

Sposoby narracji i budowania wizerunku sportowców z niepełnosprawnościami podczas igrzysk paraolimpijskich. Od Londynu 2012 do Pekinu 2022

Tomasz Sahaj 

Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

<https://doi.org/10.18778/1733-8069.19.3.03>

Słowa kluczowe: igrzyska paraolimpijskie, niepełnosprawność, media, reklama, sport

Abstrakt: Celem artykułu jest omówienie narracji towarzyszących igrzyskom paraolimpijskim oraz sposobów budowania wizerunku sportowców z niepełnosprawnościami uczestniczących w tych igrzyskach. Analizie poddano zawartość/treść medialnych kampanii społecznie zaangażowanych i komercyjnych reklam emitowanych w kontekście igrzysk oraz przemówienia oficjeli wygłaszane podczas ceremonii otwarcia igrzysk paraolimpijskich. Pod uwagę wzięto igrzyska paraolimpijskie odbywające się w latach 2012–2022, od letnich igrzysk w Londynie w 2012 r. poczynając, szczególnie nacisk kładąc na azjatyckie igrzyska: letnie w Tokio (2020/2021) i zimowe w Pekinie (2022). Uwzględniono istotne elementy wpływające na zmiany współczesnej rzeczywistości społecznej oraz związany z tymi zmianami wzrost niepewności i zagrożenia: pandemię COVID-19 i wojnę rosyjsko-ukraińską. Wyniki badań wskazują na ewolucję narracji w dyskursie o niepełnosprawności i odchodzenie od wizerunku sportowców z niepełnosprawnościami prezentowanych jako „bohaterzy” i „herosi”, a koncentrowanie się na ich egzystencjalnym, ludzkim i społecznym wymiarze. Badania lokowane są w obrębie *disability studies* i *sport studies*.

Tomasz Sahaj

Doktor habilitowany, zatrudniony w Zakładzie Historii, Filozofii i Socjologii w Katedrze Wychowania Fizycznego na Wydziale Nauk o Kulturze Fizycznej w Akademii Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu. Autor około 250 artykułów naukowych, autor i redaktor kilkunastu monografii. Członek Polskiego Towarzystwa Socjologicznego (sekcje: socjologii medycyny, socjologii niepełnosprawności i socjologii sportu). Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół społecznych problemów współczesnej kultury fizycznej i sportu.

e-mail: sahaj@awf.poznan.pl



© by the author, licensee University of Lodz, Poland
This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license
CC-BY-NC-ND 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Wprowadzenie

Sport, obok masowych mediów, edukacji, nauki i sztuki, jest jednym ze znaczących pól interakcji społecznych, na których dokonuje się proces inkluzji/ekskluzji (Lenartowicz, 2012; Bourdieu, 2022). Z tego względu jest on uznawany za „miękką siłę” (ang. *soft power*) (Nye Jr., 2005; Grix, Lee, 2013; Lenartowicz, 2018). Maria Zowisło uważa, że:

Sport, traktowany bardzo długo jako „akademicki kopciuszek”, przyciąga coraz bardziej uwagę akademików – filozofów, socjologów, psychologów, kulturoznawców, etnologów – stając się przedmiotem wielu teoretycznych opracowań i debat. W tych dyskusjach rozpatrywany jest on nie tylko jako jeden z fenomenów współczesnej kultury masowej, ale także jako żywotny i uniwersalny etos o prastarym przecież rodowodzie, niemarginalny komponent kultury, jedna ze spektakularnych enklaw społecznych zachowań człowieka (Zowisło, 2007: 27).

Anthony Giddens (2002: 257–274), pisząc o przemianach tożsamości w zmieniających się globalnie kontekstach kulturowo-społecznych, zauważa, że w ich wyniku dochodzi do wielokrotnych rekonstrukcji, transformacji i zmian obrazu, czemu sprzyja dynamika i ontologiczna niepewność czasów, w których żyjemy (Beck, 2004; Bauman, Leoncini, 2018). Akceleratorami zmian, mającymi przemożny wpływ na globalne imprezy sportowe, w tym igrzyska paraolimpijskie, okazały się pandemia COVID-19 (Belzyt, Doroszuk, Tersa, 2021; Lis, 2022; Penkowska, 2022) oraz wojna rosyjsko-ukraińska i kryzys ekonomiczny przez nią wywołany. Jak zauważa Slavoj Žižek:

[...] nawet jeśli życie w końcu wróci do czegoś przypominającego normalność, nie będzie to ta sama normalność, której doświadczaliśmy przed epidemią. Rzeczy, do których byliśmy przyzwyczajeni w ramach naszego codziennego życia, nie będą już uważane za oczywistość, będziemy musieli nauczyć się żyć dużo bardziej kruchym życiem, wśród ciągłych zagrożeń. Będziemy musieli zmienić całe nasze nastawienie do życia, do naszego istnienia jako istot żywych wśród innych form życia. Innymi słowy, jeśli uważamy ‘filozofię’ za nazwę naszego podstawowego podejścia do życia, będziemy musieli doświadczyć prawdziwej filozoficznej rewolucji (Žižek, 2020: 84).

W kolejnej pracy słoweński filozof dodaje:

Obecna pandemia nie tylko uwydatniła konflikty społeczne i gospodarcze, które przez cały czas tliły się pod powierzchnią; nie tylko postawiła nas w obliczu ogromnych problemów politycznych, ale w coraz większym stopniu zmienia się w prawdziwy konflikt globalnych wizji społeczeństwa (Žižek, 2021: 13; zob. Afeltowicz, Wróblewski, 2021).

Globalne imprezy sportowe, których organizacje kraje azjatyckie (Chiny, Japonia, Korea Południowa) tak chętnie przejmują od Europejczyków¹, są dla nich sposobem prezentacji rodzimej kultury i społeczeństwa, postępu i nowoczesnych technologii sprzężonych z medycyną i rehabilitacją, aktywizacją i wsparciem seniorów. Jednak, co jest szczególnie ważne w przypadku krajów arabskich (Arabia Saudyjska, Katar, Irak, Syria), wymuszają także zwiększoną emancypację przedstawicieli marginalizowanych grup społecznych: kobiet, osób z niepełnosprawnościami, mniejszości etnicznych, emigrantów zarobkowych, uchodźców. Osobliwy mundial Katar 2022, który po raz pierwszy w historii sportu odbywał się zimą, był zetknięciem się odmiennych kultur: arabskiej i euroameerykańskiej. Na ceremonii otwarcia mundialu zaawansowany wiekiem² Morgan Freeman spotkał się z Ghanimem Al Muftahem – młodym katarskim ambasadorem FIFA³, który jest dotknięty zespołem regresji kauzalnej. Ma on jedynie górną część ciała, porusza się na rękach, dłuższe odległości pokonuje na wózku inwalidzkim. Kontrastowe zestawienie tych niezwykłych i pod każdym względem odmiennych postaci spowodowało lawinowy wzrost zainteresowania osobnikiem z tak rzadką niepełnosprawnością. Ghanim Al Muftah uczęszczał na większość mundialowych meczów, a o sobie i swojej niepełnosprawności opowiadał w autonarracyjnej reklamie (*My Incredible Story by Ghanim Al Muftah*⁴).

Metodologia

W niniejszym artykule sięgnięto do badań jakościowych uwzględniających „czynnik humanistyczny” (Doliński, 2020; Maison, 2022), plasując rozważania w obrębie refleksji filozoficzno-socjologicznych, w paradygmacie myślowym Floriana Znanięckiego – „ojca chrzestnego” polskiej socjologii sportu (Znanięcki, 2001: 437–445)⁵. Zastosowano badania narracyjno-biograficzne (Włodarek, Ziółkowski, 1990; Kaźmierska, 2012; Piorunek, 2016), opierając się na studiach przypadków (ang. *case studies*). Analizowano biografie i subiektywne wypowiedzi sportowców z niepełnosprawnościami w kontekście i na tle zmian cywilizacyjnych – ekonomicznych, kulturowych, politycznych, religijnych, społecznych i technologicznych – zachodzących w globalnym świecie, do którego należy też sport. Biografie i wypowiedzi uprawiających sport osób z niepełnosprawnościami pozwoliły na uchwycenie dynamiki zachodzących zmian, bezpośrednio wpływających na ich historie, losy i życie, a także na zmianę

1 Igrzyska olimpijskie i paraolimpijskie, mundial Katar 2022, wyścig Paryż–Dakar, gale bokserskie i tenisowe turnieje, wyścigi bolidów Formuły 1.

2 Pierwszy afrykański mundial w RPA 2010 otwierał sędziwy prezydent tego kraju, Nelson Mandela, poruszający się na elektrycznym wózku inwalidzkim. Mundial w RPA reklamował Nick Vujicic – człowiek bez czterech kończyn.

3 Pod koniec lutego 2023 r. w prestiżowym plebiscycie Ferencza Puskása za autora najpiękniejszej bramki minionego sezonu piłkarskiego FIFA uznała grającego w Warcie Poznań beznogiego zawodnika amp futbolu Marcina Oleksego, który zdetronizował największą gwiazdę światowego futbolu: autystycznego Leo Messiego.

4 W teście podawane są dwa typy odniesień do źródeł internetowych: tytułowe słowa kluczowe (w nawiasie), dzięki którym można znaleźć dany utwór w internecie (choćby na YouTube) lub linki do konkretnych utworów (podawane w przypisie).

5 Osobista znajomość i wzajemne inspiracje naukowe Floriana Znanięckiego, Wiktora Degi (twórcy polskiej fizjoterapii) i Eugeniusza Piaseckiego (gimnasty, rehabilitanta, rzecznika powstania socjologii sportu) przyczyniły się do utworzenia AWF Poznań – zob. Sahaj, 2022a.

postaw i strategii w stosunku do niepełnosprawności, edukacji, sportu, życia społecznego, budowania wizerunku osób z niepełnosprawnościami w masowych mediach i rekonstruowania wzorców kulturowo-społecznych z nimi związanych.

Zmiany społeczne aktualnie zachodzące i prognozowane na najbliższą przyszłość prezentowane były w przemówieniach wygłaszanych podczas ceremonii otwarcia igrzysk paraolimpijskich. Akcent kładziono na sportowców z niepełnosprawnościami w wymiarze indywidualnym i grupowym – byty społeczne, ludzi, podmioty. W reklamach towarzyszących paraolimpiadom główne postaci autobiograficznie i autorefleksyjnie opowiadają historie (ang. *story telling*) swego życia (Fog i in., 2010; Ryan, Thon, 2014; Alexander, 2017; Cierpiałowska, 2019) związane z niepełnosprawnością i sportem, ale i z szerszymi zjawiskami kulturowo-społecznymi. Narracje biograficzne sportowców z niepełnosprawnościami są świadectwem ich osobistych doświadczeń wpisanych w ramy kulturowo-społeczne, w których funkcjonują, trenują i uprawiają sport, refleksyjnie przez nich opisywany (Woźniak, 2015; Niedbalski, 2016).

Między konstruowaniem biografii [...] a dyskursem o sporcie odzwierciedlającym przemiany kultury zachodzi zależność – przemiany kultury stanowią bowiem kontekst, podczas gdy dyskurs sportu jest swego rodzaju tworzywem tych procesów. Istotne znaczenie zdają się mieć tutaj procesy społeczne, przemiany kultury, uwarunkowania klasowe, środowiskowe oraz prawidłowości rządzące rozwojem kariery (Karkowska, 2016: 308; zob. Niedbalski, 2017; 2019; 2020).

Ewolucja narracji sportowców w paraolimpijskich reklamach zmienia obraz sportowców z niepełnosprawnościami w świadomości zbiorowej.

Materiały audiowizualne traktowano jako specyficzne teksty współczesnej kultury cyfrowej (Banks, 2013; Rose, 2015; Sajna, 2019; Przybylska, 2020), które „czytano” i analizowano jakościowo, wyodrębniając z nich zawartość i treści dotyczące biograficznych narracji sportowców z niepełnosprawnościami. Były to dwojakiego rodzaju audiowizualne teksty: komercyjne reklamy wrażliwe społecznie oraz akcje i kampanie społeczne w postaci filmowych spotów. Wybrano reklamy globalnych koncernów – Samsunga, Toyoty – blisko współpracujących i wspierających finansowo organizatorów igrzysk paraolimpijskich oraz sportowców z niepełnosprawnościami. Są to koncerny azjatyckie, które zintensyfikowały swoją obecność podczas ostatnich azjatyckich igrzysk w Tokio 2020/2021 i Pekinie 2022. W Polsce analogiczną rolę odgrywa koncern paliwowy Orlen i Lotto, wspierające rodzimy sport. Omawiane w artykule reklamy polskich i azjatyckich koncernów, emitowane w masowych mediach podczas igrzysk paraolimpijskich, były dominujące i stanowiły element przeważającej narracji. Akcje i kampanie społeczne aktywowane były w trakcie igrzysk paraolimpijskich, stanowiących idealne tło dla ich przekazów społecznych związanych z niepełnosprawnością.

