

**Anna Bieganowska-Skóra**

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie  
ORCID: 0000-0003-3097-7376

## **Stereotypowy wizerunek czy marka osobista – film źródłem wiedzy o niepełnosprawności**

### **Stereotypical image or personal brand – film as a source of knowledge about disability**

#### **Streszczenie**

Film fabularny jako element kultury popularnej produkowany jest na potrzeby masowej widowni, ma odnieść sukces frekwencyjny i finansowy. Sposób przedstawiania informacji w filmie sugeruje widzom określone interpretacje, daje pozór rzeczywistości. Uwzględniając oba te stwierdzenia i odnosząc się do dwóch pojęć: stereotypowego wizerunku oraz marki osobistej, poddano analizie na przykładzie filmu „Cudowny chłopak” sposób przedstawiania w filmie fabularnym postaci dziecka z niepełnosprawnością.

**Słowa kluczowe:** model niepełnosprawności, dziecko niepełnosprawne w filmie, marka osobista, wizerunek społeczny

#### **Abstract**

A feature film, as an element of popular culture, is produced for the needs of a mass audience and is expected to achieve both attendance and financial success. The way information is presented in the film suggests certain interpretations to the audience and gives the appearance of reality. Taking both of these statements into account and referring to two concepts: stereotypical image and personal brand, the method of presenting the character of a child with a disability in a feature film was analyzed, using the example of the film “Wonder”.

**Keywords:** disability model, disabled child in the film, personal brand, social image

## **Wprowadzenie**

Marshall McLuhan określił film mianem medium „gorącego” – takiego, które daje obraz konkretnej sytuacji; jest dokładne, jednoznaczne; nasycone pełną i szczegółową informacją<sup>1</sup>. Sprawia, że widzowi nie umknie żaden szczegół, a nie pozostawiając niedopowiedzeń, nie wymaga od niego wypełniania luk poznawczych

---

<sup>1</sup> T. Goban-Klas, *Prekursorzy – ojcowie założyciele – medioznawcy i mediolodzy*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2013, t. 56, nr 1(213), s. 11–25, doi: 10.4467/2299-6362PZ.13.001.1019.

poprzez tworzenie sensów i znaczeń ani większego zaangażowania w proces komunikacji. Złudzenie pełności informacji sprawia, że odbiór medium „gorącego” jest „zimny” – odbiorca treści uznaje, że jest dobrze poinformowany, mimo że przekazana informacja może wymagać uzupełnienia lub być nieprecyzyjna<sup>2</sup>. Jak zauważył Jean Epstein, obraz filmowy jest gotowym wyobrażeniem, niesie ze sobą ładunek informacyjny i emocjonalny, działa bezpośrednio na sferę emocjonalną bez pośrednictwa intelektu<sup>3</sup>. Film traktuje się nie tylko jako narzędzie spędzania wolnego czasu, ale też jako ważny element edukacji ustawicznej, jedno z potężniejszych i bardzo atrakcyjnych źródeł wiedzy<sup>4</sup>.

Film nie jest realnym odbiciem rzeczywistości, „spłaszcza i dramaty, i przyjemności”<sup>5</sup>. Jest to szczególnie istotne w odniesieniu do tematów obcych przeciętnemu człowiekowi, nieznanymi mu z własnego doświadczenia, np. chorób czy niepełnosprawności. Poziom wiedzy społeczeństwa na ten temat jest na ogół niski. Wiedza ta, modyfikująca postawy wobec określonej grupy osób czy tworząca ich obraz w świadomości odbiorców, pochodzi w pierwszej kolejności z mediów, zwana jest nawet od swojego źródła „wikipedyczną”. Wyniki analiz filmów fabularnych dowodzą, iż często prezentowane w nich treści zawężają, zniekształcają i upraszczają obraz zjawiska<sup>6</sup>, przyczyniając się tym samym do upowszechniania i utrwalania w społecznej świadomości stereotypowego wizerunku osób z niepełnosprawnością.

W ostatnich latach badacze coraz częściej dostrzegają wagę zagadnienia i podają analizie różnorodny przekaz medialny traktujący o niepełnosprawności<sup>7</sup>. Daje się w nim zaobserwować nie tylko pewne stałe, niezmiennie prawidłowości rządzące sposobami ukazywania osób z niepełnosprawnością w mediach, ale również wynikającą z przemian społecznych ewolucję poglądów. Stosunkowo rzadko bohaterem analiz jest niepełnosprawne dziecko. Dlatego też celem niniejszego opracowania jest odpowiedź na pytanie, w jaki sposób w filmie fabularnym przedstawiane jest

<sup>2</sup> I.S. Fiut, *Czy możliwy jest »czwarty świat« w modelu EE Karla R. Poppera?*, „Filozofia i Nauka” 2018, nr 6, s. 15.

<sup>3</sup> J. Plisiecki, *Film i sztuki tradycyjne*, Lublin 2010, s. 57.

<sup>4</sup> M. Kowalski, M. Dróżdż, *Przemoc i zdrowie w obrazach telewizyjnych*, Kraków 2008, s. 17.

