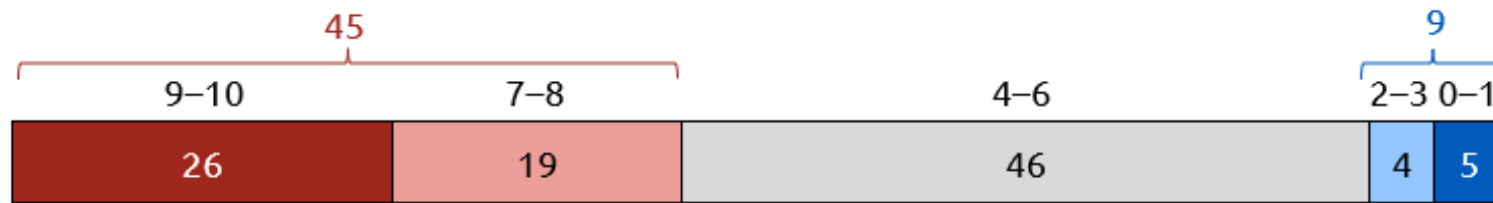
Jak często w ciągu ostatnich 12 mies. spotkałeś się z poniższymi sposobami przedstawiania OzN w mediach? – osoby z niepełnosprawnościami



Ocena języka używanego do opisywania wizerunku osób z niepełnosprawnościami w mediach oraz wprowadzenia obowiązku zapewniania dostępności materiałów – wszyscy badani

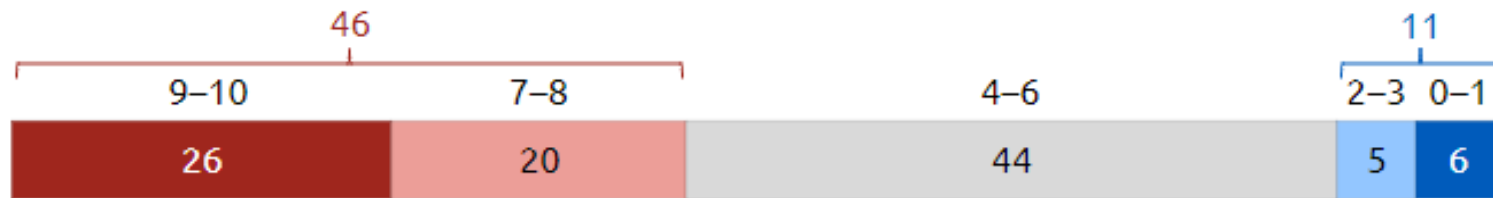


Jak oceniasz język, którym postępują się media przy opisywaniu OzN?



w telewizji

średnia: 5,97



w kinach

średnia: 5,93

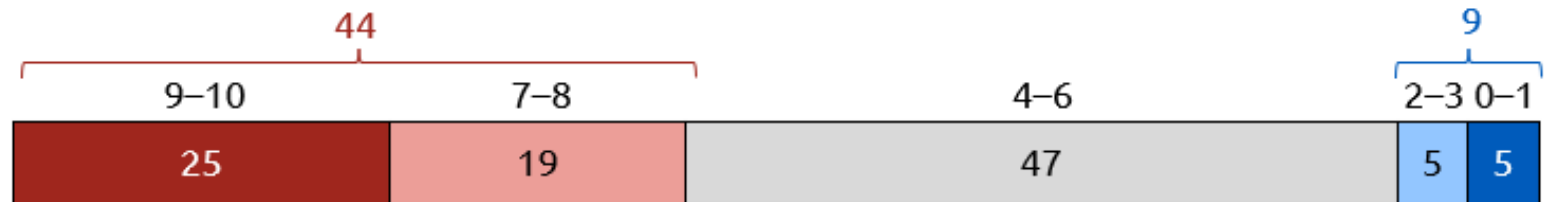
10 – to bardzo dobry pomysł
 5 – trudno powiedzieć, nie wiem
 0 – to bardzo zły pomysł

Jak oceniasz propozycję, aby był ustawowy obowiązek, aby pokazywać tłumaczenie na język migowy lub napisy?

Ocena języka używanego do opisywania wizerunku osób z niepełnosprawnościami w mediach oraz wprowadzenia obowiązku zapewniania dostępności materiałów – osoby bez niepełnosprawności

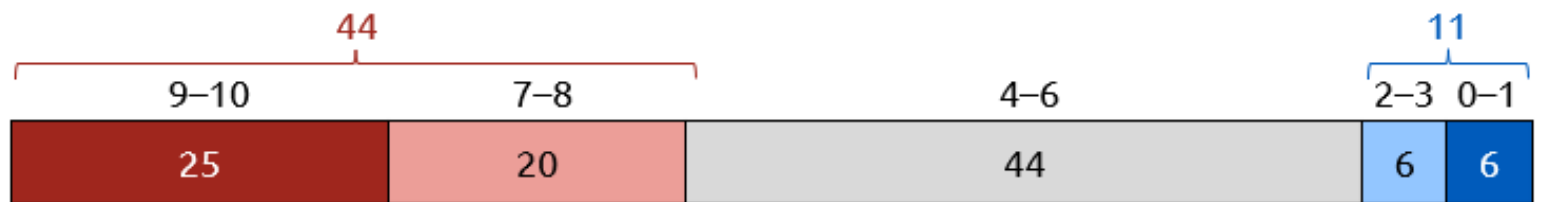


Jak oceniasz język, którym postępują się media przy opisywaniu OzN?



w telewizji

średnia: 5,93*



w kinach

średnia: 5,89*

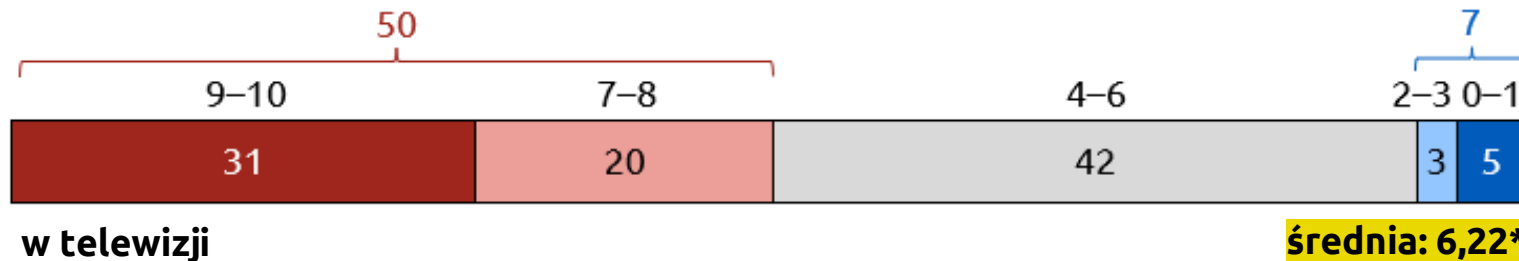
10 – to bardzo dobry pomysł
 5 – trudno powiedzieć, nie wiem
 0 – to bardzo zły pomysł

Jak oceniasz propozycję, aby był ustawowy obowiązek, aby pokazywać tłumaczenie na język migowy lub napisy?