Celem podjętych badań była analiza narracji biograficznych sportowców z niepełnosprawnościami oraz sposobów ich prezentacji w mass mediach podczas igrzysk paraolimpijskich. Cezurą czasową przyjętą przy analizie zróżnicowanych materiałów źródłowych była ostatnia dekada: lata 2012–2022. Stało się tak z kilku ważnych powodów:

- 1) igrzyska paraolimpijskie Londyn 2012 były bezpośrednim nawiązaniem do brytyjskich początków ruchu paraolimpijskiego, a w igrzyskach olimpijskich i paraolimpijskich brał udział beznogi Oscar Pistorius, co było bezprecedensowym wydarzeniem zmieniającym historię sportu;
- 2) zmiany w stosunku do sportu osób z niepełnosprawnościami zachodzące zaledwie w ciągu dziesięciu lat są bardzo głębokie i niezwykle znaczące (Sahaj, 2023), a przejawiają się w budowanym wizerunku zawodników z niepełnosprawnościami w mass mediach, dyskursie publicznym, narracji sportowców oraz ewolucji reklam towarzyszących igrzyskom;
- 3) igrzyska paraolimpijskie – letnie Tokio 2020/2021 i zimowe Pekin 2022 – odbywały się podczas pandemii COVID-19, w trakcie której zwielokrotniły się problemy społeczne w krajach azjatyckich dokonujących akulturacji i repozycjonowania osób z niepełnosprawnościami;
- 4) światowe organizacje sportowe podczas azjatyckich igrzysk zainicjowały program globalnych zmian społecznych #WeThe15, mający radykalnie odmienić sytuację osób z niepełnosprawnościami na całym świecie.

Letnie igrzyska paraolimpijskie Londyn 2012

Po cieszącym się dużym zainteresowaniem kibiców i mediów igrzyskach paraolimpijskich Pekin 2008⁶ powstał spot reklamowy zapowiadający kolejne – brytyjskie igrzyska: *Paralympics London 2012*⁷. Podano w nim liczne statystyki⁸ i komentarz: „Za każdym sportowcem jest marzenie. Za każdym marzeniem stoi wyzwanie. Z każdym wyzwaniem związana jest wola zwycięstwa. Serce narodu. Naszego narodu. Paraolimpiada wraca do domu”. Film powstał w kooperacji Brytyjskiego Komitetu Paraolimpijskiego (British Paralympics Association, BPA, <https://paralympics.org.uk>) i telewizji Channel 4. Partnerem strategicznym był Otto Bock, specjalizujący się w zaawansowanych technologicznie protezach sportowych – od 1988 r. partner igrzysk paraolimpijskich. Polska telewizja nie transmitowała ceremonii otwarcia brytyjskiej paraolimpiady w obawie przed niską oglądalnością i „estetyczną nieatrakcyjnością przekazu”, czym skazała się na falę krytyki opinii publicznej (Przybyszewski, 2012).

Londyńskie igrzyska były ogromnym przedsięwzięciem logistycznym i medialnym o znacznym potencjale kulturowo-społecznym. Nawiązywały do ideowych początków ruchu paraolimpijskiego, mającego korzenie w koncepcjach i praktyce sir Ludwiga Guttmanna⁹. Zawody weteranów wojennych na wózkach inwalidzkich w szpitalu pod Londynem zapoczątkowały rozwój sportu osób z niepełnosprawnościami jako rehabilitacji ruchowej i inkluzji społecznej¹⁰. Z lokalnych zawodów przekształciły

6 „Transmisje z Igrzysk Olimpijskich w Pekinie w 2008 r. oglądało łącznie 4,7 mld widzów, a więc ok. 70% ludzkości” – Rymarczyk, 2011: 87–88; zob. Szaj, 2011.

7 <https://www.paralympic.org/london-2012> (dostęp: 1.05.2023).

8 Paraolimpiada Pekin 2008: 11 dni zmagani, 20 dyscyplin i konkurencji sportowych, udział reprezentantów ze 160 krajów, ponad 4200 zawodników, 3,8 miliarda widzów na całym świecie.

9 Urodzonego i praktykującego na terenie dzisiejszej Polski, o czym przypomina tablica na murze szpitala w Chorzowie, upamiętniająca górnośląskie pochodzenie i wolontariat Ludwiga Guttmanna z 1917 r. oraz to, iż jest on twórcą igrzysk paraolimpijskich.

10 Dziś zawodami weteranów wojennych są m.in. Spartan Race i Invictus Games.

się w międzynarodowe – International Stoke Mandeville Games¹¹/The World Wheelchair Games, by ostatecznie przyjąć formułę igrzysk paraolimpijskich – globalnej i prestiżowej imprezy sportowej, inkubatora wielu przedsięwzięć przyczyniających się do znaczących zmian kulturowo-społecznych na całym świecie. Ceremonię otwarcia igrzysk paraolimpijskich zainicjował całkowicie sparaliżowany astrofizyk Stephen Hawking, a w igrzyskach paraolimpijskich i olimpijskich występował beznogi Oscar Pistorius, indywidualnie rywalizując z pełnosprawnymi zawodnikami, co jest ewenementem w historii sportu (Howe, 2011; Sahaj, 2012; Michaluk, Pezdek, Sobiech, 2013; Nosal, 2015; de Léséleuc, Issanchou, 2016).

Londyńskie igrzyska informacyjnie wspierały kampanie społeczne i reklamy o lekkiej formule, okraszane brytyjskim poczuciem humoru. Telewizja BBC emitowała spot z królową Elżbietą II skaczącą ze spadochronem na stadion olimpijski¹². W reklamach pojawiały się ikony brytyjskiej popkultury, aktorzy i sportowcy. Przebojem igrzysk był utwór muzyczny *Proud* w wykonaniu Heather Small (w wielu filmowych wersjach), z olimpijskimi symbolami i przejawami najróżniejszych aktywności sportowych. Koncerny od lat współpracujące z Międzynarodowym Komitetem Olimpijskim (MKOl; International Olympic Committee – IOC, <https://olympics.com/ioc>) i Międzynarodowym Komitetem Paraolimpijskim (International Paralympic Committee – IPC¹³, <https://www.paralympic.org>) – Samsung i VISA – emitowały reklamy promujące prozdrowotną aktywność ruchową. W spocie z Usainem Boltem (*Usain Bolt stars in Olympic TV ad*) wystąpiła bezręka paraolimpijka Natalia Partyka, ówczesna ambasadorka sportu i zdrowia konsorcjum AWF-ów.

Channel 4 emitował spot *Spotkaj superludzi (Channel 4 Paralympics Meet the Superhumans)*, którego bohaterami byli zawodnicy z niepełnosprawnościami, ukazani z ich fizycznymi brakami, bez pardonu walczący o zwycięstwo, płaczący z żalu po przegranej. Przedstawiani byli jako supermani, „drużyna do zadań specjalnych”, w konwencji zaczerpniętej z filmów akcji i sensacyjnych seriali. Akcentu nie kładziono na cielesne mankamenty i niepełnosprawności, ale na epickie zmagania sportowe. Samsung emitował reklamę *Sport nie dba o to, kim jesteś (London 2012 Paralympics Sport Doesn't Care Samsung)*. Na filmie trenerzy (często niepełnosprawni) zawodników z niepełnosprawnościami – różnych dyscyplin i konkurencji sportowych – na obiektach sportowych bezlitośnie i wręcz „niehumanitarnie” ćwiczą ich, by doprowadzić do zwycięstwa. Miało to uświadomić widzom, jakie trudy ponoszą sportowcy, by wygrać – „krew, pot i łzy”.

11 Stąd też nazwa maskotki igrzysk Londyn 2012: Mandeville – zob. Rotkiewicz, 2016.

12 A przynajmniej widzowie odnosili takie wrażenie. Królowej towarzyszył filmowy James Bond (aktor Daniel Craig) – <https://olympics.com/en/video/james-bond-meets-the-queen> (dostęp: 1.05.2023); zob. Łętowska, Surga, 2014; Szaj, 2014.

13 Polski skrót nazwy tej organizacji nie jest używany; w tekście będzie używane IOP. Podobnie jak Polski Komitet Paraolimpijski (<https://paralympic.org.pl>), którego będzie podawana pełna nazwa.

Zimowe Igrzyska Paraolimpijskie Soczi 2014¹⁴

Zmaganiom olimpijczyków w Soczi towarzyszyły liczne kampanie społeczne i reklamy społecznie zaangażowane, do których należą filmowe projekcje Samsunga. Kampania z serii *Jaki jest twój problem? Sport nie dba o to?* (*What's Your Problem? Sport Doesn't Care. Sochi 2014. Paralympic Games*) była kontynuowana i rozbudowywana o nowe wątki. Odchodzono od konwencji sportowców z niepełnosprawnościami pokazywanych jako herosi, kierując się w stronę bardziej ludzkiej, lecz niebohaterskiej ich prezentacji – ciężko pracujących, z trudem wstających na treningi, wycieńczonych, zmarzniętych, często zniechęconych, a nawet wściekłych, jednakże przekraczających naturalne ludzkie ograniczenia, intensywnie trenujących, często przegrywających i niekiedy wygrywających. W poszczególnych reklamach występowali konkretni sportowcy (indywidualnie i grupowo) prowadzący autonarrację podczas codziennych czynności, treningów i zawodów. W reklamach Samsunga występowali: Australijka Jessica Gallagher i Niemka Anna Schaffelhuber (narciarstwo alpejskie), Kanadyjczyk Greg Westlake, Koreańczyk Seung-Hwan Jung (hokej na lodzie), Amerykanin Evan Strong (snowboard) oraz Polka bez obu dłoni Katarzyna Rogowiec (biatlon i narciarstwo *cross country*). Trzy filmy z ich udziałem tworzą tryptyk: *Prolog*, *Trening* i *Przyszłość*.

W *Prologu* Rogowiec pokazana jest na treningu w mroźnej górskiej scenerii. Biegnie, pchając przytroczony do niej wózek. Podczas marszobiegu toczy się opowieść oddająca tok jej myślenia:

Wszyscy mamy problemy. Budzik bladym świtem. Restrykcyjna dieta. Dzień ważenia. Nowy bieg. Nowy trener, nowa rutyna. Wiatr ze wschodu lub z zachodu. Deszcz z nieba. Zły dzień. Zły tydzień. Strach przed robieniem czegoś pierwszy raz. Ale głównie obawa przed zajęciem ostatniego miejsca. Albo nawet drugiego. Wszyscy mamy problemy (*Sport nie zna ograniczeń – Prolog*).

W *Treningu* sportowcy niechętnie wstają o świcie. Zawodnik bez nogi porusza się, skacząc („nie jestem rannym ptaszkiem”), zawodniczka przesiada się z łóżka na wózek inwalidzki („nienawidzę wcześniej wstawać”). Rogowiec kikutami rąk karmi niewolę, telefon na ramieniu aktywując głosem (po polsku), zapewniając rozmówcę, że już jedzie (jest spóźniona). Zawodnicze jadącej na wózku w śnieżnej zadymce towarzyszy głos: „Och, jak mroźno!”. Beznogiemu zawodnikowi hartującemu ciało w lodowatej wodzie sekunduje głos: „Nigdy do tego się nie przyzwyczaję”. Snowboardziście z protezą nogi na szczycie góry partneruje głos: „Wiatr prosto w oczy jest najgorszy”. Polskiej biatlonistce płynnie przechodzącej z biegu narciarskiego na pozycję strzelecką towarzyszą słowa (po polsku): „Boczny wiatr. Nie lubię go”, gdy strzela poza tarczę. Hokeista na sledge’u nie trafia do bramki („Zły krążek”). „Zły smar” – myśli Rogowiec, biegnąc na nartach; „złe szkła” – myśli wywracająca się narciarka alpejska. „Nigdy nie wyląduję” – sędzi upadający snowboardzista. „Jestem zbyt zmęczona”, „boli mnie całe ciało”, „boli każdy mięsień”, „nie mogę spać” – to głosy wycieńczonych sportsmenów i sportsmenek. W kolejnym dniu morderczych ćwiczeń zawodnicy są coraz lepsi: hokeista

14 Paraolimpiada Soczi 2014 rozpoczęła się tuż po inwazji rosyjskich wojsk na Ukrainę. Pod uwagę brano odwołanie igrzysk w ramach protestu społecznego lub bojkotu sportowców.

efektywniejszy, snowboardzista płynniejszy, biathlonistka skuteczniejsza, narciarka dociera do mety; zawodnicy z trenerami i sympatykami cieszą się sukcesem. Hokeista, zrzuciwszy kask i ochraniacze, przystępuje do kolejnych ćwiczeń: „wiesz, co jest moim największym problemem? Nienawidzę przegrywać!”. W *Przyszłości* dziewczynka w okularach korekcyjnych i z protezą kończyny dolnej wkłada buty narciarskie, samodzielnie zapinając odporne klamry. Na szczycie, pytana przez instruktora, czy potrafi zjechać, potwierdza. Zjeżdża pierwszy raz w życiu i wywraca się wielokrotnie, ale wspierana przez instruktora próbuje raz jeszcze, entuzjastycznie pokrzykując. Film kończy się tak, jak dwa poprzednie, hasłem: „Jaki jest twój problem? Sport nie dba o to”.

