

Bieganowska, Anna

Niepełnosprawni w mediach

Obyczaje 18-19, 44-46

2004

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Anna
Bieganowska

Niepełnosprawni w mediach

Ludzie pełnosprawni w kontaktach z niepełnosprawnymi stają się najczęściej sztywni i skrupowani. Dzieje się tak dlatego, że nie widzimy ludzi niepełnosprawnych na co dzień – najczęściej przebywają poza głównym nurtem toczącego się życia, pozostają pod opieką specjalistów. Przeciętyny człowiek nie czuje się więc kompetentny i na siłach, aby wejść z nimi w kontakt. Bo przecież „ONI” wymagają NA PEWNO specjalnego podejścia. A w potocznym odbiorze „specjalny” znaczy gorszy.

WARTO DODAC, że nie zawsze istnieje możliwość skonfrontowania swoich przekonań z rzeczywistością, zatem w postawach wobec osób niepełnosprawnych odbijają się irracjonalne lęki, nieuzasadnione obawy i krzywdzące sądy. I chociaż, jak wykazują badania OBOP-u, 46% Polaków dobrze odnosi się do osób niepełnosprawnych, to jednak co siódmy mieszkaniec naszego kraju wciąż twierdzi, że niepełnosprawność jest karą za grzechy i obawia się osobistych spotkań z inwalidami, obdarzając ich litością i współczuciem, a jego przekonania pełne są potocznych, obiegowych sądów.

Pojawia się pytanie, co zrobić, aby w naszej świadomości powstał adekwatny obraz osoby niepełnosprawnej, a nie obraz niepełnosprawności?

Odpowiedź jest krótka. Niezbędne są do tego dwa czynniki: wzajemny kontakt i wiedza. Przy czym dopiero kombinacja obu daje oczekiwany efekt. Wydawać by się mogło, że nic prostszego, jednak realizacja tych założeń nastęrcza ciągle wiele trudności.

Przypatrzmy się następującym statystykom:

62% dorosłych Polaków nie ma w ogóle kontaktów z osobami niepełnosprawnymi ani w swoim bliższym, ani dalszym otoczeniu – donosi raport z badań OBOP (2002 r.);

70% Polaków po zakończeniu edukacji całą swoją wiedzę o otaczającym świecie czerpie wyłącznie z telewizji.

Wniosek jest jeden: to głównie środki masowego przekazu kształtują w nas określony wizerunek osoby niepełnosprawnej, dlatego tak istotne jest, w jaki sposób podchodzą one do problemu niepełnosprawności. Osoby niepełnosprawne goszczą dosyć często na ekranach kin czy telewizorów, łamach prasowych czy radiowych antenach – zatem kryterium kontaktu jest bez wątplenia spełnione.

Od strony teoretycznej, nie można środkom masowego przekazu niczego zarzucić – zarówno polskie, jak i zagraniczne, są dobrze przygotowane do misji ukazywania osób niepełnosprawnych. W kodeksach i zasadach etyki dziennikarskiej

umieszczono wytyczne dotyczące szacunku, tolerancji oraz ukazywania w mediach tej grupy społecznej. Oto kilka z nich:

Należy dbać o to, by nikt nie poczuł się dotknięty z powodu ułomności fizycznych, psychicznych czy choroby (Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A.);

Trzeba dbać o to, by nie urazić osób niepełnosprawnych fizycznie lub psychicznie, starych i chorych, życiowo nieporadnych (Kodeks etyki dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich);

Dziennikarz może jedynie wówczas informować o [...] ułomności, [...] osób, gdy ma to istotne znaczenie. Dziennikarz nie powinien ani opracowywać, ani upowszechniać materiałów mogących wywoływać dyskryminację, ośmieszanie, uprzedzenia lub nienawiść z powyższych powodów (Kodeks postępowania Brytyjskiego Związku Dziennikarzy);

Należy zachowywać szczególną ostrożność, by nie poniżać i nie ośmieszać ludzi, a tym samym telewizorów, którzy cierpią na fizyczne lub psychiczne ułomności bądź choroby (Amerykański kodeks telewizyjny).

Dziennikarze i producenci pracujący dla BBC korzystają, między innymi, z takich wskazówek: „w trakcie przeprowadzania wywiadu, wykaż wrażliwość na trudności, z jakimi mogą się spotkać osoby niewidome lub niedowidzące... wyjaśnij im, gdzie wokół nich jest sprzęt, o który mogą się uderzyć.”

