

ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Κείμενο

[Πώς παρουσιάζουν τα ΜΜΕ τα άτομα με αναπηρία]

Εδώ και δεκαετίες οργανώσεις και σωματεία δίνουν έναν συνεπή αγώνα για τα άτομα με αναπηρία. Ωστόσο, είναι διάχυτη η αίσθηση ότι υφίσταται ένας λιγότερο ή περισσότερο συνειδητός αποκλεισμός. Αποκλεισμός από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, που έχει συχνά τα ίδια χαρακτηριστικά με τους αποκλεισμούς που βιώνουν καθημερινά στη ζωή τους. Αν και φαίνεται ότι γνωστοποιούνται οι ανάγκες και τα προβλήματά τους τόσο από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, όσο και από την ευρύτερη κοινωνία, τελικά τα άτομα αυτά ποτέ δεν έρχονται στο επίκεντρο του δημόσιου προβληματισμού.

Αυτός ο **ιδιότυπος** περιορισμός ή αποκλεισμός από τη δημόσια προβολή έχει σίγουρα να κάνει και με τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Συνδέεται με το ευρύτερο πρόβλημα, τη μεγάλη αυτή συζήτηση που αφορά στον ρόλο και στην ευθύνη τους στις σύγχρονες κοινωνίες. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης δεν καλύπτουν την αναγκαιότητα ενημέρωσης της κοινωνίας. Μολονότι, λοιπόν, πολύ εύκολα θα μπορούσαμε να ρίξουμε το μεγαλύτερο μέρος της ευθύνης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στο κυνήγι των πωλήσεων, η αφετηρία του προβλήματος κατά τη γνώμη μου δεν είναι εκεί, είναι στην ουσία πρόβλημα ολόκληρης της κοινωνίας. Γιατί το τι προτιμά ο πελάτης-αποδέκτης προγραμμάτων και πληροφοριών έχει να κάνει με τον πολιτισμό και την παιδεία.

Και η αλήθεια είναι ότι η αναπηρία θεωρούνταν πάντοτε συνώνυμο της αδυναμίας και της **πλήρους** ανικανότητας. Στην πράξη αντιμετωπίζουμε κάποιον ανάπηρο σαν να είναι ολικά ανάπηρος, ασχέτως αν η **ανεπάρκειά** του σχετίζεται με συγκεκριμένες λειτουργίες που δεν μπορεί να πραγματοποιήσει. Δυστυχώς, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης δεν έχουν αλλάξει σε σημαντικό βαθμό τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν τα άτομα με αναπηρία. Αν θυμηθούμε το πώς προβάλλονται τα θέματα των αναπήρων από τις ειδήσεις και τις εφημερίδες, θα αντιληφθούμε το πώς αναπαράγονται και τα φαινόμενα περιθωριοποίησης και στιγματισμού.

Έχει διαπιστωθεί ότι ο άνθρωπος με αναπηρία είναι στιγματισμένος από λύπηση. Ακόμα κι όταν γίνεται δημόσια αναφορά σε περιπτώσεις ανθρώπων με αναπηρία, η λύπη είναι αυτή που προβάλλεται συνειδητά ή ασυνείδητα. Το βλέπουμε στις ειδήσεις της τηλεόρασης, στις περιπτώσεις ενός ανθρώπου που είναι ανάπηρος και προσπαθεί να κερδίσει τη ζωή του. Ενώ επιβραβεύουμε το **σθένος** του, παρά το πρόβλημα του, το μήνυμα που διαπερνά την είδηση δεν αφορά στην ουσία τον ανάπηρο αλλά τους υπόλοιπους, τους «φυσιολογικούς». Το μήνυμα που λαμβάνουμε είναι

«κοίταξε, ο άνθρωπος αυτός παρά το πρόβλημα που έχει δείχνει τέτοια δύναμη και τέτοιο κουράγιο και μετά λέω πως εγώ έχω προβλήματα». Δηλαδή πάλι στον εαυτό μας απευθυνόμαστε. Αν στόχος είναι να περάσει μέσω της είδησης το μήνυμα για το σθένος και τη θέληση για ζωή του αναπήρου, η εικόνα που περνάει είναι συχνά του διαφορετικού και του παράξενου ανθρώπου.