Letnie igrzyska paraolimpijskie Rio 2016

Ceremonię otwarcia brazylijskiej paraolimpiady transmitowały telewizje stu pięćdziesięciu krajów. Jej przebieg był w całości dostępny w TVP, tłumaczony przez lektorów języka migowego. Inaugurację poprzedził żartobliwy film: szef IPC sir Philip Craven na inwalidzkim wózku jechał z Europy do Brazylii, pokonując bariery architektoniczno-urbanistyczne. Artystyczna część inauguracji paraolimpiady Rio 2016 była wykonana przez osoby z deficytami ruchowymi, niepełnosprawnościami i seniorów. Odwoływano się do integracji społecznej: „być kreatywnym, aktywnym, inkluzyjnym, różnorodnym, pięknym”. Brazylijskie igrzyska cieszyły się mniejszym zainteresowaniem niż dwa je poprzedzające (Schausteck de Almeida, Marchi Júnior, 2013; Sahaj, 2017a; 2017b; 2018; McGillivray i in., 2021). „Większość spośród zainteresowanych igrzyskami przyznawała [...], że interesowała się nimi w niewielkim stopniu (37% ogółu), a tylko co trzeci dorosły w dużym (22%) lub bardzo dużym stopniu (11%)” (CBOS, 2016). Relacje w TVP1 były na wysokim poziomie merytorycznym pod względem danych medyczno-rehabilitacyjnych i sportowych zawodników po amputacjach, z porażeniami kończyn, niewidomych i niedowidzących oraz z umiarkowaną niepełnosprawnością intelektualną. Zawodnicy z niepełnosprawnościami prosili w mediach: „Nie mówcie o nas, że jesteśmy dzielni” (Joanna Mendak, medalistka igrzysk paraolimpijskich), „Mówcie i piszcie o nas tak, jak mówicie i piszecie o sportowcach pełnosprawnych – o dobrych i złych rzeczach” (Bartosz Tarnowski, koszykarz na wózku) (*Nie mówcie o nas...*, b.r.). Bartosz Molik zauważył: „Zawodnicy chcą takiego samego traktowania jak olimpijczycy. Oceniajmy ich i wymagajmy od nich tyle samo co od pełnosprawnych sportowców, ale starajmy się ich w podobny sposób wspierać” (Molik, 2016: 20; zob. Szaj, 2016a; 2016b; Dybowska, 2017).

Podczas paraolimpiady Rio 2016 Channel 4 emitował wideoklip *We're The Superhumans (We're The Superhumans Paralympics Rio 2016)* w niezwyklej muzyczno-tanecznej formule, z udziałem licznych osób z fizycznymi deficytami i niepełnosprawnościami (po amputacjach i z niedowładami kończyn, niewidomych, głuchoniemych), odgrywających role muzyków, sportowców i tancerzy, w różnych prozaicznych czynnościach życiowych, scenkach rodzajowych i sytuacjach społecznych, czyniąc ten utwór kulturowym palimpsestem. Akcent położono na aktywność ruchową osób z niepełnosprawnościami – amatorów i paraolimpijczyków, ekspozycję cielesności nienormatywnej oraz codziennych czynności (edukacja, praca, samoobsługa, relaks, zakupy) naprzemiennych z uprawianiem sportu,

mimo ograniczeń i trudności. Niczym refren powtarzana była fraza: „Tak, mogę!”¹⁵. Pojawiły się też wariacje filmu z serii *Superhumans*, jak choćby *Return the Superhumans (The Superhumans Return)*, będący pastiszem thrillerów, w którym bohaterami są aktorzy z niepełnosprawnościami, grający role czarnych charakterów. Film kończy się ironicznym zdaniem: „Niepełnosprawni nie muszą grać rolę złoczyńców” – mogą grać akceptowane społecznie role sportowców.

Zimowe igrzyska paraolimpijskie Pjongczang 2018¹⁶

Reklamy emitowane na paraolimpiadzie w Korei Południowej miały azjatycką specyfikę i swoisty rys kulturowo-społeczny. Osób z niepełnosprawnościami nie prezentowano w kontekście bohaterskich i heroicznych zmagania sportowych, ale w egzystencjalnym, ludzkim wymiarze. Zabieg ten był wcześniej stosowany w osobistych reklamach z Oscarem Pistoriusem, Nickiem Vujicicem i innymi sportowcami (Piechal, 2018). Opowiadane historie rozpoczynają się w dzieciństwie, traktują o etiologii chorób i niepełnosprawności, trudnościach życiowych stojących na drodze do sukcesu, aporiach pokonywanych ciężką pracą i konsekwentnym dążeniem do celu. W tym sposobie narracji sportowy sukces i zwycięstwa są elementami szerszego procesu, w którym biorą udział także inni aktorzy społeczni. Sportowcy cieleśnie nienormatywni są w tej konwencji postaciami, z którymi można się identyfikować i solidaryzować, polubić za ich humor oraz dystans do siebie i ludzkiej niedoskonałości wynikającej z fizycznej ułomności.

Społecznie zaangażowany jest Samsung, od lat wspomagający sport paraolimpijski. W 2018 r. zyskał medialnego partnera (rywala) w postaci japońskiego koncernu Toyota. Wielowątkowe reklamy Toyoty opowiadają historie konkretnych ludzi z niepełnosprawnościami, poczynając od ich dzieciństwa i uwypuklając to, jak wiele różnorodnych czynników miało wpływ na ich sportowy sukces. W przekazach tych nie ma bohaterstwa i heroizmu, jest codzienność, rutyna i zwyczajność. Reklamy społeczne Samsunga stworzyły narracyjny kanon w prezentacji sportowców z niepełnosprawnościami, w który Toyota się wpasowała. Reklamy obu azjatyckich koncernów są skoncentrowane na przekazie: „możesz, potrafisz, jesteś w stanie”. Dotyczą niepełnosprawności i sportu, ale także marginalizowanych grup społecznych, nierówności, stereotypów i wykluczenia.

W serii reklam Samsunga *Dokonuj niemożliwego (Samsung #DoWhatYouCant)*, traktujących o trudnościach dnia codziennego osób z niepełnosprawnościami, akcent położono na wzmocnienie pozytywne – dasz radę, możesz, potrafisz – mimo obiektywnych trudności (żmudna rehabilitacja kobiety po amputacji, reedukacja ruchowa) i niesprzyjających absorpcji, dyskryminujących i wykluczających stereotypów społecznych. Filmom Samsunga towarzyszy symptomatyczny slogan: „Rodzimy się, żeby robić rzeczy niemożliwe”.

15 Jedną z postaci jest bezręki kierowca rajdowy Bartek Ostałowski, specjalizujący się w dryfcie, kierujący auto nogami – zob. Dybowska, Zduńczyk 2017.

16 Kolejne igrzyska paraolimpijskie w cieniu wojny: Korea Południowa (organizator igrzysk) i Korea Północna od kilkudziesięciu lat są w stanie zimnej wojny. Mimo to na paraolimpiadzie wystąpiły reprezentacje obu krajów, a zawody przyczyniły się do zbliżenia wrogów – zob. Pietrewicz, 2018; 2022.

Formułę Samsunga wzbogaciła Toyota w kampanii społecznej *Start Your Impossible*. Pojawiła się w niej wiązka przekazów medialnych i kulturowo-społecznych – inicjatyw sprzyjających tworzeniu społeczeństw solidarnych i zintegrowanych, wolnych od barier, w duchu azjatyckiej filozofii działania i życia wspólnotowego oraz związanego z nim stylu pracy: pokonywania trudności cierpliwie, z pokorą, wytrwale, w społeczeństwie, w którym zaangażowanie pojedynczych obywateli i zbiorowy wysiłek sprawiają, że ambitne cele stają się możliwe do osiągnięcia. Przykładem tego była seria reklam Toyoty w ramach kampanii związanej z działalnością MKOl i IPC, z udziałem osób, które osiągnęły sukces sportowy i życiowy mimo towarzyszącej im niepełnosprawności. W kampanii Toyoty *Start Your Impossible* główne postaci są ograniczane przez chorobę, niepełnosprawność i podeszły wiek, ale ograniczenia te z mozołem, konsekwentnie i skutecznie przezwyciężają – jak w filmie *Good odds. Toyota 2018 (Toyota Super Bowl Commercial 2018 Good Odds)*, w którym obliczane jest (znikome) prawdopodobieństwo zdobycia złotego medalu olimpijskiego przez dziewczynkę urodzoną bez kończyn dolnych. Jest nią Kanadyjka Lauren Woolstencroft, ośmiokrotna mistrzyni zimowych igrzysk paraolimpijskich w narciarstwie zjazdowym, zawdzięczająca sukcesy – okupione bólem i samotnością, licznymi wyrzeczeniami i zwątpieniami – pokazanej w filmie determinacji, ciężkiej pracy i uporowi.

Postaci pokazywanych w zaangażowanych społecznie reklamach Toyoty w ramach *Start Your Impossible* jest wiele. Są to osoby z niepełnosprawnościami, różnej płci i wieku, pochodzące z odmiennych klas i warstw społecznych. Kluczem do ich emancypacji jest aktywność ruchowa o proveniencji sportowej, wspomagana nowoczesnymi akcesoriami rehabilitacyjnymi i zaawansowanymi technologiami azjatyckich koncernów, dzięki którym mogą one w większym stopniu partycypować w życiu społecznym (praca, randka, spacer, uczestnictwo w integracyjnej grze na placu zabaw, wizyta w klubie nocnym). Filmów z tej serii Toyoty jest dużo, traktują one o przezwyciężaniu słabości związanych z niepełnosprawnościami, niezależnie od barier architektoniczno-urbanistycznych i społecznych, okoliczności i przeciwności życiowych.

W serii *Start Your Impossible* są filmy z osobami, które osiągnęły sukcesy sportowe na światowym poziomie, ze złotymi medalami igrzysk paraolimpijskich włącznie, co było ukoronowaniem wysiłków. Wiele postaci z niepełnosprawnościami na drodze do sportowego sukcesu musiało dodatkowo pokonywać bariery językowe, mentalne i kulturowo-społeczne¹⁷: szermierka bez czterech kończyn Włoszka Beatrice „Bebe” Vio, australijska pływaczka i koszykarka bez kończyny dolnej Ellie Victoria Cole, tancerz z polio Dergin Tokmak, multisportowiec Michael Milton czy Sudarshan Gautam, który mimo braku kończyn górnych bez protez zdobył Mount Everest. Gautam mówi: „Moim głównym powodem wspinania się na górę jest rozpowszechnianie wiadomości, że niepełnosprawność nie jest niepełnosprawnością” (*Start Your Impossible: Dergin Tokmak*). Pochodząca z Rosji, adoptowana w USA, Tatyana McFadden rywalizuje ze swym niepełnosprawnym ciałem i walczy z dyskryminacją w szkole:

17 Na stronie www.mobilityforall.com podane były biografie zawodników objętych patronatem Toyoty, określanych jako „sportowcy, którzy inspirują nas, by się ruszać”: Andrei Eskau (biatlon, biegi narciarskie, kolarstwo), Lauren Woolstencroft (narciarstwo alpejskie), Hana Min-Su (hokej na lodzie), Michaela Miliona (kolarstwo), Seun Adigun (lekkoatletyka), Ramiego Anisa (pływanie), Tyrone’a Pillaya (pchnięcie kulą), Bradleya „Brada” Snydera (pływanie), Lucy Ogechukwe-Ejike (podnoszenie ciężarów), trojaczek Luik (maraton), Shane Gould (pływanie) i Zoli Budd (biegi przełajowe).

Nigdy nie widziałam siebie jako osoby niepełnosprawnej, więc mój wózek inwalidzki jest jak moja para butów [...]. Zdecydowanie ważne jest, aby być wzorem do naśladowania i naprawdę walczyć o to, w co wierzysz. Jeśli masz marzenie i cel, i chcesz coś osiągnąć, możesz pokonać niemożliwości! (*Start Your Impossible: Tatyana McFadden*).