<sup>5</sup> M. Wawrzak-Chodaczek, *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, Wrocław 2020, s. 24.

<sup>6</sup> Por. D. Wedding, M.A. Boyd, R.M. Niemiec, *Kino i choroby psychiczne. Filmy, które pomagają zrozumieć zaburzenia psychiczne*, Warszawa 2014, s. 8.

<sup>7</sup> Np. C. Barnes, *Wizerunki niepełnosprawnych i media: badanie sposobów przedstawiania osób niepełnosprawnych w środkach masowego przekazu*, Warszawa 1997; W. Otto, *Obrazy niepełnosprawności w polskim filmie*, Poznań 2012; A. Bieganowska, *Przekaz medialny w modyfikowaniu studentów pedagogiki wobec niepełnosprawności*, Lublin 2015; A. Bieganowska-Skóra, „And the winner is...” *Model niepełnosprawności w oscarowych produkcjach*, Lublin 2017; T. Wojakowski, *Wizerunek osób z niepełnosprawnościami: stan postulowany a rzeczywisty obraz w mediach odtworzony na przykładzie tygodników opiniotwórczych*, „Zoon Politikon” 2020, nr 11.

dziecko z niepełnosprawnością? Czy realizuje stawiane przez środowiska osób z niepełnosprawnościami postulaty budowania marki osobistej?

Odpowiedzi na zadane pytania zostaną udzielone na podstawie analizy filmu fabularnego „Cudowny chłopak”<sup>8</sup>.

### **Dziecko z niepełnosprawnością w przestrzeni medialnej**

Jak zauważa Jacek Kurczewski, dzieci stały się jednym z głównych tematów kultury zachodniej: „Dziecko wyszło z domu, w którym przebywało wcześniej, i stanęło w samym centrum kultury obok Dorosłego”<sup>9</sup>. Stanowisko to dopełnia Beata Łaciak słowami: „we współczesnej kulturze stykamy się z dzieckiem na każdym kroku. Jest ono obecne w literaturze, filmie, fotografii czy reklamie. Sposób i częstość ukazywania dziecka wymownie świadczą o jego miejscu i znaczeniu w społeczeństwie”<sup>10</sup>.

W 2003 r., gdy powstawała cytowana publikacja, medialna sytuacja dziecka z niepełnosprawnością nie wyglądała najlepiej. Z przeprowadzonych analiz wynikało, że jedyną reprezentacją było dziecko cierpiące, zależne od pomocy dorosłych; mały bohater, który dzielnie walczy z przeciwnościami losu; „z optymizmem stara się pokonać chorobę, prowadzić normalne życie, uczyć się, mieć kontakty z rówieśnikami”<sup>11</sup>. Jego rodzice nieustannie toczyli heroiczną walkę z problemami finansowymi, wymogami lub niedostatkami systemu. Brakowało przekazów pokazujących aspekty niezwiązanego z niepełnosprawnością „normalnego” życia niepełnosprawnego dziecka.

Zdaniem Elżbiety Zakrzewskiej-Manterys samo słowo niepełnosprawność i jego definiowanie „wymusza niejako wspólnotę wizerunku, a w związku z tym wspólnotę społecznego usytuowania”. Dziecko niepełnosprawne jest pokazywane biedne, nieszczęśliwe i chore, podlega procesom marginalizacji i wykluczenia, ktoś obcy. Autorka zadaje ciekawe pytanie, czy wizerunek ten należy rozpatrywać jako konsekwencję, czy przyczynę kreowania określonego sposobu komunikowania społecznego<sup>12</sup>. Dodaje,

<sup>8</sup> Scenariusz na podstawie powieści Raquel Jaramillo Pallacio napisali Steve Conrad i Jack Thorne, a wyreżyserował Stephen Chbosky. Produkcja swoją premierę miała 15 listopada 2017 r. Zaliczana jest do takich gatunków, jak dramat, komedia, film obyczajowy. Auggiego zagrał dziesięcioletni wówczas Jacob Tremblay, w role rodziców wcieliłi się: Julia Roberts i Owen Wilson. Film został nominowany do Oscara w kategorii „Najlepsza charakteryzacja i fryzury”, zdobył również nagrodę „Saturn” dla najlepszego filmu niezależnego. W polskim serwisie filmowym FILMWEB uzyskał dość wysoką ocenę – 7,7 na 10 możliwych gwiazdek. Film ocenili 123 178 użytkowników portalu, a 36 942 osoby deklarują chęć obejrzenia go w przyszłości.

<sup>9</sup> J. Kurczewski, *Dziecko we współczesnej kulturze Zachodu* [w:] *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, red. B. Łaciak, Warszawa 2003, s. 36.

<sup>10</sup> B. Łaciak, *Obraz dziecka w prasie i telewizji* [w:] *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, red. B. Łaciak, Warszawa 2003, s. 42.

<sup>11</sup> Tamże, s. 53.

<sup>12</sup> E. Zakrzewska-Manterys, *Wizerunek medialny dziecka niepełnosprawnego* [w:] *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej...*, s. 71–72.