Również polska Rada Etyki Mediów zabrała głos w tej sprawie: „trzeba pokazywać tych ludzi w normalnych sytuacjach społecznych, akcentować ich ludzkie możliwości jako obywateli mających równe prawa, choć nierówne szanse”.

W praktyce sytuacja wygląda mniej idealnie. Wizerunek niepełnosprawnego jest w środkach masowego przekazu nadal schematyczny i stereotypowy. Jak donosi raport „Integracji” (5/2003) najczęściej pokazuje się niepełnosprawnych w dwóch skrajnych wymiarach: „biednego niepełnosprawnego” lub „superinwalidy”.

Pierwszy z tych wizerunków ukazuje publiczności człowieka bezradnego, czekającego na pomoc, który przede wszystkim bardzo cierpi, jego życie jest tragedią,

pojęcia szczęścia, przyjaźni czy miłości są mu zupełnie obce i nie należą do jego świata. A wszystko to za sprawą niepełnosprawności. Dodatkowo musi zmagać się z rzeczywistością, która z reguły wcale nie jest przyjazna, za to pełna barier. Często takie materiały dziennikarskie kończy prośba o pomoc opisywanej osobie i choć zabiegi te okazują się skuteczne, to jednak utrwalają w społeczeństwie negatywny i nieprawdziwy obraz człowieka niepełnosprawnego. Już same tytuły artykułów prasowych czy reportaży wprowadzają odbiorcę w taki klimat, wystarczy wspomnieć: *Ocalona z domowego piekła* czy *Znalazła szczęście wśród cierpienia*.

Zgodnie z drugim wizerunkiem otrzymujemy portret „superinwalidy”, człowieka, który „pomimo swojego kalectwa” wiele osiągnął; któremu przypisuje się wręcz nadludzkie cechy, dostrzega się w nim wyjątkowe talenty i niezwykle właściwości. Ma to służyć zarówno osobom niepełnosprawnym, jak i reszcie społeczeństwa. Tym pierwszym dodać wiary w siebie i we własne możliwości, uzmysłwić, że niepełnosprawność nie musi być przeszkodą w zwyczajnym funkcjonowaniu; u drugich – zmniejszyć niechęć i lęk przed osobami niepełnosprawnymi.

Często ukazuje się niepełnosprawnych jako tych, dzięki którym pełnosprawni odkrywają siebie, odnajdują utracony sens życia, wiarę w drugiego człowieka. Jako przykład wystarczy przytoczyć następujące tytuły filmów: *Ósmy dzień*, *Rain Man* czy *Forrest Gump*. Dziwi tylko fakt, że równie często pod koniec takiego filmu niepełnosprawny umiera lub zostaje oddany do przytułku. Może to sugerować widzowi, że niepełnosprawność jest zjawiskiem zbyt trudnym do zaakceptowania przez społeczeństwo.

Podobnych stereotypów jest znacznie więcej. Zgodnie z brytyjskim raportem „Wizerunki niepełnosprawności i mediów” osoby niepełnosprawne w mediach przedstawia się jako: godne pożałowania i patetyczne, jako przedmiot przemocy lub drwin, najgorszego i jedyne go wroga samych siebie, tworzące nastrój i osobliwość, asekualne, będące ciężarem dla całego społeczeństwa, niezdolne do pełnego udziału w życiu społecznym, a także jako groźne i złe. Takie ujęcie problemu ma wiele negatywnych skutków dla osób niepełnosprawnych. Utwierdza się dzięki niemu w społeczeństwie pogląd, że inwalidzi muszą sobie w specjalny sposób zasłużyć na godziwe traktowanie i akceptację. Ponadto eksponowanie medycznego podejścia do tej grupy osób kreuje przekonanie, że ich potrzeby wyraźnie różnią się od potrzeb reszty społeczeństwa, a zaspokajanie ich rujnuje wręcz środki społeczne. Obraz