Letnie igrzyska paraolimpijskie Tokio 2020/2021¹⁸

Z powodu pandemii COVID-19 japońskie igrzyska odbyły się z rocznym opóźnieniem i w surowym reżymie sanitarnym (Dybowska, Zduńczyk, 2020; 2021a; 2021b; Banio, 2021). Ceremonia otwarcia paraolimpiady pokazana w TVP Sport i na www.sport.tvp.pl odnosiła się do bieżących problemów społecznych związanych z aktywnością fizyczną, niepełnosprawnością i zdrowiem. Polscy komentatorzy obszernie odwoływali się do wątków historycznych: początków rehabilitacji ruchowej sprzężonej z rywalizacją sportową u sir Ludwiga Guttmanna¹⁹. Akcentowali to, że aktywność ruchowa jest jedną z najefektywniejszych form rehabilitacji, świadectwem czego są biografie, życiorysy i wywiady z wieloma sportowcami. Wybiegano też w przyszłość rehabilitacji i sportu, wspomaganego nowoczesnymi technologiami i postępowymi ideami społecznymi. Szefowa komitetu organizacyjnego paraolimpiady – Seiko Hashimoto – mówiła o konieczności budowy społeczeństw bez barier. Szef IPC – Andrew Parsons – przemawiając w maseczce, zauważył, że igrzyska paraolimpijskie są jednym z najbardziej transformujących masową wyobraźnię wydarzeń na świecie i hucznie ogłosił program „WeThe15” (<https://www.wethe15.org>)²⁰, realizowany przy współudziale dwudziestu międzynarodowych organizacji. Jest to ambitny inkluzyjny plan, by w ciągu dekady stworzyć społeczeństwo obywatelskie, gruntownie zmienić masową percepcję, globalnie i radykalnie poprawić sytuację i medialny wizerunek oraz zaktywizować osoby z niepełnosprawnościami, które stanowią 15% populacji światowej, czyli około 1,2 mld ludzi.

Kluczowy fragment przemowy Andrew Parsonsa brzmiał:

Igrzyska paraolimpijskie są platformą zmian. Ale zmiany tylko co cztery lata to za mało. To zależy od każdego z nas, by codziennie odegrał swoją rolę w tworzeniu bardziej inkluzyjnego społeczeństwa. [...]. Odmienności są siłą, nie słabością. Sportowcy niepełnosprawni są siłą natury i dobra [...], ale nie dokonają zmian sami. Siłą ruchu paraolimpijskiego jest współpraca i wsparcie sportowców, by mogli zabłysnąć. Paraolimpijczycy! Daliście z siebie wszystko, żeby tu być. Krew, pot i łzy. Teraz jest moment, by pokazać światu waszą siłę, umiejętności i determinację.

¹⁸ Mansfield, 2018; *Igrzyska Olimpijskie i Paraolimpijskie*, 2020.

¹⁹ W plebiscycie Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego na Sportowca Roku przyznawane są Guttmanny: nagrody dla osób i organizacji w uznaniu za ich zasługi w rozpowszechnianiu sportu osób z niepełnosprawnościami (<https://paralympic.org.pl/guttmanny>). W czwartej edycji plebiscytu 10 grudnia 2022 r. na antenie TVP1 za Organizację Sportową 2022 r. uznano Polski Związek Sportu Niepełnosprawnych „Start” (PZSN START, <https://pzsstart.eu>), który obchodził siedemdziesięciolecie istnienia.

²⁰ Jego symbolem jest wykres kołowy (tak lubiany przez studiujących socjologię) z wyróżnieniem 15%.

Jeśli świat przykleił ci kiedyś etykietę, teraz jest twój czas na zmianę etykiety: czempion, bohater, przyjaciel, kolega, wzór do naśladowania lub po prostu człowiek. Jesteście najlepszymi z ludzi. I tylko wy możecie decydować, kim i czym jesteście. [...]. Wasze występy mogą zmienić wasze losy. Ale najważniejsze: mogą na zawsze zmienić życie 1,2 miliarda ludzi. To jest siła sportu: zmiana życia i społeczności. Zmiany zaczynają się od sportu²¹ (*Andrew Parsons' Tokyo 2020 Opening Ceremony Speech | Paralympic Games*).

Reklamy na igrzyskach Tokio 2020 były kontynuacją azjatyckiego trendu: niepełnosprawność, sport i technologie wspierające. Prezes Toyota Motor Corporation – Akio Toyoda – zaprezentował nową filozofię działania, odwołującą się do „potęgi ruchu”: „Pod olimpijską i paraolimpijską flagą chcemy przypomnieć o tym, że sport jedna ludzi” oraz „stajemy przed nową misją – chcemy zapewnić ludzkości swobodę przemieszczania się. Właśnie dlatego Toyota została oficjalnym światowym partnerem mobilności MKOl i IPC” (*Toyota ICBY 2021/Start your impossible*). Toyota wsparła wielu sportowców z niepełnosprawnościami, którzy występują w jej reklamach (*Toyota łączy sport i samochody w kreatywnej kampanii*, 2021). Koncern stawia na mobilność (Toyota, b.r.): reklamuje elektryczny samochód z autopilotem i pokazuje nastolatka z zaawansowaną niepełnosprawnością (poruszającego się specjalistycznym pojazdem), przełamującego niesmiałość i umawiającego się na randkę z dziewczyną. Jedną z najbardziej transparentnych reklam Toyoty, wpisującą się w nurt biograficznych opowieści rozpoczynających się od dzieciństwa, jest historia beznogiej pływaczki Jessiki Long (*Toyota: Super Bowl Commercial – Jessica Long*).

W polskiej telewizji w trakcie igrzysk Tokio 2020/2021 dominowała reklama Orlenu, sponsora olimpijskiej i paraolimpijskiej reprezentacji, odwołująca się do biografii sportowców pełno- i niepełnosprawnych. Zawodnikami tymi byli: Piotr Lisek (skok o tyczce), Maria Andrzejczyk (rzut oszczepem), Rafał Szumiec (kolarstwo ręczne), Justyna Święty-Ersetic (bieg na 400 m), Anita Włodarczyk (rzut młotem), Piotr Małachowski (rzut dyskiem), Adrian Castro (szermierka na wózkach)²². Polscy sportowcy pokazani zostali podczas ciężkich całodniowych treningów: obolali, spoceni, zmęczeni, wyczerpani, czasem płaczący bądź wściekli, ale nieodpuszczający.

Słowa narratora tej reklamy są symptomatyczne:

Są różne rodzaje zwycięstwa. Gdy twoje dłonie od dawna mają dość, a ty i tak sięgasz po młot. Chociaż nie możesz chodzić, nie dajesz się zatrzymać. Ciało mówi ci koniec, a ty mówisz: to dopiero początek. Jeszcze 50 cm, 40, 30... A ty już wygrałeś i to nie raz, tylko setki razy. Dzień po dniu, rok po roku, podnosisz się pomimo bólu. Tak, są różne rodzaje zwycięstwa. Każde z nich jest na wagę złota, chociaż nikt nie daje za nie medali. Bo największe zwycięstwa to te, które odnosisz sam ze sobą. Dla nas już zwyciężyliście (*Orlen Tokyo 2020 spot 60s*).

21 #ChangeStartsWithSport stało się hasłem przewodnim igrzysk paraolimpijskich Pekin 2022.

22 Firma Mattel, producent lalek Barbie, wypuściła kolejną tematyczną serię lalek – wersję olimpijską i paraolimpijską – uwzględniającą postaci polskich olimpijczyków i paraolimpijczyków. Ruth Handler wymyśliła zarówno lalkę Barbie, jak i protezy piersi dla kobiet po mastektomii – za Williams, 2014: 16.

Zimowe igrzyska paraolimpijskie Pekin 2022

Informacje o zimowych igrzyskach paraolimpijskich Pekin 2022, podobnie jak w przypadku zimowych igrzysk Soczi 2014, zeszyły na dalszy plan z powodu rosyjskiej „wojskowej operacji specjalnej” w Ukrainie, która rozpoczęła się tuż przed początkiem paraolimpiady²³. W radiowo-telewizyjnych programach informacyjnych i opiniotwórczych dziennikach prasowych dominowały wiadomości związane z wojną. Wojna zawłaszczyła publiczną narrację: także tę związaną z ceremonią rozpoczęcia zimowych igrzysk paraolimpijskich Pekin 2022²⁴. Żadna z głównych polskich telewizji państwowych i prywatnych nie transmitowała ceremonii otwarcia paraolimpiady, udostępnił ją jedynie SuperPolSAT.

Otwarcie igrzysk odbyło się na monumentalnym Stadionie Narodowym w Pekinie i było symultanicznie tłumaczone przez lektorów języka migowego. Przypomniano, że 15% światowej populacji stanowią osoby z niepełnosprawnościami; liczba ta nie maleje, lecz rośnie. Odtworzono utwór o symptomatycznym tytule *Pokój, wspólnota, wspólna przyszłość*. Polscy komentatorzy sportowi mówili o rodowodzie igrzysk paraolimpijskich i roli sir Ludwiga Guttmanna (wojna i weterani wojenni rehabilitowani sportem). Zwracali uwagę, że standardem nowoczesnych technologicznie krajów azjatyckich są brawurowe oprawy organizowanych przez nie imprez sportowych. Scenariusz ceremonii otwarcia paraolimpiady Pekin 2022 skrócono.

Oficjalne przemówienia inauguracyjne dotyczyły pokoju na świecie i ekologii oraz sportu. W filmie dotyczącym sportu osób z niepełnosprawnościami pokazano ludzi z wielorakimi deficytami ruchowymi i w różnorodnych sytuacjach społecznych. Nawiązano do projektu #WeThe15 ogłoszonego w trakcie igrzysk Tokio 2020/21, podkreślając konieczność radykalnych i zaawansowanych zmian społecznych, które są obowiązkiem moralnym i etyczną powinnością, na co akcent kładł w pacyfistycznym wystąpieniu szef IPC Andrew Parsons:

Jako lider organizacji, której podstawą jest integracja, w której celebruje się różnorodność i akceptuje różnice, jestem przerażony tym, co dzieje się obecnie na świecie. XXI wiek to czas dialogu i dyplomacji, a nie wojny i nienawiści! [...]. W IPC dążymy do lepszego i bardziej inkluzyjnego świata, wolnego od dyskryminacji, nienawiści, ignorancji i konfliktów. Tutaj w Pekinie paraolimpijscy sportowcy z 46 różnych krajów będą rywalizować ze sobą, a nie przeciwko sobie. Poprzez sport pokażą to, co najlepsze w ludzkości i podkreślą wartości, które powinny leżeć u podstaw pokojowego i integracyjnego świata. Paraolimpijczycy wiedzą, że przeciwnik nie jest wrogiem, tylko rywalem. Razem możemy osiągnąć więcej, dużo więcej. [...]. Ruch paraolimpijski wzywa światowe władze do zjednoczenia się, tak jak robią to sportowcy, i promowania pokoju, zrozumienia i integracji²⁵ (*Andrew Parsons' Beijing 2022 Opening Statement | Paralympic Games*).

23 Na ceremonii otwarcia paraolimpiady Tokio 2020/21 Andrew Parsons przestrzegał przed wojną, apelując o pokojowe rozwiązania i rozważę.

24 W dniu otwarcia igrzysk toczono ciężkie walki o stolicę Ukrainy – Kijów. Rosjanie zajęli największe elektrownie atomowe w Europie Środkowo-Wschodniej: w Zaporozżu i Czarnobylu.

25 Pełny tekst przemowy: *IPC President Andrew Parsons' Beijing 2022 Opening Ceremony speech, 2022*.

Odnosząc się bezpośrednio do programu WeTe15 Andrew Parson informował:

Paraolimpijczycy, jest taki ważny moment w waszym życiu, kiedy dzięki sportowi akceptujecie swoją niepełnosprawność. Nie jako coś, co was definiuje, ale coś, co jest częścią tego, kim jesteście. Kiedy to zrozumiesz, znajdziesz swoją siłę tam, gdzie inni widzieli słabość, a ty znajdziesz własną moc i drogę, aby zmaksymalizować to, co możesz zrobić. Jeśli 15% światowej populacji jest z niepełnosprawnościami, paraolimpijczycy pokazują pozostałym 85% ludzi, że osoby z niepełnosprawnościami mogą robić, co chcą, jeśli tylko mają taką możliwość. Właśnie dlatego IPC i Disability Alliance wraz z 18 międzynarodowymi koalicjantami uruchomiły program WeThe15. Za jego pośrednictwem chcemy prowadzić kampanię na rzecz widoczności niepełnosprawności, dostępności, integracji i równości praw. Każdy z 1,2 miliarda niepełnosprawnych obywateli świata powinien mieć taką samą możliwość życia pełnią życia, gonienia za marzeniami, odnajdywania drogi przez życiowe wzloty i upadki oraz wnoszenia wkładu w życie społeczne. [...] od każdego z nas zależy, czy zobowiązemy się do zmiany, aby zagwarantować tę możliwość. [...] wasze przygotowania do tych igrzysk nie były łatwe, zwłaszcza ze względu na globalną pandemię. To wy definiujecie sposób myślenia o determinacji, wy personifikujecie wytrwałość. Świętuj tutaj swoje osiągnięcia i bądź dumny, że twoje umiejętności mogą i zmieniają świat dla wielu, wielu milionów ludzi (*Andrew Parsons' Beijing 2022 Opening Statement | Paralympic Games*).