że publiczność nie ma zbyt wielkiego wyboru – ogląda obrazy *beznamiętnie fachowe* lub *górnolotnie patetyczne*, co nie zachęca do zainteresowania tematyką niepełnosprawności<sup>13</sup>.

Po 20 latach wiele we wzmiankowanej materii się zmieniło. Ratyfikowana przez Polskę Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych w artykule 8: „Podnoszenie świadomości społecznej” zachęca media do podjęcia skutecznych i natchmiastowych działań służących podnoszeniu świadomości społecznej na temat niepełnosprawności, promowaniu pozytywnego, zgodnego z założeniami modelu społecznego, wizerunku osób z niepełnosprawnością, upowszechnianiu wiedzy na temat ich możliwości i potencjałów oraz zwalczaniu szkodliwych stereotypów<sup>14</sup>. Rośnie widzialność społeczna osób z niepełnosprawnością, a także świadomość roli i wagi mediów w procesie modyfikowania postaw społecznych wobec niepełnosprawności. Przestaje dziwić, że kiedy osoba z niepełnosprawnością pojawia się na ekranie, opowiadana historia dotyczy nie tylko niepełnosprawności. Niepełnosprawność nieśmiało, ale konsekwentnie schodzi z drogi stereotypowego wizerunku, wkraczając na drogę budowania marki osobistej.

### Wizerunek a marka osobista

Według *Słownika języka polskiego* wizerunek to jest „sposób, w jaki dana osoba lub rzecz jest postrzegana i przedstawiana”<sup>15</sup>. Philip Kotler wyjaśnił to pojęcie jako „zbiór przekonań, myśli i wyrażeń danej osoby o obiekcie”<sup>16</sup>. Przeglądając strony internetowe poświęcone kreowaniu wizerunku, znaleźć można szereg różnych definicji, np.: „suma wrażeń, jakie mają ludzie stykający się z nami”<sup>17</sup> lub „obraz naszej osoby powstający w umysłach ludzi, z którymi mamy do czynienia na co dzień”<sup>18</sup>. Bez względu na to, którą z definicji się przyjmie, jedno jest wspólne: mamy na myśli to, co pochodzi z zewnątrz; co nas określa w oczach innych – jak jesteśmy postrzegani i jakie opinie ma otoczenie na nasz temat. Na wizerunek wpływa wiele czynników (subiektywne, obiektywne; wewnętrzne i zewnętrzne). Najważniejsze z punktu widzenia niniejszych rozważań jest to, że wizerunki uwarunkowane są historycznie i społecznie – odbijają się w nich swoista „spuścizna dziejowa”. Ma to bezpośrednie przełożenie na obraz osób z niepełnosprawnością prezentowany na kinowym ekranie, a przejawia się w obeszładniających, krzywdzących stereotypowych

<sup>13</sup> Tamże, s.79.

<sup>14</sup> Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych, Dz.U. z dnia 25 października 2012 r., poz. 1169, <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu20120001169> (dostęp: 30.11.2023).

<sup>15</sup> <https://sjp.pwn.pl/sjp/;2579940>.

<sup>16</sup> Za: M. Szyszka, *Kształtowanie wizerunku instytucji pomocy społecznej w mediach*, Warszawa 2013, s. 31.

<sup>17</sup> <https://prestigebag.pl/kreowanie-wizerunku-osobistego-co-warto-wiedziec/>.

<sup>18</sup> <https://www.imagemanagement.pl/oferta/uslugi-wizerunkowe/wizerunek-osobisty.html>.

wizerunkach z upodobaniem upowszechnianych od lat przez twórców filmowych. Można je porównać do przyklejonych etykiet, masek nieuwzględniających różnic pomiędzy osobami, sprowadzających wszystkich przedstawicieli danej grupy do kilku uśrednionych charakterystyk, uznanych za prawdziwe i reprezentatywne. Najbardziej znaną klasyfikację obezwładniających wizerunków stworzył Colin Barnes<sup>19</sup>.

Marka osobista odzwierciedla natomiast to, co wewnętrzne, autentyczne, charakterystyczne dla konkretnej osoby, wynikające z jej rozwoju i samodoskonalenia, wartości doświadczeń, przekonań i talentów. To jest to, czym człowiek odróżnia się od innych, dzięki czemu można kogoś jednoznacznie zidentyfikować. Jak stwierdził Jeff Bezos: „Twoja marka jest tym, co o Tobie mówią, kiedy cię nie ma w pokoju”<sup>20</sup>. W marce liczą się spójność, autentyczność i wiarygodność; to, by pokazać otoczeniu prawdziwe oblicze człowieka – wyodrębnić go z tłumu. Porównuje się ją do DNA: unikalnego i niepowtarzalnego. Marki są zbudowane wokół historii, odnoszą się do konkretnej osoby – tego, kim jest, skąd pochodzi, do czego dąży, jakie ma wartości<sup>21</sup>. Jak powiedział Dan Schabel, „tworzenie osobistej marki polega na odsłonięciu swojej prawdziwej, wyjątkowej twarzy i zaprezentowaniu jej światu”<sup>22</sup>. Przejawem filmowych reprezentacji osób z niepełnosprawnościami przez pryzmat marki osobistej będą obrazy zgodne z modelem społecznym niepełnosprawności<sup>23</sup> ukazujące niepełnosprawność jako jeden z rysów danej osoby, a nie jedyny; charakterystyki akcentujące indywidualność każdej osoby, akceptację, świadomość potencjałów i wkładu w życie społeczne, jakie każdy bez względu na stopień sprawności wnieść może.