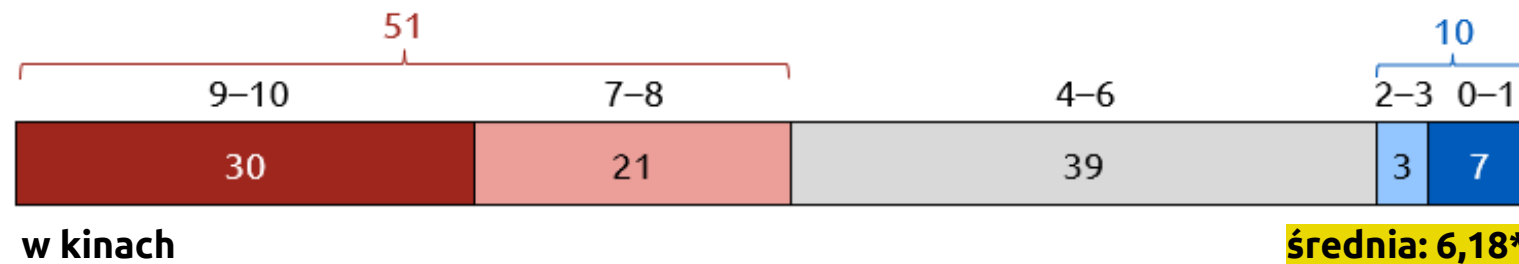
Ocena języka używanego do opisywania wizerunku osób z niepełnosprawnościami w mediach oraz wprowadzenia obowiązku zapewniania dostępności materiałów – osoby z niepełnosprawnościami



Jak oceniasz język, którym postępują się media przy opisywaniu OzN?



w telewizji

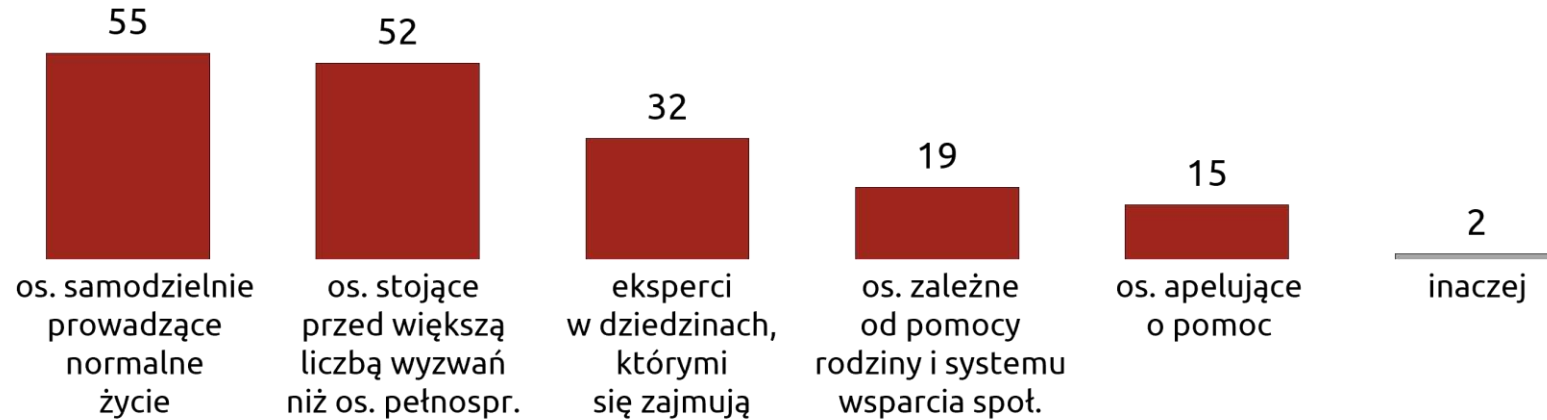


w kinach

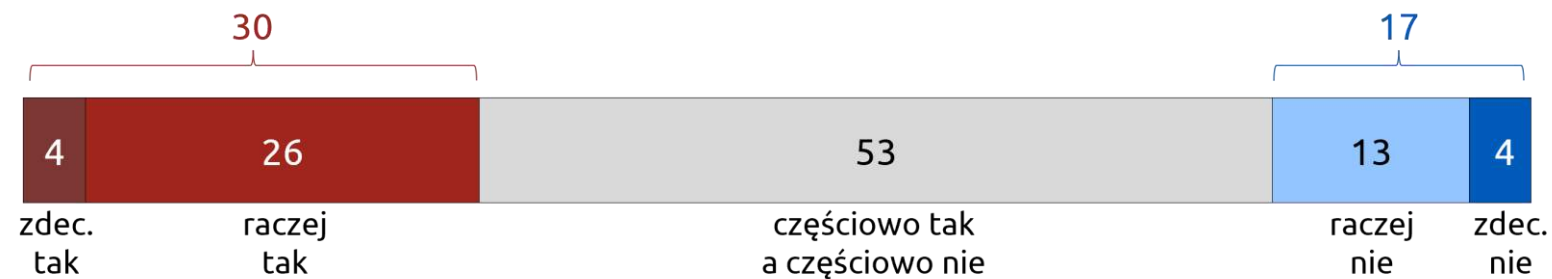
10 – to bardzo dobry pomysł
5 – trudno powiedzieć, nie wiem
0 – to bardzo zły pomysł

Jak oceniasz propozycję, aby był ustawowy obowiązek, aby pokazywać tłumaczenie na język migowy lub napisy?

Sposób pokazywania osób z niepełnosprawnościami w mediach – wszyscy badani

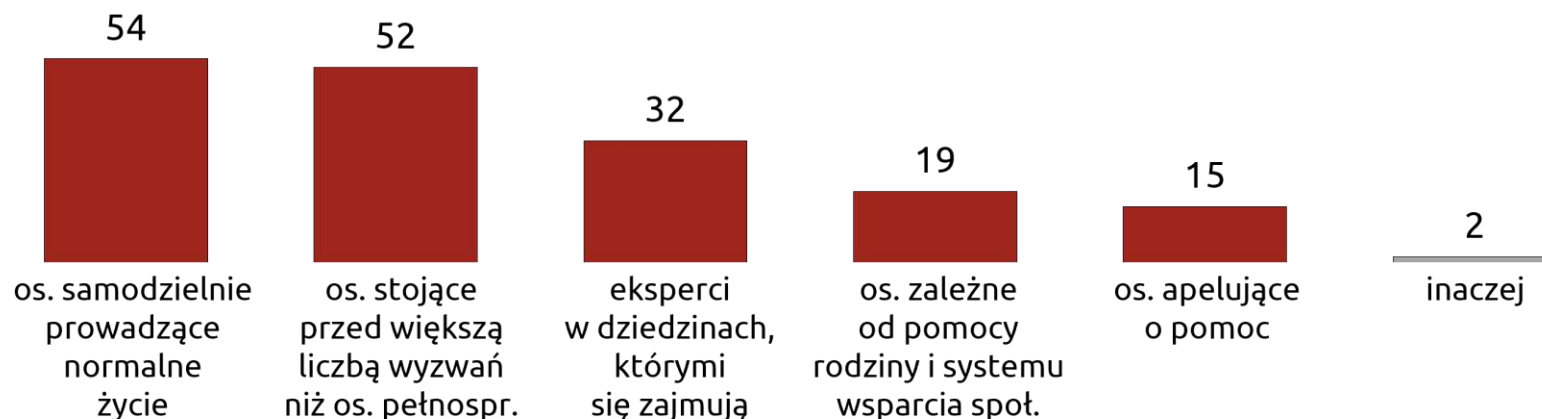


Jak powinny być przedstawiane w mediach osoby z niepełnosprawnościami?