Ceremonii otwarcia paraolimpiady towarzyszyły pokazy laserowe i animacje ruchowe z udziałem animatorów w różnym wieku (od dziecka do seniora), z deficytami ruchowymi i niepełnosprawnościami. Podświetlano hasło paraolimpijskie #ChangeStartsWithSport (International Paralympic Committee, 2019), będące elementem nowej, zaawansowanej globalnej strategii, mającej na celu zmianę – aktywnością ruchową i sportem – wizerunku osób z niepełnosprawnościami, transformację światowych społeczeństw, wspieranie programów uwzględniających prawa człowieka w jego pełnym wymiarze. Podkreślano inkluzywność sportu osób z niepełnosprawnościami w kontekście kulturowo-społecznym. Komentatorzy polscy przypomnieli o szczytnej misji corocznego plebiscytu „Przeglądu Sportowego” – wyróżnieniach w kategorii „Sport bez barier” – jako elemencie integracji polskiego środowiska sportowego²⁶. W trakcie ceremonii otwarcia paraolimpiady Pekin 2022 wymienili po kolei wszystkich polskich sportowców (wielu z afiliacją AWF) biorących udział w tym prestiżowym wydarzeniu. Zauważyli, że szef IPC domagający się pokoju na świecie jest z Brazylii²⁷ – jednego z niewielu krajów, które nie poparły sankcji nakładanych na Rosję. Reprezentację Rosji wykluczono z igrzysk i wielu prestiżowych imprez sportowych, w tym Euro 2020 i mundialu Katar 2022.

26 W osiemdziesiątym ósmym plebiscycie „Przeglądu Sportowego”, na bieżąco relacjonowanym na antenie Polsatu 7 stycznia 2023 r., wyróżniono Monikę Pyrek za założenie fundacji wspierającej sportowców oraz parastrzelca Szymona Sowińskiego, który zakończył przemówienie hasłem paraolimpijskim: „Niemożliwe nie istnieje”.

27 W czasie pisania tego artykułu (2022/2023) w Brazylii trwały gwałtowne zamieszki i próby obalenia rządu. Podobne niepokoje społeczne w tym kraju miały miejsce podczas igrzysk olimpijskich i paraolimpijskich, których Brazylia była gospodarzem w 2016 r.

Igrzyska olimpijskie i paraolimpijskie Pekin 2022 odbywały się w czasie pandemii, w ścisłym rygorze sanitarnym (obowiązkowe maseczki) i z zastosowaniem dystansu społecznego²⁸. Odbiło się to na frekwencji: w transmisji telewizyjnej widać było, że widzów jest niewielu, a usytuowano ich tak, by sprawiali wrażenie liczniejszych. Nieoświetlone odleglejsze miejsca trybun były wyludnione. Kluczowe postaci – szef IPC Andrew Parsons i przewodniczący Chińskiej Republiki Ludowej Xi Jinping – stali w maseczkach oddaleni od siebie. Na inaugurację paraolimpiady przybyło niewiele ważnych osób ze świata polityki. Chińskie igrzyska były bojkotowane, analogicznie, choć w mniejszym stopniu, jak te z 2008 r. Chińczycy wykorzystali wybudowane wówczas obiekty sportowe.

Na paraolimpiadzie Tokio 2020/2021 poinformowano o powstaniu multifunkcyjnego programu #WeThe15²⁹. Na paraolimpiadzie w Pekinie zaktualizowano informacje o nim oraz o symultanicznie realizowanym programie #ChangeStartsWithSport. W programy te zaangażowały się liczne organizacje profesjonalnie zajmujące się osobami z niepełnosprawnościami, sportem i zdrowiem w ich wzajemnym powiązaniu. Międzynarodowy Komitet Olimpijski i IOP zawarł trwały sojusz ze Światową Organizacją Zdrowia (World Health Organisation – WHO, <https://www.who.int>). W 2020 r. MKOI i WHO podpisały porozumienie o współpracy przy promocji zdrowia poprzez aktywność fizyczną i sport, apelując o międzynarodową solidarność i współpracę w dobie pandemii (World Health Organization, 2020). Nowym ciałem organizacyjnym jest Międzynarodowy Sojusz na Rzecz Niepełnosprawności (International Disability Alliance – IDA, <https://www.internationaldisabilityalliance.org>):

To największy w historii ruch zrzeszający organizacje ze świata sportu, praw człowieka, polityki, biznesu, sztuki i rozrywki. Razem będą pracować z rządami, biznesem oraz opinią publiczną, aby przez następną dekadę zainicjować zmianę społeczną niezwykle potrzebną największej na świecie marginalizowanej grupie społecznej. Wykorzystując unikatową szansę, jaką daje sport, by zaangażować wiele osób na całym świecie i kreować pozytywną zmianę społeczną, Międzynarodowy Komitet Paraolimpijski, Olimpiady Specjalne, Fundacja Invictus Games oraz Międzynarodowy Komitet Sportu Głuchych współpracują razem po raz pierwszy w historii. Te cztery organizacje wykorzystają specyfikę swoich wydarzeń sportowych oraz media społecznościowe sportowców, aby podnieść świadomość i zrozumienie dla spraw, z którymi mierzą się osoby z niepełnosprawnościami na całym świecie każdego dnia. Do organizacji sportowych zaangażowanych w kampanię #WeThe15 i szerzenie jej idei przez najbliższe dziesięciolecie dołączyły Międzynarodowy Sojusz na Rzecz Niepełnosprawności (IDA), Biuro Wysokiego Komisarza ONZ ds. Praw Człowieka, UNESCO, Komisja Europejska, grupa The Valuable 500, UN SDG Action Campaign, Global Citizen, Global Disability Innovation Hub, UN Alliance of Civilisations i wiele innych (*„Nie jesteśmy superbhaterami...”, 2021*).

28 W 2022 r., kolejnym pandemicznym roku COVID-19, odbyły się w Polsce liczne akcje i emitowano wiele kampanii radio-telewizyjnych odnoszących się do problemów zdrowotnych, w tym depresji, otyłości i nadwagi oraz aktywności ruchowej jako antidotum na pandemiczne dolegliwości. Kampanie takie odgrywają bardzo ważną rolę – zob. Piątek, 2015; Sahaj, 2016a; 2016b; 2016c; Daszkiewicz, 2019.

29 W wielu miastach na całym świecie pojawiły się wielkoformatowe tablice informacyjne i reklamy świetlne odwołujące się do wizerunku osób z niepełnosprawnościami i elementów kampanii #WeThe15.

Intrygujący i wiele mówiący jest sztandarowy spot filmowy kampanii #WeThe15, w którym postaci cieleśnie nienormatywne, z różnymi deficytami i niepełnosprawnościami fizycznymi, intelektualnymi i społecznymi, indywidualnie i drużynowo, w autoironiczny i przewrotny, zabawny i żartobliwy sposób przekonują, że nie są żadnymi bohaterami. Są w różnym wieku, pochodzą z odmiennych kultur i społeczności, posługują się wieloma językami (w tym migowym), pokazano ich w różnych kontekstach i sytuacjach społecznych – w opiece nad dziećmi, w domach i w mieście, w czasie relaksu i podczas uprawiania sportu, w scenach intymnych i w podróży. Prezentujący ich filmowy tekst kultury jest mozaikowy, kompozytowy, wielowarstwowy, oparty na żartach sytuacyjnych: niewidomi na „randce w ciemno”, Arabka w wieku senioralnym modląca się o torebkę (a nie o zdrowie), osoba niskorosła na „pedestale”, z którego musi korzystać w mieszkaniu, mężczyzna z zespołem Tourette’a, któremu wymykają się z ust niechciane słowa. Spot bezpośrednio nawiązuje (obrazem i narracją) do reklam sportowców z niepełnosprawnościami, kreowanych na bohaterów i supermanów na igrzyskach paraolimpijskich Londyn 2012 (*Meet the superhumans*). Zaczyna się w identycznej scenerii, a sporowcowi na wózku jadącemu na trening towarzyszą głosy:

Jesteś TAKĄ inspiracją. TAKI odważny! Przypominasz MI, żebym był szczęśliwy. UWIELBIAM to, że nie pozwalasz, by cię to przygnębiło – dobrze dla ciebie! To łamię mi serce. Spójrz na siebie i dookoła! Popychasz nas wszystkich do bycia lepszymi. Jesteście superbohaterami (#WeThe15/*Paralympic games*).

Akcja zatrzymuje się i następuje gwałtowna zmiana narracji, zapowiadana sceptycznym pytaniem: „Naprawdę?”. Odpowiedzi padają lawinowo wraz z wartkim potokiem prozaicznych sytuacji życiowych, w których znajdują się główne postaci:

Taaak!... Jesteśmy „superbohaterami”, w porządku... Za wyprowadzenie dzieci na czas. Pchamy wózki... Jestem wózkiem! Niszczymy telefony... Ludzie nazywają nas wyjątkowymi, ale nie ma w nas nic „wyjątkowego”. Mamy kredyty hipoteczne. Zabijamy rośliny doniczkowe. Oglądamy seriale telewizyjne [...]. Walczymy z poszewkami na kołdry! Opalamy się na wakacjach. Jesteśmy „politykami” [...]. Doradcami emerytalnymi. Bierzemy ślub! (Poznaliśmy się na randce w ciemno!). Tak, potrafimy śmiać się, także z siebie. Kochamy nasze babcie [...]. Modlimy się pięć razy dziennie, albo i nie. (Nie modlę się o „wyleczenie”! Błagam o nową torebkę!). [...]. Chodzimy na pierwsze randki i też nam się poszczęści. Tak więc, chociaż cokoły są ładne, a litość tolerowana, nie jesteśmy „wyjątkowi”. To nie tak. To nie jest nasza rzeczywistość. I tylko wtedy, gdy zobaczysz nas jako jednego z was. Cudownie, zwyczajnie, cudownie, po ludzku. Tylko wtedy wszyscy możemy przełamać te bariery, które nas dzielą. Stanowimy 15% światowej populacji. To ponad miliard ludzi! (#WeThe15/*Paralympic games*)

Dyskusja i podsumowanie

W ciągu ostatniej dekady problematyka sportu osób z niepełnosprawnościami biorących udział w igrzyskach paraolimpijskich była wielokrotnie podejmowana w czasopiśmie o proweniencji medycznej, sportowej i socjologicznej. Problematyka ta weszła do kanonu intensywnie rozwijanych badań socjologicznych w obszarze *disability studies* (Albrecht, Seelman, Bury, 2001; Howe, 2015; French, Le Clair, 2018)³⁰. Autorzy głowili się nad rolą kulturowo-społeczną i znaczeniem sportu w doświadczeniach życiowych osób z niepełnosprawnościami, od przełomowych igrzysk Londyn 2012 poczynając (Purdue, Howe, 2012a; 2012b; Hodges i in., 2014), nad tym, jakimi metodami i w jakich ramach teoretycznych należy badać ten fenomen (Jackson i in., 2014; Solves i in., 2019) oraz w jakim kontekście sport osób z niepełnosprawnościami należy prezentować (Bush i in., 2013; Kim, Lee, Oh, 2018). Dostrzegano zachodzenie paradygmatycznych zmian w dyskursie publicznym i sposobach prowadzenia narracji sportowców z niepełnosprawnościami w kontekście igrzysk paraolimpijskich oraz ewolucję w strategiach ich medialnych prezentacji, czyniących ich bardziej widzialnymi, niekoniecznie tylko w kontekście niepełnosprawności i rehabilitacji (Pullen in., 2018; 2021), ale także w szerszym ujęciu filozoficznym i społecznym, odchodzącym od stereotypowego ujęcia osoby niepełnosprawnej i dychotomii „superkaleka”–ofiara losu, beneficjent medycyny i pomocy społecznej.

Według Marshy Saxton (2018) umieszczanie osób z niepełnosprawnościami w rolach bohaterów, herosów, nadludzi wpisuje się w narrację, w której akcent kładziony jest na ich nadzwyczajnych mocach i epickich zmaganiach z ograniczeniami cielesnymi i ułomnościami psychofizycznymi, co automatycznie wywołuje ludzką solidarność, podziw i sympatię, a nie litość i współczucie. W takich prezentacjach wizerunek *the supercrip* ugruntowuje się, choć nie jest obiektywny (McRuer, 2006; Martin, 2017). Grzegorz Kubiński w budowaniu wizerunku sportowców z niepełnosprawnościami na paraolimpiadzie Rio 2016 dostrzegł wyjątkowość sportu, w którym:

[...] osoba niepełnosprawna może coś zrobić, ma możliwość osiągnięcia jakiegoś ważnego celu, w swoim normalnym, codziennym życiu znów staje się „tylko niepełnosprawny”. Wnioski takie potwierdzają parasportowcy głośno mówiący o swoich potrzebach nie tylko sportowych, ale i wynikających ze sportu i będących jego konsekwencją. Problemy dotyczą po prostu typowego życia sportowca, odpowiedniej regeneracji, suplementacji, finansowania zgrupowań i tym podobnych rzeczy. Jednakże te kwestie znikają po ustaniu spektaklu, po zamknięciu stadionów paraolimpijczyki wracają do swej społecznej roli niepełnosprawnego i „chorego”. Z bohaterów stają się na powrót ofiarami (Kubiński, 2017: 176).