taki umniejsza rolę czynników społecznych powodujących niepełnosprawność, umiejscawia je głównie w jednostce, ugruntowując przekonanie, że niepełnosprawność jest przede wszystkim problemem jednostki a nie społeczeństwa. Często media usiłują nas przekonać o tym, że nawet jeśli osoba niepełnosprawna coś osiągnie, to na pewno dzięki pomocy innych i swojemu szczęściu (choć to pojęcie wcale nieczęsto kojarzymy z niepełnosprawnością), a nie własnym zdolnościami. Nawet gdy media próbują ukazywać „normalnego niepełnosprawnego”, nie zawsze się to udaje. Ukazują człowieka, który radzi sobie na ekranie ze wszystkimi życiowymi sytuacjami (często dosyć niewiarygodnymi), podczas gdy w rzeczywistości niepełnosprawna osoba odtwarzająca daną postać nie potrafi sobie poradzić z podstawowymi czynnościami. Tak było w przypadku popularnego Corky'ego z serialu *Dzień za dniem*. Drugą stroną medalu promowania takiego ujęcia niepełnosprawności jest fakt, że prowadzi ono do wykształcenia przekonania, że skoro „oni” są tacy sami jak „my”, to nie ma potrzeby niczego zmieniać.

Chociaż zadaniem mediów publicznych jest obsługiwanie nie tylko mas, ale również mniejszości społecznych, nie należy zapominać, że kierują się one przede wszystkim prawami rynku. W efekcie przekonania dysponentów mediów, że problemy osób niepełnosprawnych są na tyle specyficzne, że nie można o nich mówić w programach dla wszystkich, powstaje wiele audycji, cząstokątnie przeznaczonych dla tej grupy społecznej. Z jednej strony trudno temu stwierdzeniu odmówić racji, z drugiej jednak kryje się w nim pułapka – powstałe zgodnie z tą myślą programy, głównie o charakterze doradczym i pomocowym, interesują raczej wąską grupę odbiorców. W związku z tym, jako nie przynoszące zysków, prezentowane są z reguły poza czasem największej oglądalności, np.: w sobotę o 7.30. A to dodatkowo utrudnia szerokiemu audytorium dostęp do informacji na temat niepełnosprawności. Takiemu podejściu do problemu sprzeciwiają się środowiska osób niepełnosprawnych. Podkreślają nie bez racji, że powinno się traktować niepełnosprawność jak każdy inny temat medialny. Ukazywać niepełnosprawnych jako grupę zróżnicowaną, o różnych potrzebach, z różnymi zainteresowaniami, w różnym wieku. Jest to szczególnie istotne, ponieważ medialna reprezentacja środowiska osób niepełnosprawnych nie jest typowa.

Większości Polaków *niepełnosprawność* kojarzy się przede wszystkim z uszkodzeniami narządu ruchu, kalectwem widocznym w pierwszym kontakcie z osobą niepełnosprawną. Przyczyn tego zjawiska upatruje się w sposobie ukazywania nie-

Artykuł powstał na podstawie pracy magisterskiej pt.: „Model niepełnosprawności w mediach a postawy wobec osób niepełnosprawnych”, za którą autorka otrzymała I nagrodę w konkursie na najlepsze prace magisterskie w zakresie problematyki osób niepełnosprawnych OTWARTE DRZWI 2004, organizowanym przez Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.

Anna Bieganowska ukończyła pedagogikę specjalną, jest doktorantką i asystentką w Zakładzie Pedagogicznego Kształcenia Nauczycieli UMCS.

pełnosprawnych w mediach – większość materiałów telewizyjnych, w których poruszany jest temat niepełnosprawności, ilustrują zdjęcia osób poruszających się na wózkach. Ponadto powszechnie znany emblemat symbolizujący niepełnosprawnych przedstawia człowieka na wózku. Nic więc dziwnego, że społeczeństwo identyfikuje niepełnosprawność z takimi osobami.

Jeszcze inaczej sytuacja przedstawia się w Wielkiej Brytanii: 65% niepełnosprawnych w telewizji to mężczyźni, 50% z nich ma od 25 do 40 lat i w 95% są biali. Rzeczywistość jest inna: populacja niepełnosprawnych to w większości starsze kobiety w dużej mierze wywodzące się z mniejszości etnicznych i rasowych...

Kolejną istotną sprawą jest konieczność ukazywania osób niepełnosprawnych w różnych sytuacjach, bez łączenia ich jedynie z informacjami o niepełnosprawności. Powinny być one obecne w programach ramowych o zróżnicowanej tematyce kulturalnej, sportowej, publicystycznej i to, jak się coraz częściej podkreśla, nie tylko jako bohaterowie, ale też osoby prowadzące. Powoli zaczyna się to realizować w praktyce. Powstaje program dla młodzieży *W-skiersi* prowadzony przez prezentera na wózku czy talk show *Smałki ciemności* (z udziałem niewidomego dziennikarza). Ciągłe jednak takie sytuacje dziwią, traktuje się jako święto, coś nadzwyczajnego, a przecież powinny być na porządku dziennym. Inaczej ma się rzecz w sztuce – tu nie ma podziału na artystów pełno- i niepełnosprawnych. Liczy się talent i to, co twórca ma do przekazania, bez względu na stopień jego sprawności.