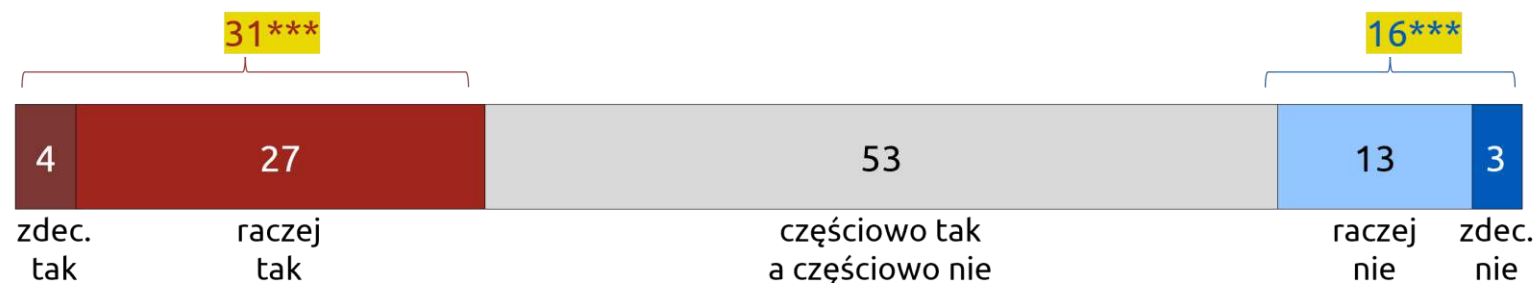


Czy to, jak media pokazują OzN dobrze odzwierciedla rzeczywistość?

Sposób pokazywania osób z niepełnosprawnościami w mediach – osoby bez niepełnosprawności

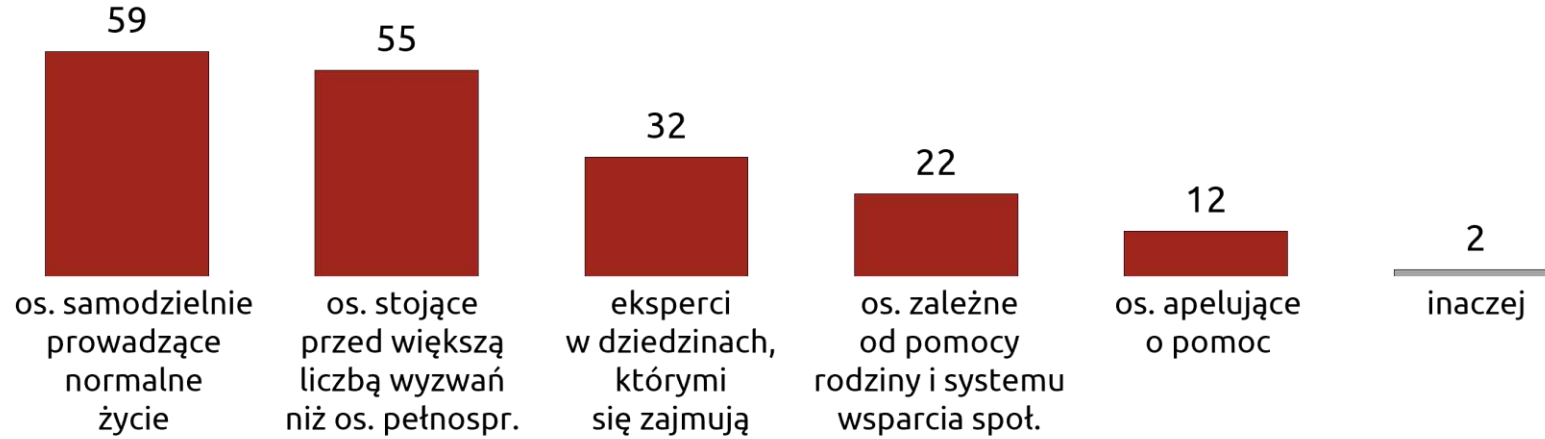


Jak powinny być przedstawiane w mediach osoby z niepełnosprawnościami?

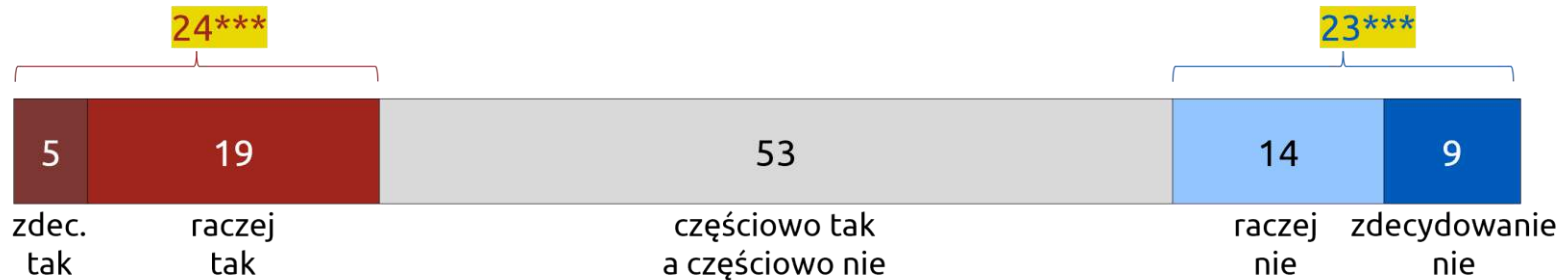


Czy to, jak media pokazują OzN dobrze odzwierciedla rzeczywistość?

Sposób pokazywania osób z niepełnosprawnościami w mediach – osoby z niepełnosprawnościami



Jak powinny być przedstawiane w mediach osoby z niepełnosprawnościami?



Czy to, jak media pokazują OzN dobrze odzwierciedla rzeczywistość?

Obecność osób z niepełnosprawnościami w mediach – wszyscy badani



Czy postaci w filmach, serialach, które doświadczają niepełnosprawności powinny być grane przez OzN?



10 – to bardzo dobry pomysł
 5 – trudno powiedzieć, nie wiem
 0 – to bardzo zły pomysł

Jak oceniasz propozycję, aby w mediach był ustawowy obowiązek pokazywania OzN?

Obecność osób z niepełnosprawnościami w mediach – osoby bez niepełnosprawności



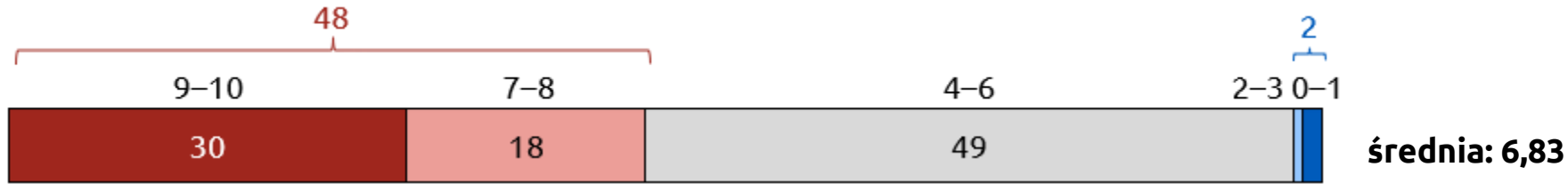
Czy postaci w filmach, serialach, które doświadczają niepełnosprawności powinny być grane przez OzN?



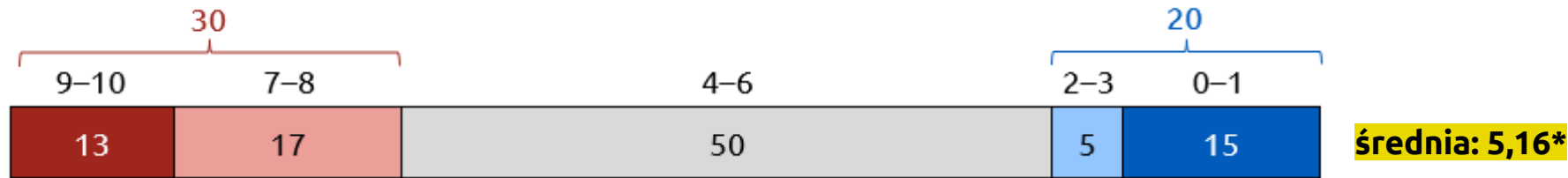
10 – to bardzo dobry pomysł
5 – trudno powiedzieć, nie wiem
0 – to bardzo zły pomysł

Jak oceniasz propozycję, aby w mediach był ustawowy obowiązek pokazywania OzN?