### „Cudowny chłopak” – wizerunek czy marka osobista?

„Cudowny chłopak” to film przedstawiający historię dziesięciolatka, Auggiego Pullmana. Chłopiec ma widoczną niepełnosprawność. Urodził się z Zespołem Treachera-Collinsa powodującym deformację twarzy<sup>24</sup>. Widz poznaje głównego bohatera

<sup>19</sup> Na liście znajduje się 11 krzywdzących i niestety, mimo upływu lat, wciąż aktualnych reprezentacji osób z niepełnosprawnością jako: superkaleki, jedynego i największego wroga samego siebie, osób aseksualnych, wywołujących nastroj i osobliwość, przedmiotu przemocy, ciężaru dla społeczeństwa, niezdolnych do udziału w życiu społecznym, groźnych i złych, godnych pożałowania i patetycznych, przedmiot drwin czy normalnego człowieka. Za: C. Barnes, *Wizerunki niepełnosprawnych i media: badanie sposobów przedstawiania osób niepełnosprawnych w środkach masowego przekazu*, Warszawa 1997.

<sup>20</sup> A. Brukszo, *BrandU, czyli nowa marka o nazwie TY*, Brzezia Łąka 2017, s. 9.

<sup>21</sup> Tamże, s. 85.

<sup>22</sup> Tamże, s. 17.

<sup>23</sup> Więcej o modelach: Ogólnopolski Sejmik Osób Niepełnosprawnych, *Spoleczny model niepełnosprawności*, „Problemy Rehabilitacji Społecznej i Zawodowej”, nr 1(155), Warszawa 1998.

<sup>24</sup> Zespół Treachera-Collinsa (Treacher-Collins Syndrome, TCS) to wrodzone zaburzenie rozwoju twarzoczaszki o podłożu genetycznym zaliczane jest do chorób rzadkich: według statystyk pojawia

w szczególnym dla niego momencie. Po kilku latach nauki w domu pod okiem mamy chłopak ma rozpocząć edukację szkolną. Decyzja ta budzi wiele emocji.

W pierwszych minutach filmu widz otrzymuje charakterystykę Auggiego. Nie odróżnia się on od innych dzieci, jest typowym dziesięcioletkiem: „robię to samo, co wszyscy – opowiada – jem lody; jeżdżę na rowerze; jestem bardzo dobry w sporcie, to znaczy na x-boxie; lubię Minecrafta, fizykę i przebierać się na Halloween. Lubię walczyć z tatą na gwiazdne miecze i oglądać z nim *Gwiazdne wojny*. I doprowadzać siostrę do szału. Jak każdy chłopak zamierzam polecieć w Kosmos”<sup>25</sup>. W początkowych scenach chłopiec nosi kask kosmonauty na głowie – można odebrać to jako konsekwencję dziecięcej fascynacji Kosmosem. Dopiero w kolejnym kadrze padają słowa: „tyle że przy tym wszystkim nie wyglądam zwyczajnie”, które zmieniają znaczenie kasku – z gadżetu przydatnego w dziecięcych zabawach staje się on symbolem bezpiecznej kryjówki bohatera. Scena narodzin Auggiego wprowadza scharakteryzowaną przez C. Barnesę stereotypową atmosferę osobliwości – lekarz odbierający poród jest przerażony, gdy spogląda na dziecko, a położna w pośpiechu i bez słowa wybiega z dzieckiem z sali, pozostawiając rodziców w lęku i szoku. W 5 minucie filmu na ekranie pojawia się twarz Auggiego. Jej audiodeskrypcyjny opis wyjaśnia, na czym polega owa niezwykłość będąca barierą między chłopcem a resztą świata: *zdeformowana, pokryta bliznami*. W filmie nie pada opis choroby, widz dowiaduje się jedynie, że to „taki gen, a nawet dwa geny, które są identyczne”; „wygrana na piekielnej genetycznej loterii”. Poza lakonicznym opisem: „miałem 27 operacji. Pomogły mi oddychać, widzieć, słyszeć bez aparatu, niektóre mnie nawet upiękшыły. Ale żadna nie sprawiła, że zacząłem wyglądać normalnie”, nie ma żadnych nawiązań do leczenia, medycyny, rehabilitacji – osadza to oglądającego w kontekście pożądanego społecznego modelu niepełnosprawności. Ukazuje, że bariery nie tkwią w stanie zdrowia bohatera, a jego społecznym odbiorze spowodowanym nietypowym wyglądem, który sprawia, że „staje się szkolną sensacją, a dla wielu wręcz *dziwadłem*. Jedni się z niego śmieją,