30 Nauki o kulturze fizycznej należą do dziedziny nauk medycznych i nauk o zdrowiu (stan na 2023 r.). Beniaminkami Polskiego Towarzystwa Socjologicznego są pracownice sekcje socjologii niepełnosprawności i socjologii sportu (Jakubowska, Nosal, 2017; Koperski, 2018; Stempień, 2020; Dziubiński, 2022), dopełniające pracę sekcji socjologii medycyny. Ich wspólnym obszarem zainteresowania są metody i techniki badań socjologicznych stosowane w medycynie, rehabilitacji i sporcie.

Jednakże zdaniem cytowanego socjologa medialne obrazy osób z niepełnosprawnościami osadzonych w rolach dzielnie walczących na paraolimpiadach wojowników nie są w stanie przełamać rozpowszechnionych stereotypów społecznych, między innymi z uwagi na temporalność tych medialnych przekazów:

[...] nie wydaje się, by paraolimpiada czy inne zawody parasportowe, które zostaną nagłośnione i upublicznione w mediach, pozwoliły na zmianę podejścia osób pełnosprawnych. Wydaje się, że hasło „Patrzcie na nas” odnosi się tylko do momentu trwania spektaklu, potem spojrzenie pełnosprawnego widza się odwraca. Zmagania sportowe – i to nie tylko paraolimpijskie – jednoczą bowiem na chwilę, liminalność przynależna sportowi znika wraz z wręczeniem ostatniego medalu. Poczucie bliskości i próba zrozumienia osób niepełnosprawnych sprowadza się tylko do medialnego spektaklu, w którym pełnosprawny widz ogląda zmagania odmiennych fizyczności i może jeszcze wtedy czuć ducha sportowej rywalizacji. Zmagania parasportowców, jak i sportowców inspirują, budzą pozytywne emocje. O ile jednak pozasportowe życie sportowców również fascynuje fanów, o tyle pozasportowe życie parasportowców raczej przeraża i zniechęca. Ciało odmienne oskarża nasze własne zdrowe ciała o to, że je zaniedbujemy, że nic nie robimy, marnotrawimy czas. To wzbudza poczucie winy i niechęć do oglądania aktywności osób niepełnosprawnych (Kubiński, 2017: 176–177).

Wydaje się, że koncentrowanie uwagi na cielesnej nienormatywności i ułomnościach w częstszych przekazach medialnych mogłoby być odstręczające dla przeciętnej odbiorcy, natomiast okolicznościowe prezentowanie sportowców jako herosów jedynie w czasie globalnych imprez sportowych daje efekt iluzoryczny, obraz fantomowy i nieobiektywny. Oczekiwanym byłby zatem obraz osób z niepełnosprawnościami bardziej stabilny, trwałe i uśredniony, oferowany poza sportowymi zawodami, choć związany z aktywnością ruchową, sportem i zdrowiem. Naprzeciw tym oczekiwaniom wychodzą radiowo-telewizyjne akcje i kampanie społeczne³¹ (Sosnowska, 2013; Żyłowska, 2022) oraz społecznie wrażliwe reklamy dostępne w internecie i poprzez internet (portale społecznościowe), redystrybuowane *ad infinitum*, włączające przedstawicieli marginalizowanych grup społecznych (Toffoletti, 2018; Sulińska, 2020; Sahaj, 2021). Czynią one ich bardziej widzialnymi, lecz nie redukują ich tylko do jednej roli i jednego wymiaru – pozwalają im na samodzielne definiowanie się w różnorodnych autonarracjach (Wong, 2020; *Visibility of Disability...*, 2021; Sahaj, 2022c).

Reklamy Samsunga na paraolimpiadach Londyn 2012, Soczi 2014 i Rio 2016 przesuwają akcent przekazu z bohaterstwa i heroizmu sportowców z niepełnosprawnościami na ich ludzki wymiar – słabości i ograniczenia, o których opowiadali w historiach swego życia. W reklamach Toyoty z Pjongchang 2018 w intymnych relacjach sportowców nie ma bohaterstwa, heroizmu i superludzi. Narracje sportowców obrazują perypetie zwykłych osób – chorych i niepełnosprawnych, jednak przekraczających

31 Przykładem są prezentowane także na przystankach komunikacji miejskiej kampanie: STOP Barrierom (<https://stopbarrierom.pl/kampania-stop-barierom>), odwołująca się do wizerunku sportowców z niepełnosprawnościami oraz Nic co ludzkie nie jest nam obce (<https://www.fundacjaavalon.pl/nic-co-ludzkie>), realizowana przez Fundację Avalon, współfinansowana przez PFRON.

cielesne ograniczenia (Biela, Hebda, 2015; Mironiuk, 2020; Turoń-Skrzypińska, 2020; Sahaj, 2022b). Nie ma cierpienia, litości i patosu, a przekaz medialny nie koncentruje się na ułomnościach, lecz na sposobach ich przewycięzania. Pokazana jest ciężka praca, treningi i zadania do wykonania w celu osiągnięcia sukcesu sportowego. Inkluzję społeczną wspomagają aktywność fizyczna i rehabilitacja ruchowa, bliskie relacje interpersonalne i społeczne zaangażowanie. W reklamach Toyoty występują medaliści olimpijscy i paraolimpijcy, którzy osiągnęli sukces na poziomie światowym. Jednakże nie byłiby oni sami w stanie sięgnąć wyzryn, nie działali w próżni społecznej. Najnowsze reklamy paraolimpijskie kładą nacisk na interakcje ze środowiskiem społecznym, kręgiem rodzinnym, przyjaciółmi – „znaczącymi innymi”.

Wątek wspólnotowości jest mocno eksponowany w reklamach azjatyckich koncernów (Samsung, Toyota), emitowanych w trakcie imprez sportowych (paraolimpiady: Tokio 2020 i Pekin 2022). W krajach azjatyckich (w tym arabskich) panuje odmienna filozofia działania (kolektywizm, nieeuropejski indywidualizm), inne są obyczaje i zwyczaje oraz normy religijne i kulturowo-społeczne wzorce. Zetknięcie się ze sobą różnych kultur na poziomie sportowym sprzyja (nieco wymuszonej) ewolucji i zmianom tradycyjnych modeli życia społecznego. Sport jest elementem akulturacji i efektywnym narzędziem przewycięzania barier i dyskryminacji, na co zwracali uwagę papieże: Jan Paweł II, Benedykt XVI³² i Franciszek. W reklamach z ostatnich lat ważne są biograficzne odnośniki do dzieciństwa, adolescencji i dyskryminacji na wczesnych etapach edukacji i socjalizacji. Pokazana jest odmienność charakterów, postaw i wartości życiowych. W najnowszych przekazach medialnych przy budowaniu wizerunku sportowca z niepełnosprawnościami nie pokazuje się już tylko spektakularnych sukcesów, ale i koszty uzyskania sportowego zwycięstwa ciężką pracą i wyrzeczeniami. Eksponowane są emocje (pozytywne i negatywne): śmiech, płacz, rozpacz, złość, wściekłość. Buduje się obraz niebohaterski i nieheroiczny, lecz ludzki: przekraczania barier i słabości własnych oraz kulturowo-społecznych stereotypów. Medialne prezentacje konsekwentnie zmierzają w stronę wizerunku ludzi zwyczajnych/nadzwyczajnych – bohaterów codzienności.

Sportowcy z reklam paraolimpiad Rio 2016, Pjongczang 2018 i Tokio 2020/2021 to nie bohaterzy, herosi i supermani, lecz ludzie obciążeni doświadczeniami, słabościami i wątpliwościami, ale też marzeniami, namiętnościami i pasjami. W prozaicznych czynnościach życiowych dokonują oni aktów transgresji codziennie, a nie tylko podczas igrzysk paraolimpijskich. Realizują się również poza sportem, mają intrygujące biografie, czyniące ich bliższymi, bardziej ludzkimi (Zakrzewska-Manterys, Niedbalski, 2016; Niedbalski, 2021). Ten rodzaj narracji wzmocniono na paraolimpiadach Tokio 2020/2021 i Pekin 2022, wzbogacając obraz postacią beznogiej pływaczki Jessiki Lang (*Start Your Impossible / Jessica Lang*), historię rozbudowując o okres dojrzewania, interakcje rodzinne i społeczne. Pierwszoosobowa autobiograficzna narracja medialnego przekazu i społecznie zaangażowane reklamy z powodzeniem mogą zmieniać i zmieniają wizerunek aktorów społecznych, jakimi są sportowcy z niepełnosprawnościami. Reklamy multiplikowane w internecie są stale dostępne – dostarczają inspiracji, przyczyniają

32 Który zmarł w tym samym czasie co słynny brazylijski piłkarz Pele. Do grobów obu tych, jakże różnych postaci, zmierzają pielgrzymki.

się do zmiany postaw i integracji społecznej osób z niepełnosprawnościami. Pozwalają modyfikować dotychczasowe postawy, przełamywać stereotypy, tworzyć nowe wzorce kulturowo-społeczne (Bieganowska, 2015; Kołodziej-Durnaś, 2015; Grębowiec, 2017; Makowski, 2021).

Zakończenie

Igrzyska paraolimpijskie są prestiżowymi zawodami sportowymi oglądanymi przez wielu ludzi na całym świecie, co sprzyja przekazywaniu ważnych komunikatów społecznych już podczas ceremonii otwarcia (Tomlinson, 1996; Thomas, Smith, 2009). Polscy paraolimpijczycy wspierani są dziś przez liczne organizacje: Polski Komitet Paraolimpijski (Dybowska, Zduńczyk, 2019), Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON, <https://www.pfron.org.pl>)³³, PZSN START, lokalne stowarzyszenia i państwowe firmy Lotto i Orlen, dbające o medialny wizerunek parasportowców. Ambitny i społecznie wrażliwy program #WeThe15 ma globalnie zmienić oblicze ludzi z niepełnosprawnościami, wspieranych przez międzynarodowe organizacje i światowe koncerty. Jest próbą tworzenia nowej mitologii (Barthes, 2000), narracji czy też – bardziej socjologicznie – pozytywnie ukierunkowanego paradygmatu kulturowego (Byra, 2019) o humanistyczno-społecznej proweniencji, opartego na kapitale osobowym, kulturowym i społecznym sportowców z niepełnosprawnościami (Masłyk, 2019; Pawłucki, 2022).

Bibliografia

Afeltowicz Łukasz, Wróblewski Michał (2021), *Socjologia pandemii. Wyłaniające się choroby zakaźne w perspektywie nauk społecznych*, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Albrecht Gary L., Seelman Katherine D., Bury Michael (red.) (2001), *Handbook of disability studies*, Thousand Oaks: Sage Publications.

Alexander Bryan (2017), *The new digital storytelling. Creating narratives with new media*, Santa Barbara–Denver: Praeger.

Banio Adrianna (red.) (2021), *Letnie igrzyska olimpijskie Tokyo 2020 w obliczu pandemii COVID-19*, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

Banks Marcus (2013), *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, przeł. Paweł Tomanek, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Barthes Roland (2008), *Mitologie*, przeł. Adam Dziadek, Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.

Bauman Zygmunt, Leoncini Thomas (2018), *Płynne pokolenie*, przeł. Szymon Żuchowski, Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.

Beck Ulrich (2004), *Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, przeł. Stanisław Cieśla, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

33 Ze środków PFRON w 2014 r. zaczęto wydawać czasopismo „Sport Paraolimpijski”.

Belzyt Joanna I., Doroszuk Joanna, Tersa Karolina (2021), *Życie z niepełnosprawnością w globalnym kryzysie. Rok pandemii COVID-19 w doświadczeniach osób z niepełnosprawnością sensoryczną i ich rodzin*, Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Bieganowska Anna (2015), *Przekaz medialny w modyfikowaniu postaw studentów pedagogiki wobec niepełnosprawności*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Biela Adrian, Hebda Joanna (2015), *(Nie)pełnosprawni sport a media*, [w:] Katarzyna Kopecka-Piech (red.), *Innowacyjność pomysłów kreatywnych. Media a sport*, Wrocław: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, s. 221–246.

Bourdieu Pierre (2022), *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*, przeł. Piotr Biłos, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Bush Anthony, Silk Michael, Porter Jill, Howe David P. (2013), *Disability [sport] and discourse: stories within the Paralympic legacy*, „Reflective Practice”, vol. 14(5), s. 632–647, <https://doi.org/10.1080/14623943.2013.835721>

Byra Stanisława (2019), *Niepełnosprawność ruchowa w paradygmacie pozytywnie ukierunkowanym*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

CBOS (2016), *Podsumowanie letnich igrzysk olimpijskich w Rio de Janeiro*, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_125_16.PDF (dostęp: 1.05.2023).