Obecność osób z niepełnosprawnościami w mediach – osoby z niepełnosprawnościami



Czy postacie w filmach, serialach, które doświadczają niepełnosprawności powinny być grane przez OzN?



10 – to bardzo dobry pomysł
5 – trudno powiedzieć, nie wiem
0 – to bardzo zły pomysł

Jak oceniasz propozycję, aby w mediach był ustawowy obowiązek pokazywania OzN?

Obowiązek pokazywania w mediach osób z niepełnosprawnościami – wszyscy badani



Co może dać większa obecność OzN w mediach?

(N=339 — badani przychylni obowiązkowi pokazywania OzN)



Dlaczego nie jesteś przychylny obowiązkowi pokazywania OzN w mediach?

(N=412 — badani nieprzychylni obowiązkowi pokazywania OzN)

Obowiązek pokazywania w mediach osób z niepełnosprawnościami – osoby bez niepełnosprawności



Co może dać większa obecność OzN w mediach?
 (N=284 — badani przychylni obowiązkowi pokazywania OzN)

Dlaczego nie jesteś przychylny obowiązkowi pokazywania OzN w mediach?
 (N=363 — badani nieprzychylni obowiązkowi pokazywania OzN)

Obowiązek pokazywania w mediach osób z niepełnosprawnościami – osoby z niepełnosprawnością



Co może dać większa obecność OzN w mediach?
 (N=55 — badani przychylni obowiązkowi pokazywania OzN)

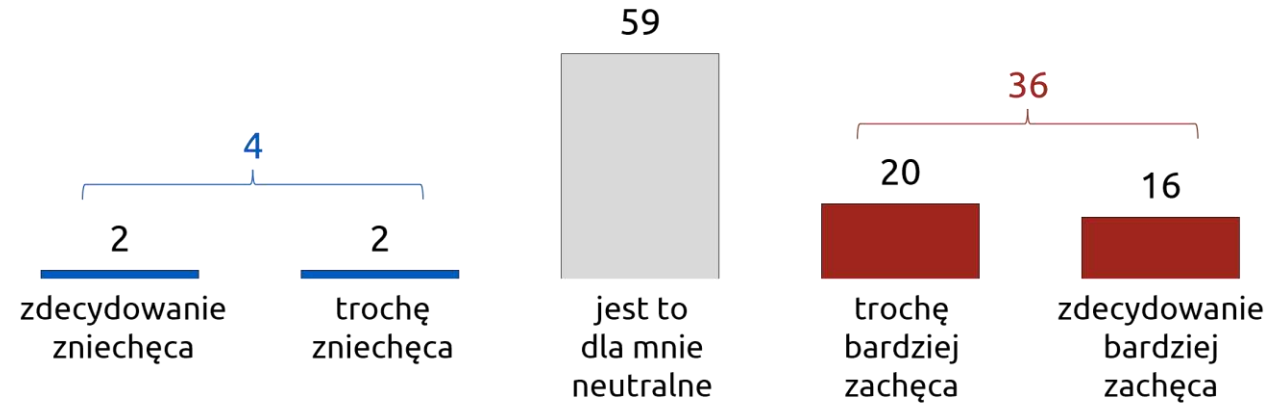


Dlaczego nie jesteś przychylny obowiązkowi pokazywania OzN w mediach?
 (N=49 — badani nieprzychylni obowiązkowi pokazywania OzN)

Obecność osób z niepełnosprawnościami w reklamie – wszyscy badani



Czy kiedykolwiek spotkałeś się z sytuacją, że OzN była obecna w reklamie?



Jak odbierasz obecność OzN w reklamie?

(N=357 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w reklamie)



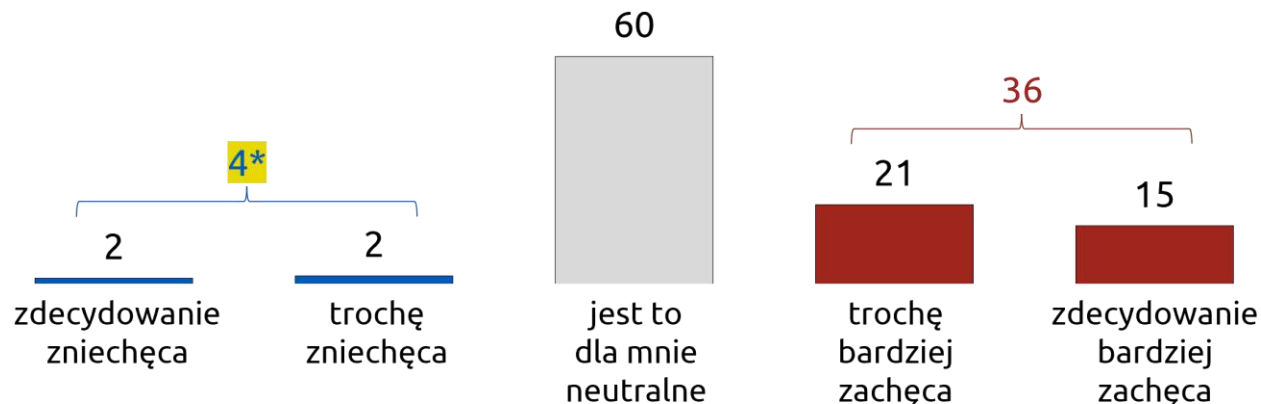
Czego była to reklama?

(N=357 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w reklamie)

Obecność osób z niepełnosprawnościami w reklamie – osoby bez niepełnosprawności



Czy kiedykolwiek spotkałeś się z sytuacją, że OzN była obecna w reklamie?



Jak odbierasz obecność OzN w reklamie?

(N=320 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w reklamie)



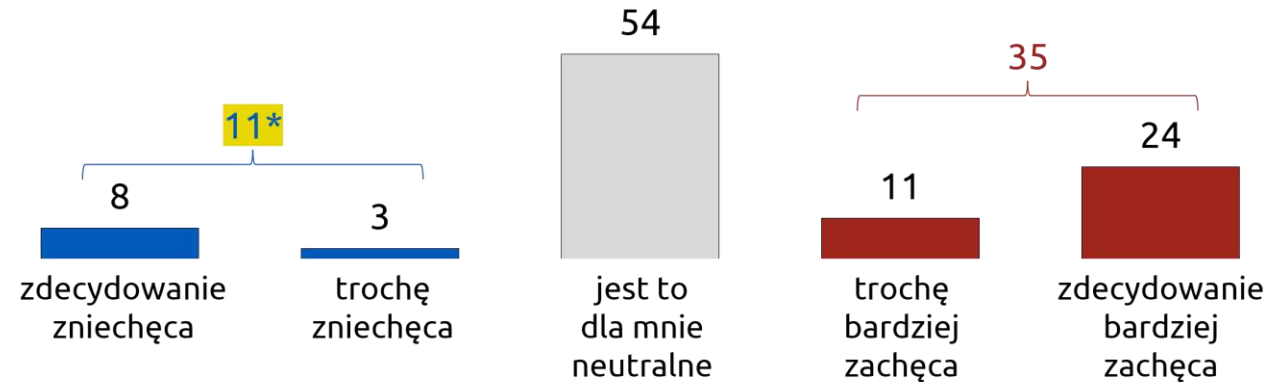
Czego była to reklama?

(N=320 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w reklamie)

Obecność osób z niepełnosprawnościami w reklamie – osoby z niepełnosprawnościami



Czy kiedykolwiek spotkałeś się z sytuacją, że OzN była obecna w reklamie?