się raz na 10 000 lub 50 000 urodzeń. Występuje zarówno u dziewczynek, jak i chłopców, niezależnie od szerokości geograficznej. Jego efektem są wady rozwojowe twarzy, uszu i oczu (m.in. słabo rozwinięte szczęki i podbródek, bardzo płaskie kości policzkowe, powieki opadające ku dołowi, słabo rozwinięte uszy). Powodują one widoczne i wymagające wielu ingerencji chirurgicznych deformacje twarzy, a także trudności w oddychaniu, jedzeniu, słyszeniu lub artykulacji. Syndrom nie powoduje wad rozwojowych mózgu ani deficytu intelektualnego. Konsekwencje TCS, określane mianem estetycznych, zdaniem ekspertów skutkują cierpieniem psychicznym i izolacją dziecka, a także trudnościami z zaakceptowaniem siebie i byciem akceptowanym, zwłaszcza przez grupę rówieńczą. Jak wskazują badania, akceptacja fizycznej odmienności jest szczególnie trudna dla nastolatków w okresie dojrzewania. Choć ostatnie lata przyniosły kolejne doniesienia na temat zespołu ogólnodostępne informacje na jego temat wciąż są dwójakiego rodzaju: jest to już wspomniana wiedza wikipedyczna lub stricte medyczna (por. *Le syndrome de Treacher-Collins Encyclopédie Orphanet Grand Public Maladies Rares*, [www.orpha.net/data/patho/Pub/fr/Treacher-Collins-FRfrPub293.pdf](http://www.orpha.net/data/patho/Pub/fr/Treacher-Collins-FRfrPub293.pdf), s. 1-4 (dostęp: 10.11.2023)).

<sup>25</sup> Cytaty pochodzą ze ścieżki dialogowej kopii filmu dostępnej na portalu filmowym dla niewidomych i niesłyszących ADAPTER, <https://adapter.pl/filmy/cudowny-chlopak/>.

inni wytykają palcami, ale nikt tak naprawdę niczego o nim nie wie<sup>26</sup>. Otoczenie, bazując jedynie na wyglądzie, przypisuje chłopcu zestaw cech sytuujących go w kategorii „obcy”.

Nietypowy wygląd jest opisywany w literaturze przedmiotu jako bardzo naczynający, a brak tolerancji wobec tej nietypowości jako jedna z najbardziej rozpowszechnionych cech myśli zachodniej<sup>27</sup>. Warto zwrócić uwagę na opisywaną przez R. Garland-Thomson kategorię gapienia się rozumianego jako „coś więcej niż zwykłe patrzeć – to natężone spojrzenie powodowane dużym zainteresowaniem tym, co widzimy. To gest proszący o wyjaśnienie<sup>28</sup>, zwłaszcza w kontekście relacji rówieśniczych, gdyż jak zaznacza mierząca się z nowotworem szczęki Lucy Grealy – „dzieci są nadzwyczaj okrutne, precyzja ich okrucieństwa jest wręcz zdumiewająca<sup>29</sup>. Auggie Pullman mierzy się z tym na co dzień: „od zwyczajnych dzieciaków nikt nie ucieka z krzykiem”, „na zwyczajne dzieciaki nikt się nie gapi<sup>30</sup>”.

Jak dowodzi R. Garland-Thomson, mimo iż wiemy, że gapić się nie wypada, to w wyniku tego procesu może nastąpić wzajemna komunikacja, mogą tworzyć się znaczenia<sup>31</sup>. Najczęściej jednak powoduje ono wycofanie, ponieważ dokonane obserwacje zakłócają oczekiwany schemat relacji społecznych, a w ich wyniku następuje proces stygmatyzacji. Różnice w wyglądzie postrzegane są nie jako coś wyjątkowego, osobniczego, różnorodnego, ale jako aberracja<sup>32</sup>. Ma to szczególne znaczenie w przypadku twarzy, której deformacja, według socjologa i pioniera badań z zakresu chirurgii plastycznej Francesa Cooke’a Macgregora, jest „najbardziej druzgocącą ze społecznych form upośledzenia<sup>33</sup>”.

Ludzie odwracają wzrok, co nie oznacza przyznania obserwowanemu obiektowi statusu zwykłej anonimowości, ale jest zdaniem Roberta Murphy’ego intencjonalnym ignorowaniem istnienia drugiej osoby<sup>34</sup>. Auggie doświadcza tego na co dzień: „najmniej lubię podwórko – tam są wszystkie dzieciaki. Nie robią mi nic złego, ale patrzą, odwracają się, a potem znowu patrzą”. Dodaje: „Dzieciaki poznaje się trudniej niż dorosłych. Na początku wszyscy robią taką samą minę, ale dzieciaki nie potrafią jej ukryć. Więc na wszelki wypadek patrzę w dół”.

To, co istotne, człowiek gapi się, ale sam jednocześnie stara się nie zwracać na siebie uwagi, by nie odbiegać od normy i uniknąć sankcji społecznych<sup>35</sup>. Obserwujemy

<sup>26</sup> Monolith Films Sp. z o.o., Warszawa 2017, s. 5.