Cierpiałowska Tamara (2019), *Poza granice niepełnosprawności. Transgresja: uwarunkowania – mechanizmy – efekty w (re)konstrukcjach autobiograficznych osób bez barier*, Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.

Daszkiewicz Magdalena (2019), *Kampanie społeczne o tematyce zdrowotnej – analiza treści i form przekazów komunikacyjnych*, [w:] Wioletta Nowak, Katarzyna Szalonka (red.), *Zdrowie i style życia. Wyzwania ekonomiczne i społeczne*, Wrocław: Uniwersytet Wrocławski, s. 269–297.

Doliński Wojciech (2020), *Współczynnik humanistyczny Floriana Znanięckiego w nowych kontekstach doświadczeń autobiograficznych*, „Przegląd Socjologiczny”, t. 69, nr 2, s. 95–111, <https://doi.org/10.26485/PS/2020/69.2/5>

Dybowska Iwona (red.) (2017), *XV Letnie Igrzyska Paraolimpijskie Rio 2016*, Warszawa: Polski Komitet Paraolimpijski.

Dybowska Iwona, Zduńczyk Marlena (red.) (2017), *Dyscypliny paraolimpijskie*, Warszawa: Polski Komitet Paraolimpijski.

Dybowska Iwona, Zduńczyk Marlena (red.) (2019), *Sport paraolimpijski – nieograniczone możliwości: 21 lat Polskiego Komitetu Paraolimpijskiego*, Warszawa: Polski Komitet Paraolimpijski.

Dybowska Iwona, Zduńczyk Marlena (red.) (2020), *Droga do Tokio*, Warszawa: Polski Komitet Paraolimpijski.

Dybowska Iwona, Zduńczyk Marlena (red.) (2021a), *Tokio 2020. XVI letnie igrzyska paraolimpijskie*, Warszawa: Polski Komitet Paraolimpijski.

Dybowska Iwona, Zduńczyk Marlena (red.) (2021b), *Tokio. XVI letnie igrzyska paraolimpijskie*, Warszawa: Polski Komitet Paraolimpijski.

Dziubiński Zbigniew (2022), *Socjologia sportu i olimpizmu*, Warszawa: Akademia Wychowania Fizycznego, Salos RP.

Fog Klaus, Budtz Christian, Munch Philip, Blanchette Stephen (2010), *Storytelling: branding in practice*, Heidelberg: Springer Verlag.

French Liam, Le Clair Jill M. (2018), *Game Changer? Social Media, Representations of Disability and the Paralympic Games*, [w:] Ian Brittain, Aaron Beacon (red.), *The Palgrave Handbook of Paralympic Studies*, Cham: Palgrave Macmillan, s. 99–121, https://doi.org/10.1057/978-1-137-47901-3_6

Giddens Anthony (2002), *Nowoczesność i tożsamość. Ja i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. Alina Szulżycka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Grębowiec Jacek (2017), *Pragmatyka reklamy*, Kraków: TAIWPN Universitas.

Grix Jonathan, Lee Donna (2013), *Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction*, „Global Society”, vol. 27(4), s. 521–536, <https://doi.org/10.1080/13600826.2013.827632>

Hodges Caroline E., Jackson Daniel, Scullion Richard, Thompson Shelley, Molesworth Mike (2014), *Tracking changes in everyday experiences of disability and disability sport within the context of the 2012 London Paralympics*, Bournemouth: Bournemouth University, <https://microsites.bournemouth.ac.uk/cmc/files/2014/10/BU-2012-London-Paralympics.pdf> (dostęp: 1.05.2023).

Howe David P. (2011), *Cyborg and Supercrip: The Paralympics Technology and the (Dis)empowerment of Disabled Athletes*, „Sociology”, vol. 45(5), s. 868–882, <https://doi.org/10.1177/0038038511413421>

Howe David P. (2015), *The case of the Paralympic Games*, [w:] Richard Giulianotti (red.), *Routledge handbook of the sociology of sport*, London–New York: Routledge, s. 251–261.

Igrzyska Olimpijskie i Paraolimpijskie, „Biuletyn Informacyjny”, grudzień 2020, Warszawa: Ambasada Japonii w Polsce.

International Paralympic Committee (2019), *IPC Launches New Look: Change Starts with Sport*, <https://www.paralympic.org/news/ipc-launches-new-look-change-starts-sport> (dostęp: 1.05.2023).

IPC President Andrew Parsons' Beijing 2022 Opening Ceremony speech (2022), <https://www.paralympic.org/feature/ipc-president-andrew-parsons-beijing-2022-opening-ceremony-speech> (dostęp: 1.03.2023).

Jackson Daniel, Hodges Caroline E.M., Molesworth Mike, Scullion Richard (red.) (2014), *Reframing disability? Media, (Dis)empowerment, and voice in the 2012 Paralympics*, E-Pub: Taylor & Francis.

Jakubowska Honorata, Nosal Przemysław (red.) (2017), *Socjologia sportu*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Karkowska Magda (2016), *Konstruowanie biografii w popkulturze. Rozważania o tworzyw i kontekstach biografii sportowych*, [w:] Witold Jakubowski (red.), *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*, Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls, s. 307–319.

Kaźmierska Kaja (red.) (2012), *Metoda biograficzna w socjologii. Antologia tekstów*, Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.

Kim Kyoung T., Lee Soonhwan, Oh Eung S. (2018), *Athletes with disabilities in the Paralympic Games: A framing analysis of television news*, „Managing Sport and Leisure”, vol. 22(4), s. 255–275, <https://doi.org/10.1080/23750472.2018.1445976>

Kołodziej-Durnaś Agnieszka (red.) (2015), *Reklama społeczna: między społecznymi problemami a innowacjami*, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Humanistycznego Uniwersytetu Szczecińskiego Minerwa.

Koperski Łukasz (2018), *Niepełnosprawność w socjologii: stan obecny i perspektywy rozwoju*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Adama Mickiewicza.

Kubiński Grzegorz (2017), *Celebryta czy odmieniec. Figura paraolimpijczyka w narracji społecznej*, „Kultura Współczesna”, nr 1(94), s. 166–178, <https://doi.org/10.26112/kw.2017.94.14>

Lenartowicz Michał (2012), *Klasowe uwarunkowania sportu z perspektywy teoretycznej P. Bourdieu*, „Kultura i Społeczeństwo”, t. 56, nr 3, s. 51–74, <https://doi.org/10.2478/v10276-012-0023-3>

Lenartowicz Michał (2018), *Organizacja wielkich imprez sportowych jako element strategii soft power*, [w:] Zbigniew Dziubiński, Michał Lenartowicz (red.), *Kultura fizyczna a prestiż społeczny*, Warszawa: Akademia Wychowania Fizycznego, Salos RP, s. 36–43.

Léséleuc Eric de, Issanchou Damien (2016), *Sport and disability: Pistorius does not fit with the categories*, „International Review of Sociology”, vol. 3(26), s. 513–528, <https://doi.org/10.1080/03906701.2016.1223587>

Lis Daniel (2022), *Stulecie przeszkód. Polacy na igrzyskach*, Warszawa: Wydawnictwo Agora.

Łętowska Małgorzata, Surga Izabela (red.) (2014), *Sport paraolimpijski. Sochi.ru 2014*, Warszawa: Polski Związek Sportu Niepełnosprawnych Start.

Maison Dominika (2022), *Jakościowe metody badań społecznych – podejście aplikacyjne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Makowski Michał (2021), *Niewerbalna komunikacja w reklamie telewizyjnej. Zastosowanie i oddziaływanie*, Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.

Mansfield Stephen (2018), *Tokio: biografia*, przeł. Maria Moskał, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Martin Jeffrey J. (2017), *Supercrip identity*, [w:] Jeffrey J. Martin (red.), *Handbook of Disability Sport and Exercise Psychology*, New York: Oxford University Press, s. 139–148.

Masłyk Tomasz (2019), *Po pierwsze człowiek. Kapitał społeczny osób niepełnosprawnych w Polsce*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

McGillivray David, O'Donnell Hugh, McPherson Gayle, Misener Laura (2021), *Repurposing the (Super)Crip: Media Representations of Disability at the Rio 2016 Paralympic Games*, „Communication & Sport”, no. 9, issue 1, s. 3–32, <https://doi.org/10.1177/2167479519853496>

McRuer Robert (2006), *Crip Theory. Cultural Signs of Queerness and Disability*, New York: New York University Press.

Michaluk Tomasz, Pezdek Krzysztof, Sobiech Krzysztof (2013), *Igrzyska paraolimpijskie w kontekście integracji społecznej osób z niepełnosprawnością*, [w:] Jerzy Kosiewicz, Tomasz Michaluk, Krzysztof Pezdek (red.), *Sport w perspektywie nauk przyrodniczych i społecznych*, Wrocław: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, s. 278–285.

Mironiuk Alicja (2020), *Dziwoląg, superbohater, zwykły. Filmowe obrazy osób z niepełnosprawnością ruchową w perspektywie pedagogiki kultury popularnej*, Wrocław: Oficyna Wydawnicza Atut.

Molik Bartosz (2016), *Nie użalajmy się nad paraolimpijczykami*, „Gazeta Wyborcza”, 19 września, s. 20.

Niedbalski Jakub (2016), *Usytuowanie sportu w doświadczeniach osoby niepełnosprawnej – podejście narracyjno-biograficzne w badaniach procesu rehabilitacji społecznej*, [w:] Jerzy Kosiewicz, Elżbieta Małolepszy, Teresa Drozdek-Małolepsza (red.), *Filozoficzne i społeczne aspekty sportu i turystyki*, Częstochowa: Akademia Jana Długosza, s. 159–173.

Niedbalski Jakub (2017), *Zjawisko marginalizowania sportu osób niepełnosprawnych w wymiarze ekonomicznym, medialnym i społecznym*, [w:] Jakub Niedbalski, Mariola Raclaw, Dorota Żuchowska-Skiba (red.), *Oblicza niepełnosprawności w teorii i praktyce*, Łódź: Uniwersytet Łódzki, s. 41–59.

Niedbalski Jakub (2019), *Od rehabilitacji do sportu wyczynowego – budowanie etosu w sporcie osób z niepełnosprawnością*, [w:] Zbigniew Dziubiński, Natalia Organista (red.), *Kultura fizyczna a etos*, Warszawa: Akademia Wychowania Fizycznego, Salos RP, s. 138–147.

Niedbalski Jakub (2020), *The Role of Sport in the Process of Negotiating Identity: Dealing with the Stigma of Disability by People with Acquired Bodily Dysfunctions*, „Qualitative Sociology Review”, vol. 16(4), s. 180–197, <https://doi.org/10.18778/1733-8077.16.4.11>

Niedbalski Jakub (2021), *Wychowawcza rola aktywności fizycznej – analiza procesu socjalizacji osób z niepełnosprawnością w sporcie i przez sport*, [w:] Grzegorz Catek, Jakub Niedbalski, Mariola Raclaw, Dorota Żuchowska-Skiba (red.), *Zrozumieć niepełnosprawność. Problemy, badania, refleksje*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 111–130.

„Nie jesteśmy superbohaterami, nie ma w nas nic specjalnego”. Rusza kampania #WeThe15 [WIDEO] (2021), http://www.niepelnosprawni.pl/ledge/x/1843682;jsessionid=727DF22DB9071716117A6D9B69E733F7?site_id=702 (dostęp: 1.03.2023).

‘Nie mówcie o nas, że jesteśmy dzielnymi’. Paraolimpijczycy rozpoczynają igrzyska w Rio (b.r.), <http://wyborcza.pl/51,75399,20660336.html?i=0> (dostęp: 1.03.2023).

Nosal Przemysław (2015), *Trzy żywoty Oscara Pistoriusa*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. XI, nr 2, s. 150–165.

Nye Joseph S. Jr. (2005), *Soft power: The means to success in world politics*, New York: Public Affairs.

Pawłucki Andrzej (2022), *Pedagogika olimpijska. Homo physicus*, Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Penkowska Grażyna (red.) (2022), *Postcovidowa dominacja mediów*, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

Piątek Katarzyna (2015), *Kampanie społeczne jako narzędzia zmiany postaw wobec osób z niepełnosprawnością*, „Media i Społeczeństwo”, nr 5, s. 136–149.

Piechal Tomasz (2018), *XXIII Zimowe Igrzyska Olimpijskie PyeongChang 2018*, Warszawa: Polski Komitet Paraolimpijski.

Pietrewicz Oscar (2018), *Igrzyska w Korei Południowej a perspektywy rozwoju dialogu międzykoreańskiego*, https://pism.pl/publikacje/Igrzyska_w_Korei_Po_udniowej_a_perspektywy_rozwoju_dialogu_mi_dzykorea_skiego (dostęp: 1.05.2023).

Pietrewicz Oscar (2022), *Spór o Koreę*, Warszawa: Polski Instytut Spraw Międzynarodowych.