Jak odbierasz obecność OzN w reklamie?

(N=37 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w reklamie)

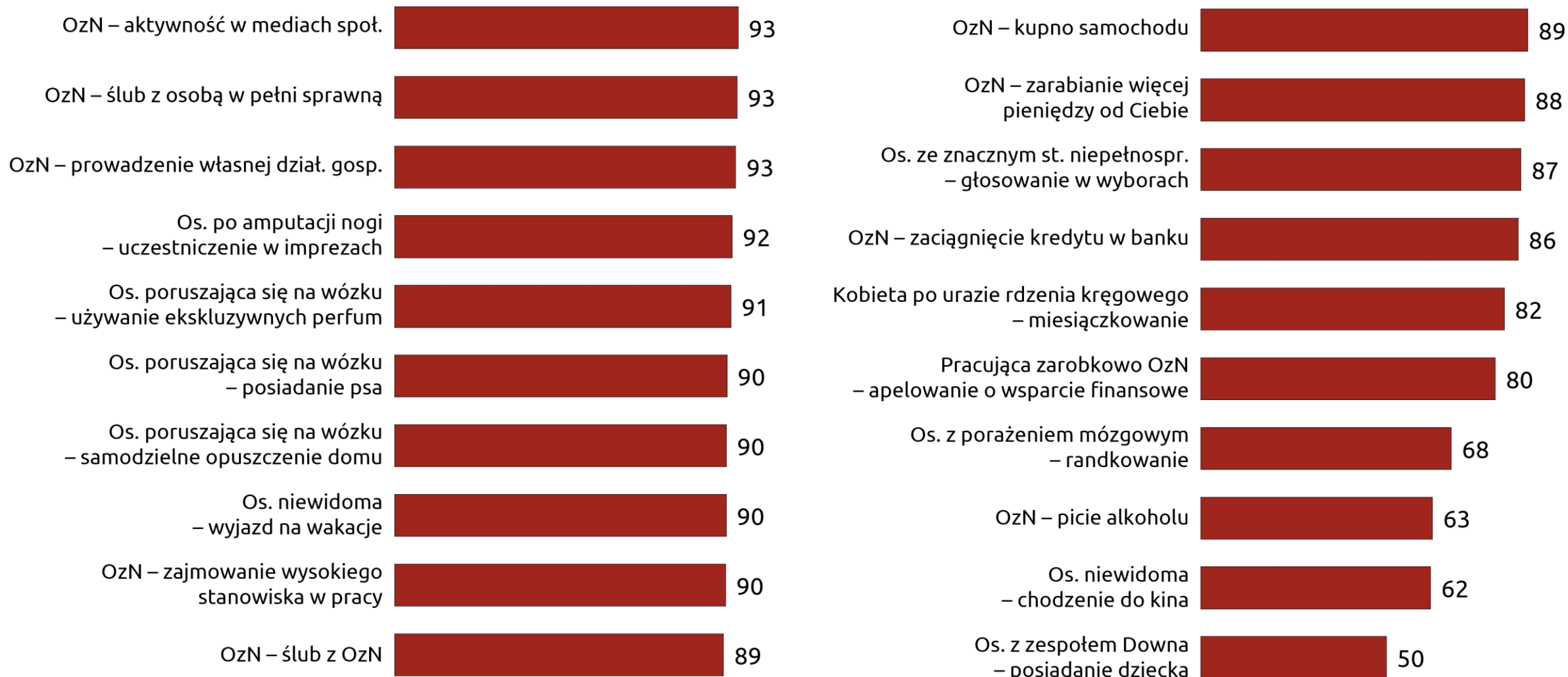


Czego była to reklama?

(N=37 — badani, którzy spotkali się z wizerunkiem OzN w reklamie)

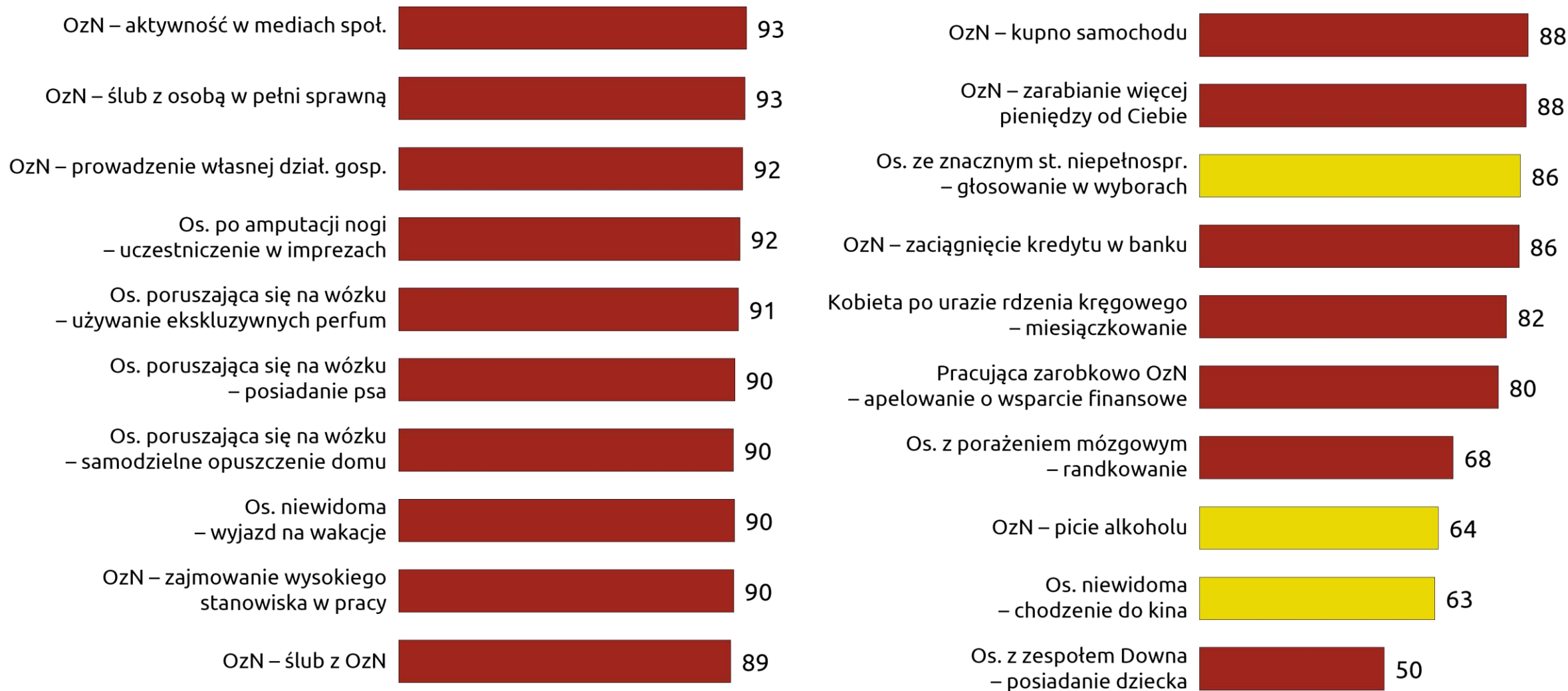
Poniżej prezentujemy listę różnego rodzaju aktywności. Odpowiedz, czy według Ciebie może je wykonać dana osoba? – wszyscy badani