<sup>27</sup> R. Garland-Thomson, *Niezwykłe ciała. Przedstawienia niepełnosprawności fizycznej w amerykańskiej kulturze i literaturze*, Warszawa 2020, s. 81.

<sup>28</sup> Tejże, *Gapienie się, czyli o tym, jak patrzymy i jak pokazujemy siebie innym*, Warszawa 2020, s. 26.

<sup>29</sup> Tamże, s. 188.

<sup>30</sup> Tamże, s. 26.

<sup>31</sup> Tamże, s. 27.

<sup>32</sup> Por. tamże, s. 74, 87.

<sup>33</sup> Tamże, s. 174.

<sup>34</sup> Tamże, s. 139.

<sup>35</sup> Tamże, s. 72.

to w relacjach bohatera filmu. Koledzy i koleżanki początkowo są zakłopotani, przyglądają mu się uważnie, chcąc zdobyć na jego temat wiedzę, jednocześnie utwierdzając się w przekonaniu, że to on jest inny: „A ty jesz specjalne jedzenie?”; „Co jest z twoją twarzą? Miałaś wypadek samochodowy”; „On się taki urodził”; „Wiem, ale myślałem, że się też może palił”; „Myślałeś kiedyś o operacji plastycznej? To już jest po operacji”. Próbują przyporządkować nową sytuację do swojej dotychczasowej często stereotypowej wiedzy o świecie. Justin poproszony przez dyrektora szkoły o oprowadzenie Auggiego po budynku kpi z chłopaka, wyjaśniając mu, co to jest gąbka. Podaje w wątpliwość sprawność intelektualną chłopaka (stereotypowe „rozciągnięcie” uszkodzenia fizycznego na sferę umysłu): „a to jest pracownia fizyczna, nie obraź się, ale nie spędzisz tu dużo czasu”. Zbesztany przez kolegów dodaje: „nie wiem, co wie, przecież nie chodził do szkoły i się nie odzywa”.

Stereotypowo ukazane są początkowe relacje Auggiego z większością rówieśników – chłopak doświadcza odrzucenia i napiętnowania w typowy sposób. Na stołówce siedzi sam, nie może znaleźć wolnego miejsca (podobna sytuacja przedstawiona była w filmie „Forrest Gump”), „ludzie jak mnie dotkną, to krzyczą: zaraza!” Jest ośmieszany przez otoczenie: „jesz jak potwór”; na boisku w czasie zajęć koledzy ciskają piłką prosto w niego. Gdy uczniowie dzielą się na zespoły przygotowujące projekty z fizyki, Jack, który ma pracować z Auggim, słyszy pytanie: „Naprawdę chcesz być w teamie z dziwolągiem?” Justin podrzuca Augustowi karykaturę z odrażającą twarzą; kartkę ze zdaniem: „zrób coś dla nas i umrzyj”, wreszcie wykasowuje go z klasowego zdjęcia, na którego odwrocie umieszcza napis: „zakaz wstępu dla dziwadeł”. Stereotypowe postrzeganie osoby z niepełnosprawnością wyniósł z domu. Jego rodzice wezwani przez dyrektora szkoły usiłują wytłumaczyć postępowanie syna: „dzieci są za małe, by sobie z tym radzić. Justin miał koszmary z tego powodu. Musieliśmy go zabrać do psychologa. Mamy cackać się z każdym człowiekiem? To już nikomu nie można zrobić przykrości? Tak dzieci niczego się nie nauczą”.

Auggie marzy o tym, aby mieć przyjaciół. Kiedy wydaje mu się, że nawiązał nic porozumienia z Jackiem, przypadkiem słyszy rozmowę kolegów na swój temat:

Uczeń: Gdybym tak wyglądał, nosiłbym kaptur na twarzy.

Jack: A ja bym się zabił.

Uczeń: To dlaczego się z nim zadajesz?

Jack: Nie wiem. Dyrektor prosił, żebym go wprowadził, a teraz za mną łązi.

Uczeń: To masz słabo.

Poczucie bycia odrzuconym przez grono rówieśnicze jest dla niego największą porażką. Nie może pogodzić się z tym, że po raz kolejny przyczyną tego jest jego wygląd. Z rezerwą wchodzi w kolejne relacje. Gdy na stołówce szkolnej dosiada się do niego Summer, inni pytają, dlaczego to robi. Dziewczynka odpowiada: „Lubię z nim spędzać czas. To fajny kumpel”. Auggie chce ją zwolnić z przykrego obowiązku towarzyszenia mu z litości:

Auggie: Nie musisz tego robić. Kolegować się ze mną. Dlaczego tu usiadłaś?



Summer: Bo chcę mieć fajnych przyjaciół.

Chłopak jest cały czas wzmacniany przez swoich najbliższych. Rodzina go akceptuje. Przekonuje go, że nietypowa twarz powinna być powodem do dumy: „Każdy, kto cię pozna, przekona się o tym, że nie jesteś brzydki”; „Nosileś kask cały czas, nie widywałem twojej twarzy, tęskniłem za nią. Wiem, że za nią nie przepadasz, ale ja ją kocham. To twarz mojego syna, chcę ją zobaczyć”.

