

Osoba niepełnosprawna w mediach – człowiek sukcesu czy ofiara losu?

14

Katarzyna Maria Król

Osoby z różnym stopniem niepełnosprawności stanowią około 13% polskiego społeczeństwa. Powstaje pytanie – jaki procent Polaków ma bezpośredni kontakt z osobami niepełnosprawnymi? Badania wskazują, że niewielki, a wiedzę o osobach niepełnosprawnych najczęściej uzyskują z mediów. 70% Polaków po zakończeniu edukacji całą swoją wiedzę o otaczającym świecie czerpie wyłącznie z telewizji. Jaki otrzymują wizerunek osoby niepełnosprawnej? Czarno – biały, czy uwzględniający różne kolory, odcienie, niuanse? Czy nowy dyskurs publiczny przyczynia się do wyjścia osób niepełnosprawnych ze „społecznego cienia” i zaprezentowania jako pełnoprawnych, choć odmiennych partnerów społecznej interakcji?

Jeden z najbardziej znanych filozofów dialogu, Martin Buber, powiedział, że fundamentalnym faktem egzystencji ludzkiej nie jest człowiek sam w sobie, lecz człowiek z drugim człowiekiem. Prawdziwy dialog wymaga akceptacji inności. Każda osoba, niepełnosprawna czy sprawna, odbiera otoczenie i buduje z nim relacje w swój indywidualny sposób. Jednym z ważnych elementów integracji społecznej osób niepełnosprawnych jest jej wizerunek w oczach społeczeństwa i wynikające stąd konsekwencje w funkcjonowaniu społecznym.



Wizerunek

Media, ze względu na masowe oddziaływanie, mają pierwszoplanowe znaczenie w tworzeniu wizerunku osoby niepełnosprawnej. Język multimediów zwykle nie jest skomplikowany, przez co jest zrozumiały dla większości odbiorców. To prowadzi do globalizacji informacji i upowszechniania określonych wzorców kulturowych.

Ludzie pełnosprawni w kontaktach z niepełnosprawnymi są najczęściej niepewni, nie wiedzą jak ich zachowanie zostanie odebrane i z jaką spotka się reakcją.

Kontakt codzienny jest niewielki, a czasami żaden. Jak donosi raport z badań OBOP, 62% dorosłych Polaków nie ma w ogóle kontaktów z osobami niepełnosprawnymi ani w swoim bliższym, ani dalszym otoczeniu. Przeciętny człowiek nie wie jak się zachować, jak pomóc i jak rozmawiać. Są tworzone poradniki savoir-vivre'u wobec osób z różnymi niepełnosprawnościami, ale czy czytają je osoby pełnosprawne?

W postawach osób pełnosprawnych wobec osób niepełnosprawnych ujawniają się stereotypowe sądy, opinie. Jesteśmy MY i są ONI, którzy wymagają z pewnością specjalnego traktowania. Takie są przekonania, wdrukowane kalki postępowania. Często osoby pełnosprawne nie chcą wyjść poza, w ich mniemaniu, obowiązujący stereotyp, obiegowe sądy. Boją się osobistych relacji, wolą nie angażować się, nie trudzić poznawaniem rzeczywistości. Zastanówmy się więc co zrobić, jak ukierunkować dialog z Innym, aby go akceptować, rozumieć i wspierać. Jakie podjąć działania, aby wizerunek osoby niepełnosprawnej był obrazem konkretnej osoby, a nie obrazem tylko jej dysfunkcji. W jakim zakresie pomocne mogą być mass media?

Niewątpliwym wydaje się, że w kształtowaniu rzeczywistego wizerunku osoby niepełnosprawnej, niebagatelną rolę do spełnienia mają właśnie współczesne media. Mogą bowiem pokazać adekwatny obraz osoby niepełnosprawnej w różnych kontekstach naszego życia, przekazać wiedzę, łamać stereotypy. Jak się wydaje wniosek jest jeden: ponieważ głównie środki masowego przekazu kształtują określony wizerunek osoby niepełnosprawnej, dlatego tak istotne jest, w jaki sposób podchodzą one do problemu niepełnosprawności.

Media bardzo często kreują wizerunek osób niepełnospraw-

nych na dwa skrajne sposoby. Albo jako bohaterów, albo osoby, które wymagają pomocy, są bezradne i uzależnione od innych. Ma to wzbudzić albo podziw, zdziwienie, albo wyzwolić odruch pomocy bazujący na współczuciu



i litości. Osoby niepełnosprawne w mediach najczęściej ukazywane są w programach interwencyjnych, filmach dokumentalnych, a rzadko w filmach fabularnych, lub z okazji zawodów czy igrzysk paraolimpijskich. Rozpowszechnianie wizerunku osób niepełnosprawnych, który podkreśla tylko ich dysfunkcje, a tym samym powielane schematy rodzi sprzeczne wyobrażenia. Audycji, artykułów o życiu osób niepełnosprawnych jest niewiele, a te publikowane ukazują je najczęściej z perspektywy problemów, nieszczęść i barier. Utwierdza to w widzach przekonanie o bezradności osób z dysfunkcjami. Media przedstawiając niepełno-

sprawnych koncentrują się na ich dysfunkcji, a nie na osiągnięciach. Tymczasem brakuje opisu przeciętnej osoby niepełnosprawnej. Ważne, by obraz był prawdziwy, a nie lukrowany, ale także by nie pokazywał osoby niepełnosprawnej jako roszczeniowej i biernej. Istotne jest przedstawianie ludzi z dysfunkcjami jako obywateli pełnoprawnych, bowiem środki masowego przekazu, jak wiadomo, w dużym stopniu kreują opinię publiczną. Polska Rada Etyki Mediów zauważyła, że „trzeba pokazywać tych ludzi w normalnych sytuacjach społecznych, akcentować ich ludzkie możliwości jako obywateli mających równe prawa, choć nierówne szanse”. Niezwykle istotny staje się więc sposób w jaki osoby z różnym rodzajem niepełnosprawności prezentowane są przez media - pobieżnie potraktowany temat, nieumiejętnie dobrane słowa czy nie zrozumiałe zdjęcia mogą prowadzić do niewłaściwego postrzegania osób niepełnosprawnych

Tworzenie wizerunku osoby niepełnosprawnej tylko w oparciu o atrybuty jej przypisywane, może wzbudzać negatywne postawy, emocje, zachowania. Należy więc podejmować kompleksowe i wielostronne działania na rzecz kształtowania właściwego wizerunku osoby niepełnosprawnej, która winna być traktowana podmiotowo. Mass media kształtując opinię publiczną, wpływając na obraz rzeczywistości, kreując wizerunek osób niepełnosprawnych mają niebagatelny wpływ na zmiany postaw społecznych wobec osób niepełnosprawnych. Są medium pomagającym w zidentyfikowaniu i ukazaniu niektórych mechanizmów wykluczających osoby niepełnosprawne z głównego nurtu życia społecznego.