Odsetek odpowiedzi *tak*



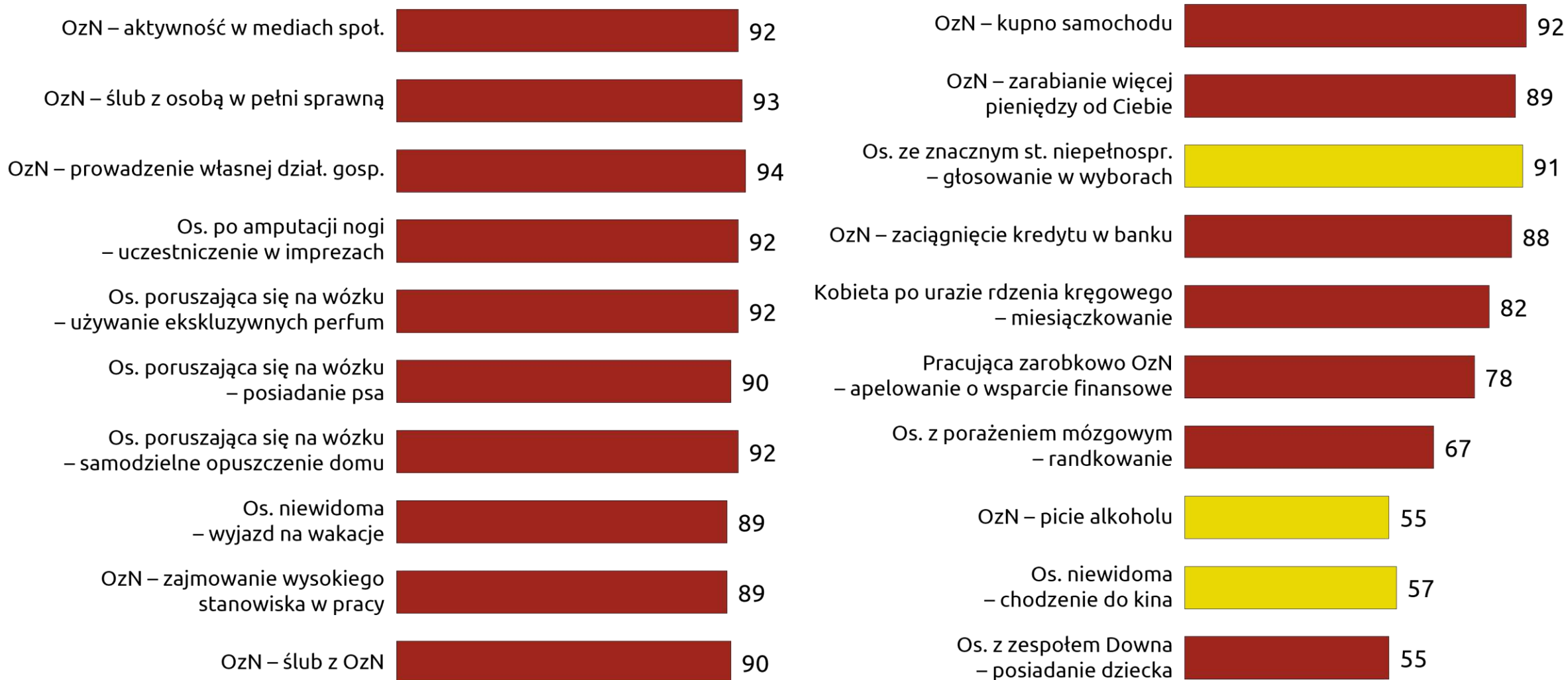
Poniżej prezentujemy listę różnego rodzaju aktywności. Odpowiedz, czy według Ciebie może je wykonać dana osoba? – osoby bez niepełnosprawności

Odsetek odpowiedzi *tak*



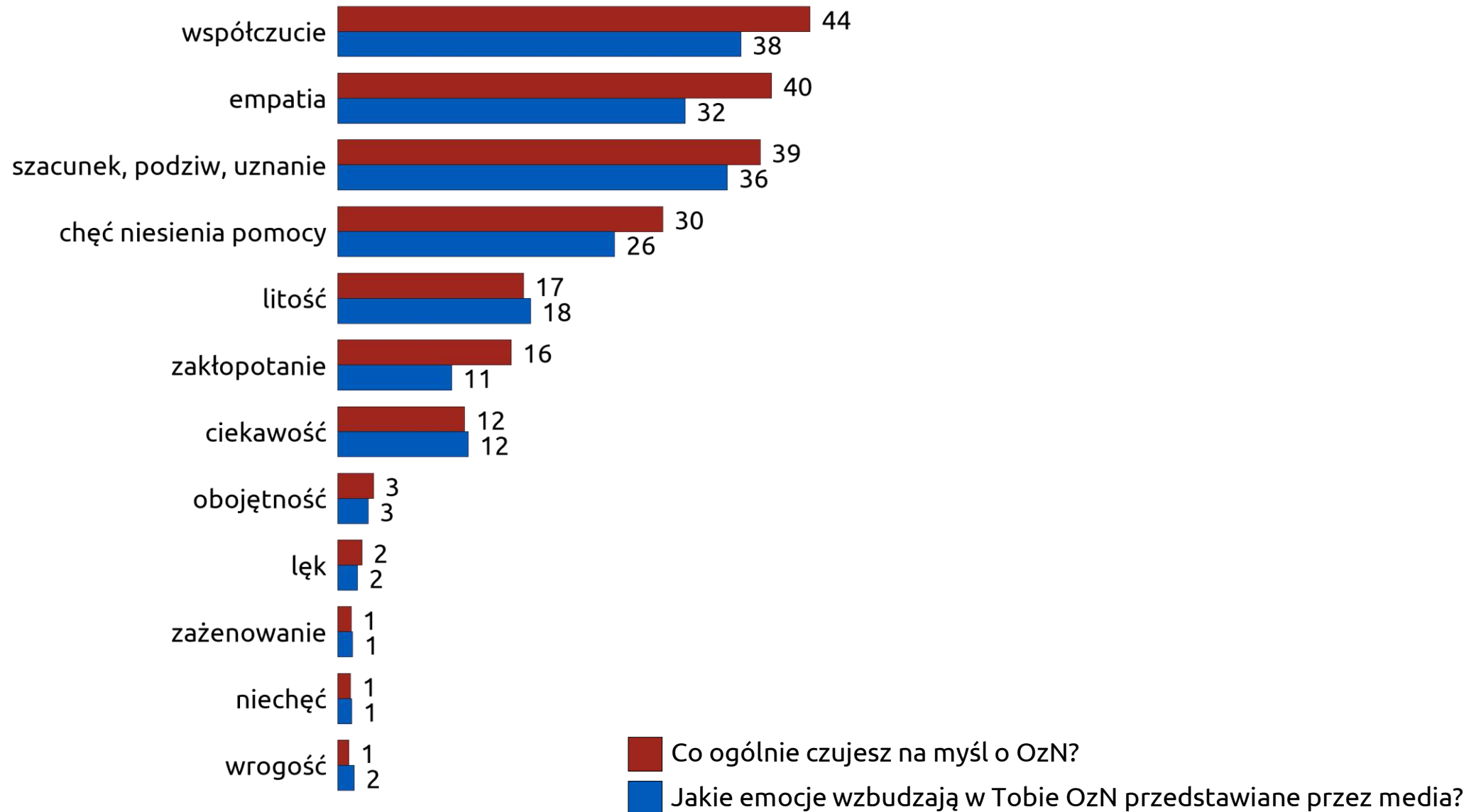
Poniżej prezentujemy listę różnego rodzaju aktywności. Odpowiedz, czy według Ciebie może je wykonać dana osoba? – osoby z niepełnosprawnościami