Stereotypowo ukazane są pewne elementy życia rodziny osoby z niepełnosprawnością – matka nie skończyła studiów, całą swoją codzienność poświęciła Auggiemu, jego leczeniu i rehabilitacji, a później edukacji i wychowaniu: „Mama wstrzymała swoje życie dla mojego brata. Kiedy Auggie się urodził, zostało jej tylko napisać pracę magisterską. Porzuciła wiele spraw, odkąd urodził się Auggie”. Dopiero gdy chłopak poszedł do szkoły, dokończyła przerwane studia. Siostra czuje się w pewnym stopniu odrzucona, funkcjonuje w cieniu niepełnosprawnego brata: „August jest Słońcem. Mama, tata i ja to planety, które orbitują wokół niego. Kocham mojego brata i przyzwyczaiłam się do tego wszechświata, który jest centrum. Auggie – wszystkich przyćmiewa swoim blaskiem. Większość nauki załatwiłam w przychodniach i poczekalniach. Rodzice mówią, że jestem najbardziej wyrozumiałą córką na świecie. Wiem, że moja rodzina ma już dość trudności. Chciałabym, żeby choć raz skierowała spojrzenie na mnie”.

Dyrektor, witając Auggiego w murach szkoły, mówi: „z tego co słyszałem od Twojej mamy, będziesz najlepszy”. Buduje tym samym jego pozycję na uzdolnieniach i talentach. Auggie jest najlepszy z fizyki, wraz z kolegą wygrywają szkolny konkurs fizyczny. Stopniowo chłopak buduje swoją markę – nie przez wyróżnianie się z tłumu, ale przez pokazanie, że może zachowywać się jak inni – podpowiada na sprawdzianach, uczestniczy w bójkach ze starszymi kolegami (reakcja kolegów: „fajnie mu się postawiłeś, mały”, reakcja ojca: „wygrałeś?”), wygłupia się na stolówce, spędza wolny czas grając z kolegą w gry komputerowe czy chodzi na wagary. Z cech, które nie zawsze są cenione w grupie rówieśniczej – dobrze się uczy, jest najlepszy – również potrafi zrobić atut.

## Podsumowanie

Jak można przeczytać w materiałach promujących film, „dla Auggiego nie ma niczego bardziej niezwykłego niż *zwykły dzień w szkole*. [...] Teraz jednak, zaczynając 5 klasę w normalnej szkole, ma nadzieję, że koledzy potraktują go jak zwyczajnego chłopca”<sup>36</sup>. Wydawać by się mogło, że z założenia to dążenie do bycia „takim samym” stoi w sprzeczności z budowaniem marki osobistej, której istotą jest pokazać, czym różni się od innych. W przypadku dziecka z niepełnosprawnością, paradoksalnie,

<sup>36</sup> Monolith Films Sp. z o.o., Warszawa 2017, s. 5.

elementem jego marki jest każdy przejaw podobieństwa do rówieśników – w przypadku Auggiego jest dowodem na to, że poza wyglądem niczym się od nich nie różni. To właśnie sprawia, że pozbywa się jakiejś części naznaczającego piętna niepełnosprawności. Jack, charakteryzując swojego przyjaciela, mówi: „o Auggim dowiedziałem się czterech rzeczy. Po pierwsze: można przyzwyczać się do jego twarzy. Po drugie: niezły z niego bystrzak, bije mnie na głowę we wszystkim, z fizyki jest najlepszy w szkole. Po trzecie: gość jest naprawdę zabawny. A po czwarte: teraz, gdy już go poznałem, naprawdę chce się z nim kumpłować”.

Film „Cudowny chłopak” został zrealizowany zgodnie ze słowami: „Auggie nie może zmienić wyglądu, więc nauczymy się inaczej go postrzegać”. Autorzy pokazali widzom, że sposób pokazywania na ekranie dziecka z niepełnosprawnością może być obecnie rozpięty pomiędzy stereotypowymi wizerunkami (tu: osoby z niepełnosprawnością tworzącej nastrój i osobliwość czy będącej przedmiotem drwin i żartów) a prawdziwą marką osobistą manifestującą się podobieństwami do innych, zwykłych ludzi. Twórcy filmu z jednej strony operują znanymi od lat schematami dotyczącymi m.in. modelu funkcjonowania rodziny z dzieckiem niepełnosprawnym, z drugiej zaś kreują akcję zgodnie z wytycznymi obecnymi w aktualnym dyskursie naukowym. L. Beaune, C.R. Forrest i T. Keith zaobserwowali, że samoakceptacja u młodych osób z TCS jest możliwa, gdy opiera się na pięciu różnych wzorcach: rekonstrukcji bycia postrzeganym przez innych i nadawaniu znaczenia różnicy – odnoszących się do akceptacji siebie i przewyciężania piętna związanego z innym wyglądem twarzy; tworzeniu przyjaźni i dopasowywaniu się – ukazane w filmie wątki bazowania na kompetencjach oraz przewyciężaniu negatywnych ocen otoczenia; radzeniu sobie z gapieniem się i dokuczaniem – Auggie finalnie słyszy od kolegi: „sorry, że się gapiłem i poczułeś się dziwny” oraz doskonaleniu – w kontekstach: interpersonalnym oraz edukacyjnym<sup>37</sup>. Każdy z nich możemy odnaleźć w omawianym filmie. Rzadko zdarza się, zwłaszcza w przypadku kreowania bohaterów z niepełnosprawnością, by ich filmowy wizerunek szedł w parze z wynikami badań naukowych. Z reguły oba te dyskursy z powodu różnic w interesach naukowców i twórców filmowych są rozbieżne. Biorąc pod uwagę ogromną rolę filmu fabularnego w wychowaniu młodego pokolenia, należy tylko mieć nadzieję, że film „Cudowny chłopak” nie będzie wyjątkiem, ale stworzy w tym obszarze nową regułę.