Idealną byłaby taka sytuacja, gdyby udało się przenieść to przekonanie na grunt życia codziennego, w tym zwykłych mediów.

Odpowiednikiem tego stanu rzeczy w filmie powinien być fakt angażowania do ról także osób niepełnosprawnych a nie zawodowych aktorów. Jak dotąd przypadków takich jest niewiele, choć niepełnosprawnym aktorom niczego zarzucić nie można- wręcz przeciwnie- produkcje z ich udziałem zdobywają wiele prestiżowych nagród przemysłu filmowego, z Oskarami na czele, tak jak miało to miejsce w przypadku filmu *Dzieci gorszego Boga*.

Obserwuje się również tak zwaną „modę na trzeci plan”. Zjawisko to polega na obecności osób niepełnosprawnych w scenach nie mających znaczenia dla całości scenariusza – na przykład w grupie przechodniów czy klientów w sklepie. W ten sposób akcentuje się istnienie tej grupy w społeczeństwie.

Sami dziennikarze twierdzą, że ukazywanie osób niepełnosprawnych jest bardzo trudnym zadaniem i nie ma gotowego schematu, który wskazywałby, jak robić to dobrze. Można jednak sprostac temu wyzwaniu, pisząc, mówiąc, pokazując niepełnosprawnego po prostu jak człowieka a nie jak człowieka niepełnosprawnego. Pomocne w tym może być stwierdzenie wyjęte tym razem z Kodeksu Dziennikarzy Fińskich: *Mysł! Zastanów sie! Sprawdźaj!* Jest to szczególnie istotne w świecie, w którym nie da się żyć w oderwaniu od mediów, a przecież zgodnie ze słowami M. Medweda „prawdziwa potęga mediów polega na tym, że to one wskazują nam, co ma być normalne”. ■

Źródła:

- Barnes C., (1997), Wizerunki niepełnosprawności i media. Badanie sposobów przedstawiania osób niepełnosprawnych w środkach przekazu.
- Gustavsson A., Zakrzewska- Manterys E. (1997), (red.), Upośledzenie w społecznym zwierciadle, Wydawnictwo „Żak”, Warszawa..
- Hulek A. (1991), Środki masowego przekazu a człowiek niepełnosprawny. Materiały Międzynarodowego Sympozjum TWK, Warszawa 23-25 września 1987r., Polskie Towarzystwo Walki z Kalectwem, Warszawa.
- Iłowiecki M. (2003), Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach, Gaudium, Lublin.
- Iłowiecki M. (1996), „Obróbka skrawaniem”- kilka uwag o telerzeczywistości, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Norma dobrego obyczaju w mediach audiowizualnych. Materiały z konferencji zorganizowanej przez KRRiTv w Senacie Rzeczypospolitej Polskiej w Warszawie 10 grudnia 1996, Warszawa.
- Jakubowicz K. (1996), Dobry obyczaj i dobra robota w dziennikarstwie BBC, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Norma dobrego obyczaju w mediach audiowizualnych. Materiały z konferencji zorganizowanej przez KRRiTv w Senacie Rzeczypospolitej Polskiej w Warszawie 10 grudnia 1996, Warszawa.
- Jędrzejewski S. (1997), Radio renesans. Od monopolu do konkurencji, Wydawnictwo AKT, Warszawa.
- Kornas- Biela D. (red.) (1988), Osoba niepełnosprawna i jej miejsce w społeczeństwie. Materiały z sympozjum Wartość osoby upośledzonej i jej miejsce w społeczeństwie KUL 18-20 lutego 1985r., RW KUL, Lublin.
- Rutkiewicz I. (2003), Jak być przyzwoitym w telewizji- rady dla dziennikarzy telewizyjnych i nie tylko, Biblioteka Akademii TVP S. A., Warszawa.
- Integracja, 5/2003, 5/2001
- www. domyopieki.pl., Derczyński W., Badania CBOS.
- www. skrypt.info.pl, Apel Rady Etyki Mediów