Odsetek odpowiedzi *tak*

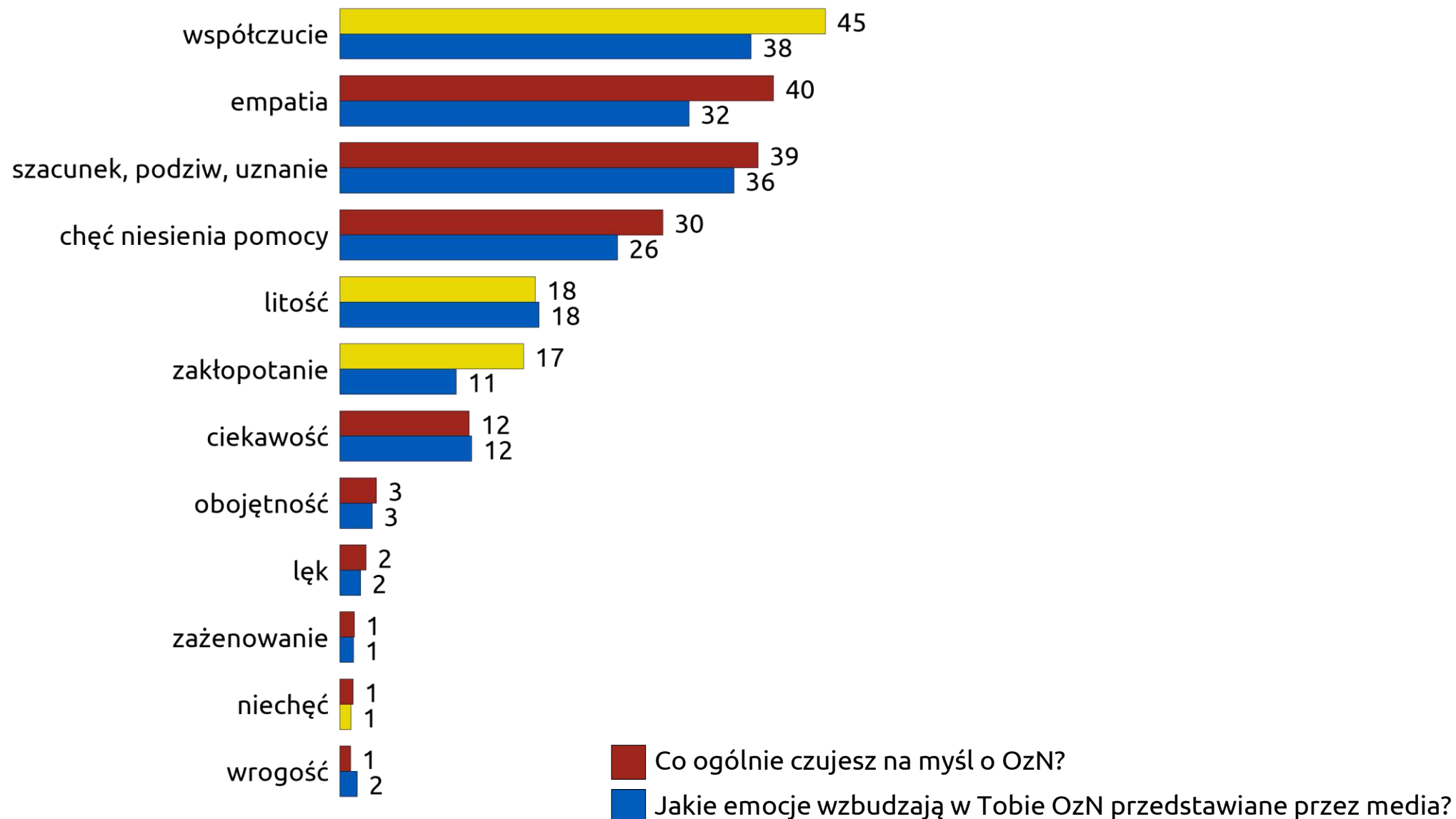


Osoby z niepełnosprawnościami — N=264 — dane w procentach  statystycznie istotna różnica między odpowiedziami OZN w pozostałych badanych ($p < 0,05$)

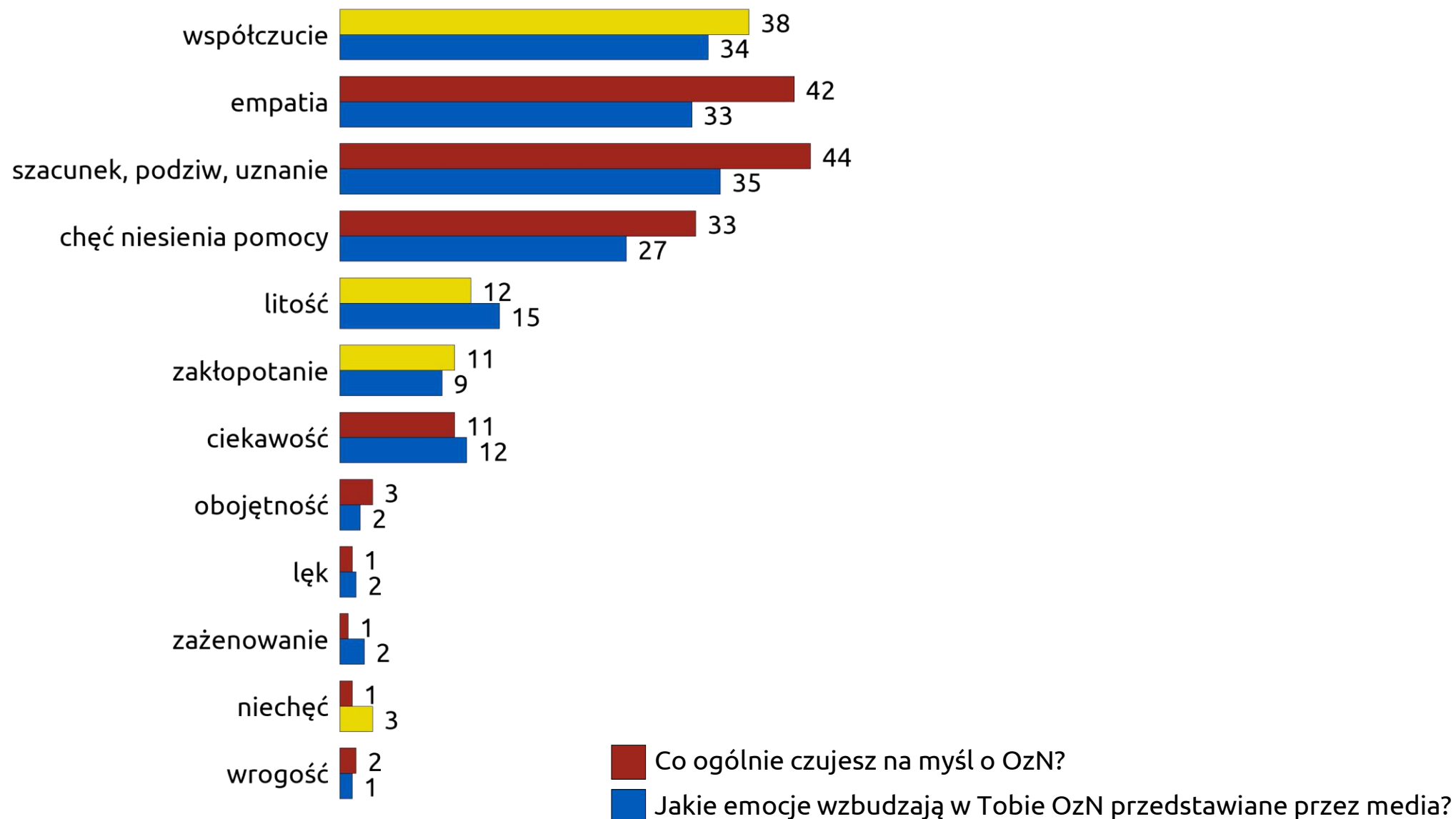
Emocje wobec osób z niepełnosprawnościami – wszyscy badani