## Bibliografia

- Barnes C., *Wizerunki niepełnosprawnych i media: badanie sposobów przedstawiania osób niepełnosprawnych w środkach masowego przekazu*, Warszawa 1997.
- Bieganowska A., *Przekaz medialny w modyfikowaniu studentów pedagogiki wobec niepełnosprawności*, Lublin 2015.

<sup>37</sup> Za: J. Kossewska, *Psychosocial development of children with Treacher Collins Syndrome*, „Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis”, 55, „Studia Psychologica” 2008, nr 3, s. 61–62.

- Bieganowska-Skóra A., „*And the winner is ...*” *Model niepełnosprawności w oscarowych produkcjach*, Lublin 2017.
- Brukszo A., *BrandU, czyli nowa marka o nazwie TY*, Brzezia Łąka 2017.
- Fiut I.S., *Czy możliwy jest »czwarty świat« w modelu EE Karla R. Poppera?*, „*Filozofia i Nauka*” 2018, nr 6.
- Garland-Thomson R., *Gapienie się, czyli o tym, jak patrzymy i jak pokazujemy siebie innym*, Warszawa 2020.
- Garland-Thomson R., *Niezwykłe ciała. Przedstawienia niepełnosprawności fizycznej w amerykańskiej kulturze i literaturze*, Warszawa 2020.
- Goban-Klas T., *Prekursorzy – ojcowie założyciele – medioznawcy i mediolodzy*, „*Zeszyty Prasoznawcze*”, Kraków 2013, t. 56, nr 1(213), doi: 10.4467/2299-6362PZ.13.001.1019.  
<https://prestigebag.pl/kreowanie-wizerunku-osobistego-co-warto-wiedziec/>  
<https://sjp.pwn.pl/sjp/;2579940>.
- <https://www.filmweb.pl/film/Cudowny+ch%C5%82opak-2017-776387#rates> (dostęp: 8.11.2023).
- <https://www.imagemanagement.pl/oferta/uslugi-wizacaerunkowe/wizerunek-osobisty.html>.
- Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych, Dz.U. z dnia 25 października 2012 r., poz. 1169,  
<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu20120001169> (dostęp: 30.11.2023).
- Kossewska J., *Psychosocial development of children with Treacher Collins Syndrome*, „*Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis*”, 55, “*Studia Psychologica*” 2008, nr 3.
- Kowalski M., Dróżdż M., *Przemoc i zdrowie w obrazach telewizyjnych*, Kraków 2008.
- Kurczewski J., *Dziecko we współczesnej kulturze Zachodu* [w:] *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, red. B. Łaciak, Warszawa 2003.
- Le syndrome de Treacher-Collins Encyclopédie Orphanet Grand Public Maladies Rares*, [www.orphanet.net/data/patho/Pub/fr/Treacher-Collins-FRfrPub293.pdf](http://www.orphanet.net/data/patho/Pub/fr/Treacher-Collins-FRfrPub293.pdf), s. 1–4 (dostęp: 10.11.2023).
- Łaciak B., *Obraz dziecka w prasie i telewizji* [w:] *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, red. B. Łaciak, Warszawa 2003.
- Ogólnopolski Sejmik Osób Niepełnosprawnych, *Spoleczny model niepełnosprawności*, „*Problemy Rehabilitacji Społecznej i Zawodowej*”, nr 1(155), Warszawa 1998.
- Otto W., *Obrazy niepełnosprawności w polskim filmie*, Poznań 2012.
- Plisiecki J., *Film i sztuki tradycyjne*, Lublin 2010.
- Szyszkowa M., *Kształtowanie wizerunku instytucji pomocy społecznej w mediach*, Warszawa 2013.
- Wawrzak-Chodaczek M., *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, Wrocław 2020.
- Wedding D., Boyd M.A., Niemiec R.M., *Kino i choroby psychiczne. Filmy, które pomagają zrozumieć zaburzenia psychiczne*, Warszawa 2014.
- Wojakowski T., *Wizerunek osób z niepełnosprawnościami: stan postulowany a rzeczywisty obraz w mediach odtworzony na przykładzie tygodników opiniotwórczych*, „*Zoon Politikon*” 2020, nr 11.
- Zakrzewska-Manterys E., *Wizerunek medialny dziecka niepełnosprawnego* [w:] *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, red. B. Łaciak, Warszawa 2003.