Και βέβαια τα τελευταία πλάνα της είδησης στην τηλεόραση έχουν επενδυθεί με μια γλυκόπικρη μουσική. Ναι, πάλι τα κατάφερε ο ευαίσθητος δημοσιογράφος που έδειξε με **περισσή** ευαισθησία μια διαφορετική όψη της ζωής. Και τελικά το μήνυμα που περνάει στον κόσμο είναι εντελώς διαφορετικό. Κι επειδή τα δελτία ειδήσεων έχουν συνήθως αυτές τις ανθρωπιστικές νότες, αμέσως μετά παίζουν διαφημίσεις της κύριας όψης της ζωής, το υγιέστατο και πανέμορφο φωτομοντέλο που τα έχει όλα στη ζωή του και οδηγεί γεμάτο σιγουριά το αστραφτερό αυτοκίνητο.

Για να εντάξουμε, λοιπόν, ή να επανεντάξουμε άτομα με αναπηρία στην κοινωνική και οικονομική ζωή, θα πρέπει πρώτα απ' όλα να τους εντάξουμε ισότιμα στην εικόνα που έχουμε για τους ανθρώπους, όχι να τους αντιμετωπίζουμε ως έναν διαφορετικό κόσμο που ζει παράλληλα με τον δικό μας. Αυτό νομίζω ότι είναι και η πιο σημαντική ευθύνη που έχουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και δεν είναι ιδιαίτερα δύσκολο να το πράξουν, να εντάξουν δηλαδή στα προγράμματά τους ανθρώπους με αναπηρία που συμβιώνουν αρμονικά με τους άλλους ανθρώπους. Κι εδώ ο ρόλος των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι καταλυτικός και θα πρέπει να αποδείξουν ότι ο σκοπός της ύπαρξής τους είναι πρώτα απ' όλα κοινωνικός και δευτερευόντως επιχειρηματικός.

I. Δεσποτοπούλου (2006). Άτομα με αναπηρία και τρόπος παρουσιάσής τους στα ΜΜΕ. Στο *Άτομα με αναπηρία και ΜΜΕ. Διεθνής Διημερίδα, 19-20 Ιουνίου 2006*. Αθήνα, 96-102 (διασκευή).

ΘΕΜΑΤΑ

A. (Μονάδες 20)

A. Να αποδώσετε περιληπτικά το κείμενο (80-100 λέξεις).

(μονάδες 20)

B. (Μονάδες 15)

B1. Πώς θα μπορούσαν, σύμφωνα με τη συγγραφέα, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να συνδράμουν στην ένταξη των ατόμων με αναπηρίες στην κοινωνική και οικονομική ζωή; (60 – 80 λέξεις)

(μονάδες 11)

- B2.** Να δώσετε από έναν πλαγιότιτλο στην τέταρτη (Έχει διαπιστωθεί... ανθρώπου) και στην πέμπτη (Και βέβαια... αυτοκίνητο) παράγραφο του κειμένου.
- (μονάδες 4)**

Γ. (Μονάδες 15)

- Γ1.α.** Να γράψετε μία συνώνυμη λέξη για καθεμία από τις λέξεις του κειμένου με την **έντονη γραφή**, με βάση τη σημασία τους στο κείμενο: **ιδιότυπος, πλήρους, ανεπάρκεια, σθένος, περισσή.**
- (μονάδες 5)**

- Γ1.β.** Να δημιουργήσετε μία πρόταση για καθεμία από τις συνώνυμες λέξεις που επιλέξατε, έτσι ώστε να γίνεται φανερή η σημασία τους. (Μπορείτε να διαφοροποιήσετε τον γραμματικό τύπο, δηλαδή την πτώση, τον αριθμό, το πρόσωπο, το γένος κ.λπ.).
- (μονάδες 5)**

- Γ2.** «...το υγιέστατο και πανέμορφο φωτομοντέλο που τα έχει όλα στη ζωή του και οδηγεί γεμάτο σιγουριά το αστραφτερό αυτοκίνητο»

- Γ2.α.** Η λέξη αστραφτερό χρησιμοποιείται κυριολεκτικά/δηλωτικά ή μεταφορικά/συνυποδηλωτικά; Να αιτιολογήσετε με συντομία την απάντησή σας.
- (μονάδες 3)**

- Γ2.β.** Να γράψετε δύο προτάσεις με τη λέξη αστραφτερό. Στην πρώτη χρησιμοποιήστε τη λέξη κυριολεκτικά/δηλωτικά και στη δεύτερη μεταφορικά/συνυποδηλωτικά.
- (μονάδες 2)**