Emocje wobec osób z niepełnosprawnościami – osoby bez niepełnosprawności



Emocje wobec osób z niepełnosprawnościami – osoby z niepełnosprawnością



Osoby z niepełnosprawnościami — N=264 — dane w procentach  statystycznie istotna różnica między odpowiedziami OZN w pozostałych badanych (p < 0,05)

Rozumienie pojęć – wszyscy badani

Różnorodność



Inkluzywność

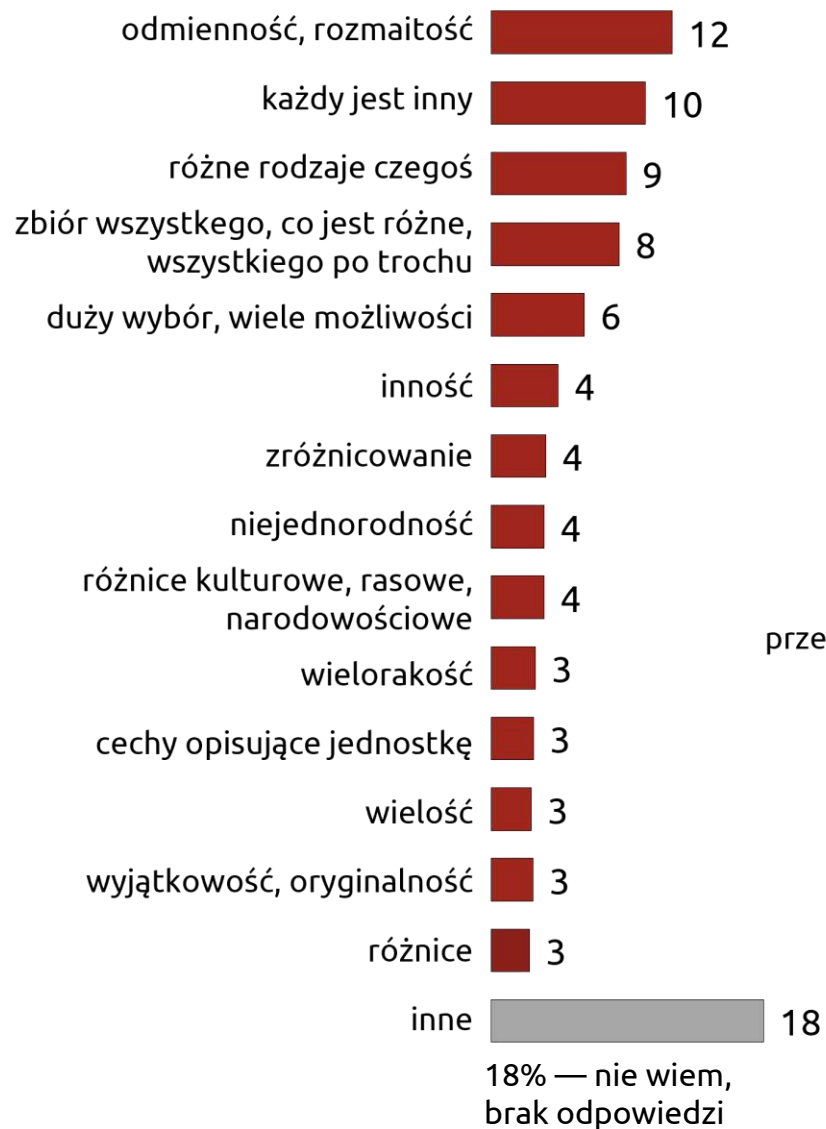


Ableizm



Rozumienie pojęć – osoby bez niepełnosprawności

Różnorodność



Inkluzywność

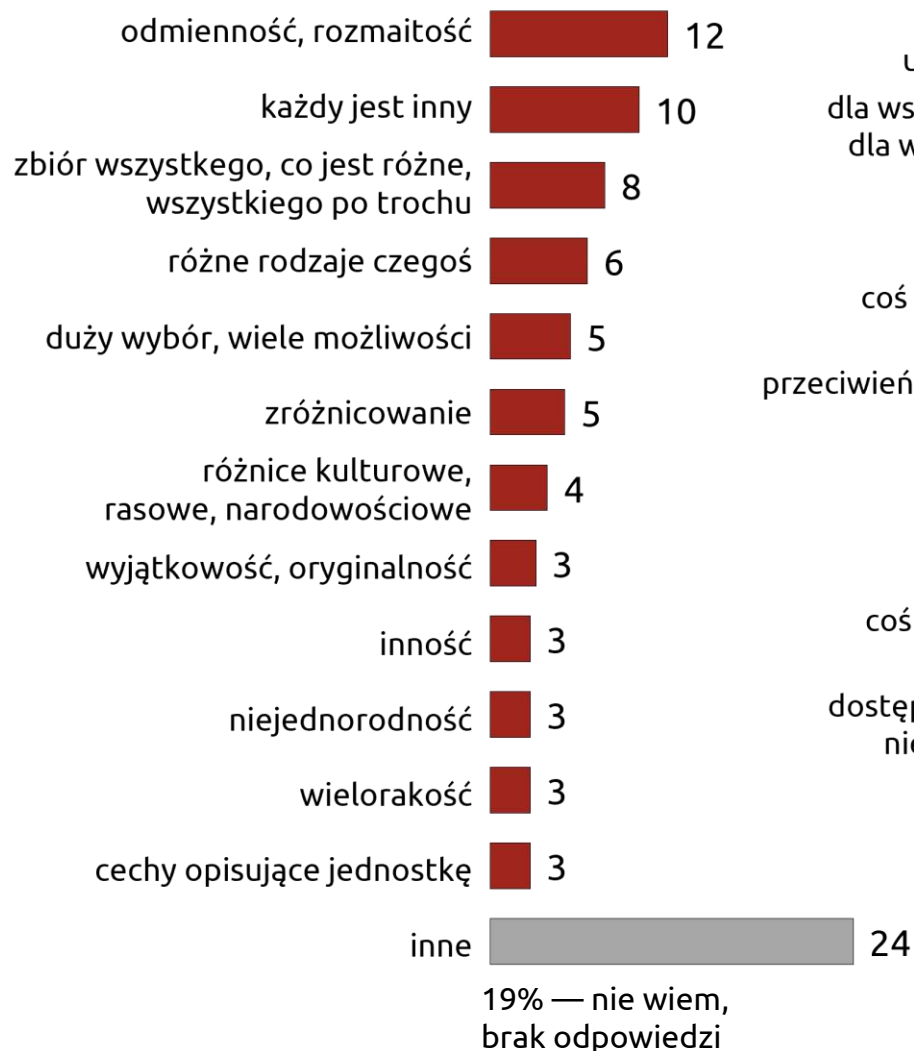


Ableizm



Rozumienie pojęć – osoby z niepełnosprawnościami

Różnorodność



Inkluzywność



Ableizm



Niepełnosprawność versus pełnosprawność – wszyscy badani



Co według Ciebie oznacza sformułowanie niepełnosprawność?

Co według Ciebie oznacza, że ktoś jest osobą pełnosprawną?

Niepełnosprawność versus pełnosprawność – osoby bez niepełnosprawności



Co według Ciebie oznacza sformułowanie niepełnosprawność?



Co według Ciebie oznacza, że ktoś jest osobą pełnosprawną?

Niepełnosprawność versus pełnosprawność – osoby z niepełnosprawnością



Co według Ciebie oznacza sformułowanie niepełnosprawność?

Co według Ciebie oznacza, że ktoś jest osobą pełnosprawną?



ariadna

ogólnopolski panel badawczy

Nowoczesna platforma badań online dla:

- agencji badawczych
- marketerów
- agencji reklamowych
- domów mediowych
- dla wszystkich profesjonalistów

Sprawdź nas: panelariadna.pl