Piorunek Magdalena (red.) (2016), *Badania biograficzne i narracyjne w perspektywie interdyscyplinarnej: aplikacje, egzemplifikacje, dylematy metodologiczne*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza.

Przybylska Anna (2020), *Korzystanie z mediów*, [w:] Anna Giza, Małgorzata Sikorska (red.), *Współczesne społeczeństwo polskie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 313–355.

Przybyszewski Tomasz (2012), *Paraolimpiada nie dla polskiego widza*, <http://www.niepelnosprawni.pl/ledge/x/116774> (dostęp: 1.05.2023).

Pullen Emma, Jackson Daniel, Silk Michael, Scullion Richard (2018), *Re-presenting the Paralympics: (contested) philosophies, production practices and the hypervisibility of disability*, „Media, Culture & Society”, vol. 41(4), s. 465–481, <https://doi.org/10.1177/0163443718799399>

Pullen Emma, Jackson Daniel, Silk Michael, Howe David P., Silva Carla F. (2021), *Extraordinary Normalcy, Ableist Rehabilitation, and Sporting Ablenationalism: The Cultural (Re)Production of Paralympic Disability Narratives*, „Sociology of Sport Journal”, vol. 38(3), s. 209–217, <https://doi.org/10.1123/ssj.2020-0093>

Purdue David E., Howe David P. (2012a), *Empower, inspire, achieve:(dis)empowerment and the Paralympic Games*, „Disability & Society”, vol. 27(7), s. 903–916, <https://doi.org/10.1080/09687599.2012.695576>

Purdue David E., Howe David P. (2012b), *See the sport, not the disability: Exploring the Paralympic paradox*, „Qualitative Research in Sport, Exercise and Health”, vol. 4(2), s. 189–205, <https://doi.org/10.1080/2159676X.2012.685102>

Rose Gillian (2015), *Interpretacja materiałów wizualnych – krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, przeł. Ewa Klekot, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Rotkiewicz Maria (2016), *Symbole i maskotki olimpijskie*, Warszawa: Polski Komitet Olimpijski.

Ryan Marie-Laure, Thon Jan-Noël (red.) (2014), *Storyworlds across media: toward a media – conscious narratology*, London: University of Nebraska Press.

Rymarczyk Piotr (2011), *Kultura masowa i kultura fizyczna*, [w:] Zbigniew Dziubiński, Zbigniew Krawczyk (red.), *Socjologia kultury fizycznej*, Warszawa: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, s. 84–95.

Sahaj Tomasz (2012), *Sportowcy z dysfunkcjami kończyn (Bezręcy i beznodzy sportowcy)*, „Niepełnosprawność i Rehabilitacja”, nr 1, s. 105–120.

Sahaj Tomasz (2016a), *Aktywność fizyczna, (niepełno)sprawność i zdrowie w reklamach największych imprez sportowych świata*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 3, s. 35–57, <https://doi.org/10.35757/KiS.2016.60.3.3>

Sahaj Tomasz (2016b), *Ciało niepełne w przestrzeni publicznej. Zmiany i przekształcenia, społeczna (re)ewolucja*, „Niepełnosprawność i Rehabilitacja”, nr 2, s. 3–18.

Sahaj Tomasz (2016c), *Niepełnosprawni jako kreatorzy, odbiorcy i użytkownicy mediów*, [w:] Elżbieta Zakrzewska-Manterys, Jakub Niedbalski (red.), *Pasjonaci, kreatorzy, twórcy. Ludzie niepełnosprawni jako artyści, sportowcy, animatorzy mediów*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 109–158.

Sahaj Tomasz (2017a), *Igrzyska olimpijskie i paraolimpijskie Rio 2016 w przekazach medialnych*, „Niepełnosprawność i Rehabilitacja”, nr 1, s. 48–59.

Sahaj Tomasz (2017b), *Repozycjonowanie osób niepełnosprawnych w przekazach medialnych na przykładach wybranych kampanii społecznych*, „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Sociologica”, nr 60, s. 183–199, <https://doi.org/10.18778/0208-600X.60.12>

Sahaj Tomasz (2018), *Physical Activity, Disability and Health in Advertising Campaigns Associated with Major Sporting Events in the World*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. XIV, nr 3, s. 72–91, <https://doi.org/10.18778/1733-8069.14.3.05>

Sahaj Tomasz (2021), *Marginalizowane grupy społeczne w kontekście kultury fizycznej i sportu*, Poznań: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego.

Sahaj Tomasz (2022a), *Dwie akademie – tożsame idee. Koncepcje wychowania fizycznego Platona i Eugeniusza Piaseckiego w ujęciu historyczno-filozoficznym*, [w:] Izabela Wyszowska, Maciej Łuczak (red.), *Eugeniusz Piasecki w 150. rocznicę urodzin*, Poznań: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, s. 207–224.

Sahaj Tomasz (2022b), *Reklamy społeczne towarzyszące igrzyskom paraolimpijskim. Od super-bohatera do zwykłego człowieka*, „Człowiek – Niepełnosprawność – Społeczeństwo”, nr 1(55), s. 99–122.

Sahaj Tomasz (2022c), *Sposoby prezentacji dorosłych osób z zespołem Downa na przykładzie wybranych obrazów medialnych*, „Niepełnosprawność – Dyskursy Pedagogiki Specjalnej”, nr 47, s. 38–61.

Sahaj Tomasz (2023), *Zmiany kulturowego paradygmatu związanego z niepełnosprawnością*, „Niepełnosprawność i Rehabilitacja”, nr 1(89), s. 132–145.

Sajna Radosław (2019), *Sport i igrzyska olimpijskie w epoce globalności i multimedialności*, [w:] Radosław Sajna (red.), *Media, polityka i sport*, Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, s. 67–85.

Saxton Marsha (2018), *Hard bodies: exploring historical and cultural factors in disabled people's participation in exercise; applying critical disability theory*, „Sport and Society. Cultures, Commerce, Media, Politics”, vol. 1(21), s. 22–39, <https://doi.org/10.1080/17430437.2016.1225914>

Schausteck de Almeida Bárbara, Marchi Júnior Wanderley (2013), *The Brazilian Media and the Selection of Rio de Janeiro to Host the 2016 Olympic and Paralympic Games*, „Przegląd Socjologiczny”, vol. 62(3), s. 71–84.

Solves Josep, Pappous Athanasios, Rius Inmaculada, Kohe Goefrey Z. (2019), *Framing the Paralympic Games: A Mixed-Methods Analysis of Spanish Media Coverage of the Beijing 2008 and London 2012 Paralympic Games*, „Communication & Sport”, vol. 7(6), s. 729–751, <https://doi.org/10.1177/2167479518808237>

Sosnowska Joanna (2013), *Sportowcy i dziennikarze sportowi w telewizyjnych kampaniach społecznych*, [w:] Marta Jarosz, Piotr Drzewiecki, Paweł Płatek (red.), *Sport w mediach*, Warszawa: Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW, Dom Wydawniczy Elipsa, s. 464–477.

Stempień Jakub R. (2020), *The medical sociology and the sport sociology in Poland – the dissimilar twins*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica”, vol. 72, s. 115–129, <https://doi.org/10.18778/0208-600X.72.07>

Sulińska Anna (2020), *Olimpijki*, Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.

Szaj Robert (2011), *Zimowe sporty paraolimpijskie*, Warszawa: Polski Komitet Paraolimpijski, Oficyna Wydawnicza Aba.

Szaj Robert (2014), *Zimowe igrzyska paraolimpijskie Soczi 2014*, Elbląg: Robert Szaj Truszczyzny, Polska Fundacja Paraolimpijska.

Szaj Robert (2016a), *Letnie igrzyska paraolimpijskie Rio de Janeiro 2016*, Elbląg: Robert Szaj Truszczyzny, Polska Fundacja Paraolimpijska.

Szaj Robert (2016b), *Medaliści letnich igrzysk paraolimpijskich Rio de Janeiro 2016*, Elbląg: Robert Szaj Truszczyzny, Polska Fundacja Paraolimpijska.

Thomas Nigel, Smith Andy (2009), *Disability, Sport and Society. An Introduction*, London–New York: Taylor & Francis.

Toffoletti Kim (2018), *Sport, postfeminizm and women with disabilities: female paralympians on social media*, [w:] Kim Toffoletti, Holly Thorpe, Jessica Francombe-Webb (red.), *New Sporting Femininities: Embodied Politics in Postfeminist Times*, Cham: Palgrave MacMillan, s. 253–275.

Tomlinson Alan (1996), *Olympic spectacle: opening ceremonies and some paradoxes of globalization*, „Media, Culture and Society”, no. 18, s. 583–602, <https://doi.org/10.1177/016344396018004005>

Toyota (b.r.), *Start Your Impossible*, <https://www.toyota.pl/swiat-toyoty/start-your-impossible> (dostęp: 1.05.2023).

Toyota łączy sport i samochody w kreatywnej kampanii (2021), <https://nowymarketing.pl/a/33711,toyota-laczy-sport-i-samochody-w-kreatywnej-kampanii> (dostęp: 1.03.2023).

Turoń-Skrzypińska Agnieszka (2020), *Rola sportu w integracji społecznej osób z niepełnosprawnościami*, [w:] Marzenna Giedrońc (red.), *Niepełnosprawność w Polsce w wymiarze politycznym i społecznym. Analiza wybranych zagadnień*, Warszawa: Wydawnictwo Difin, s. 85–108.

Visibility of Disability: Answering the Call for Disability Inclusion in Media (2021), <https://www.nielsen.com/pl/insights/2021/visibility-of-disability-answering-the-call-for-disability-inclusion-in-media> (dostęp: 1.03.2023).

Williams Florence (2014), *Piersi. Historia naturalna i nienaturalna*, przeł. Tomasz Ulanowski, Warszawa: Wydawnictwo Agora.

Włodarek Jan, Ziółkowski Marek (red.) (1990), *Metoda biograficzna w socjologii*, Warszawa–Poznań: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Wong Alice (red.) (2020), *Disability Visibility: First-Person Stories from the Twenty-First Century*, New York: Knopf Doubleday Publishing Group.

World Health Organization (2020), *WHO and International Olympic Committee team up to improve health through sport*, <https://www.who.int/news/item/16-05-2020-who-and-international-olympic-committee-team-up-to-improve-health-through-sport> (dostęp: 1.03.2023).

Woźniak Wojciech (2015), *Od redaktora: Sport w dyskursie. Dyskurs sportu*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. XI, nr 2, s. 6–14.

Zakrzewska-Manterys Elżbieta, Niedbalski Jakub (red.) (2016), *Samodzielni, zaradni, niezależni*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Znaniński Florian (2001), *Socjologia wychowania*, t. 2, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Zowisło Maria (2007), *Sport jako sztuka. Wokół postmodernistycznej estetyzacji sportu*, „Edukacja Filozoficzna”, nr 44, s. 27–39.

Żyłowska Karolina (2022), *Osoby z niepełnosprawnościami w reklamach i kampaniach społecznych. Jak zrobić to dobrze?*, <https://socialpress.pl/2022/07/osoby-z-niepelnosprawnościami-w-reklamach-i-kampaniach-spoecznych-jak-zrobic-to-dobrze> (dostęp: 1.05.2023).

Žižek Slavoj (2020), *Pandemia! COVID-19 trzęsie światem*, przeł. Jowita Maksymowicz-Hemann, Warszawa: Wydawnictwo Relacja.

Žižek Slavoj (2021), *Pandemia!2: kronika straconego czasu*, przeł. Jowita Maksymowicz-Hemann, Warszawa: Wydawnictwo Relacja.

Cytowanie

Tomasz Sahaj (2023), *Sposoby narracji i budowania wizerunku sportowców z niepełnosprawnościami podczas igrzysk paraolimpijskich. Od Londynu 2012 do Pekinu 2022*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. XIX, nr 3, s. 34–61.
<https://doi.org/10.18778/1733-8069.19.3.03>

Ways to Narrate and Build the Image of Athletes with Disabilities During the Paralympic Games: From London 2012 to Beijing 2022

Abstract: The aim of the article is to discuss the narratives accompanying the Paralympic Games as well as ways of building the image of disabled athletes who participate in those Games. The article analyzed the content of socially-engaged media campaigns together with commercial advertisements broadcast in the context of the Games and the speeches of the officials presented during the opening ceremony. The Paralympic Games held in 2012–2022, starting with the London 2012 Summer Games, with particular emphasis on Asia (2020/2021 Summer Games and Beijing 2022 Winter Games) have been taken into account. Important elements affecting the change of modern social reality and the increase in uncertainty and threat related to these changes were taken into consideration, namely the COVID-19 pandemic and the Russian-Ukrainian war. The results of the research indicate the evolution of narration in the discourse on disability and the departure from the image of disabled athletes presented as “heroes” and focusing on their existential, human, and social dimension. Research is located within disability studies and sport studies.

Keywords: paralympic games, disability, advertising, sport