

Sport osób z niepełnosprawnościami ma potencjał, którego nikt nie wykorzystuje

Kategoria: Edukacja, Kultura i Sport

Opublikowano: czwartek, 21, maj 2026 09:21

Tomasz Smaś

Odsłony: 62

Choć polscy zawodnicy regularnie odnoszą sukcesy na arenie międzynarodowej, sport osób z niepełnosprawnościami nadal zmagają się z brakiem odpowiedniego finansowania, ograniczonym wsparciem instytucjonalnym i niewielką obecnością w mediach. Sportowcy i działacze apelują o większe zainteresowanie sponsorów oraz mediów, podkreślając niewykorzystany potencjał marketingowy i społeczny tego sportu.

– Sport osób z niepełnosprawnościami w Polsce jest na etapie raczkującym. Niestety nie możemy stwierdzić, że jest to ten sam poziom, co w przypadku osób sprawnych – zarówno pod kątem finansowym, wsparcia instytucjonalnego, jak i zaplecza medialnego. Jest jeszcze bardzo wiele do zrobienia w tym zakresie, aby można było mówić o jakimkolwiek równouprawnieniu – mówi Aleksandra Kogut, kierowniczka działu sportów ekstremalnych w Fundacji Avalon.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego liczba zawodników z niepełnosprawnościami, posiadających licencje polskich związków sportowych, w 2024 roku wyniosła 3044, z czego 74,6 proc. to mężczyźni. To 0,4 proc. ogólnej liczby zawodników wynoszącej 850,1 tys. osób. Polski Komitet Paralimpijski wskazuje ponad 115 klubów i stowarzyszeń, w których osoby z niepełnosprawnościami mogą uprawiać sport. Pięćdziesiąt zrzesza Polski Związek Sportu Niepełnosprawnych START.

Na ostatnich letnich igrzyskach paralimpijskich Polskę reprezentowało 84 sportowców, którzy zdobyli 23 medale, co dało im 16. miejsce w klasyfikacji medalowej. W zimowych igrzyskach wzięło udział dziewięcioro Polaków, którzy przywieźli dwa medale. W sporcie osób pełnosprawnych te dane przedstawiały się następująco: na letnie igrzyska pojechało 210 osób, które zdobyły 10 medali, zajmując tym samym 42. miejsce; na zimowych reprezentacja liczyła 61 zawodników, a ich dorobek medalowy wynosił cztery krążki.

Środowisko często zwraca uwagę, że choć profesjonalizacja sportu osób z niepełnosprawnościami postępuje, to realia, w jakich odbywają się treningi i sama rywalizacja, trudno porównywać ze sportem osób pełnosprawnych.

– Spójrzmy na to, co jest w sporcie osób pełnosprawnych i zastanówmy się, dlaczego tutaj nie jest tak samo i co moglibyśmy przenieść do naszego świata. Potrzeby są bardzo podobne, niekiedy nawet większe – zauważa Sylwester Wilk, sportowiec z niepełnosprawnością, ambasador Fundacji Avalon. – Zaczęłbym przede wszystkim od zaplecza: fizjoterapia, rehabilitacja, trenerzy, psychologowie sportowi. O tych ostatnich mówi się coraz częściej, ale jest to niedoceniany element kariery sportowca. Ważne też, żeby było coraz więcej firm sponsorujących sportowców i żeby w ten sposób pomagały w promocji ich sportu.

To właśnie finanse są głównym hamulcem. Ani systemowe wsparcie, ani nawet znalezienie sponsora nie zaspokajają wszystkich potrzeb.

– Sportowcom trudno jest w pełni sfinansować swoje codzienne życie z różnego rodzaju współprac sponsorujących, natomiast można wokół tego stworzyć także szeroką przestrzeń, np. prowadzenie treningów, szkółek sportowych, występowanie w reklamach, i w tej formie budować swoją karierę – zwraca uwagę Aleksandra Kogut.

– W dalszym ciągu sportowcy na własną rękę muszą się odzywać do firm i szukać, wręcz prosić się o to, żeby któraś wsparła ich karierę. Chciałbym zachęcić wszystkie firmy do tego, żeby wchodzić w takie współprace. Dla dużych firm to nie są wielkie koszty, a dla danego sportowca to jest ogromna zmiana –

Sport osób z niepełnosprawnościami ma potencjał, którego nikt nie wykorzystuje

Kategoria: Edukacja, Kultura i Sport

Opublikowano: czwartek, 21, maj 2026 09:21

Tomasz Smaś

Odśloni: 62

apeluje Sylwester Wilk. – *Jeśli dana firma podejmie się współpracy ze sportowcem z niepełnosprawnościami, to wspiera wtedy rozwój całego sportu i pokazuje, że jest on tak samo ważny, a ci ludzie mają za sobą superhistorię i warto ich wspierać.*

Jak zauważa, sponsor może z takiej współpracy czerpać duże korzyści wizerunkowe. Podobnego zdania jest Aleksandra Kogut.

– *Szczęśliwie marki i sponsorzy coraz chętniej inwestują w sport osób z niepełnosprawnościami. Widzą, że wartości, które sportowcy mogą dać, są unikatowe. Pokazanie pasji, nieustępliwości, chęci walki i zdrowej rywalizacji to na pewno bardzo pożądane wartości w mediach i w ogóle w sporcie. Nie chodzi tylko o wartości CSR-owe, czyli „ogrzanie się” przy wizerunku takiego sportowca, ale także o wartości sprzedażowe, bo jest to realna forma marketingu – tłumaczy przedstawicielka Fundacji Avalon.*

Zachętą do nawiązywania współpracy ze strony sponsorów byłoby większe pokazywanie tego sportu w mediach na szeroką skalę. Igrzyska paralimpijskie w Paryżu transmitowało 165 kanałów telewizyjnych na świecie. Sprzedano 2,5 mln biletów (na igrzyska olimpijskie 9,5 mln).

– *Jest jeszcze wiele do zrobienia w kwestii zmieniania świadomości, promowania sportu, żeby było go więcej w telewizji i innych mediach, aby sportowcom było łatwiej się z niego utrzymać – mówi Sylwester Wilk.*

To, jak profesjonalne zarządzanie wizerunkiem może się przełożyć na popularność danej dyscypliny, widać na przykładzie amp futbolu (piłka nożna rozgrywana wśród zawodników po jednostronnej amputacji kończyny dolnej). Z analizy przeprowadzonej przez Bartosza Dłubałę i opublikowanej na łamach „Miscellanea Anthropologica et Sociologica” wynika, że dzięki świadomym działaniom marketingowym Polskiego Związku Amp Futbolu i wykorzystaniu social mediów dyscyplina miała szansę zaistnieć w świadomości społecznej. W ostatnich latach mecze męskiej reprezentacji Polski były transmitowane na ogólnodostępnym kanale TVP Sport, a spotkania ligowe – w telewizjach regionalnych. Bartosz Dłubała zwraca uwagę, że niektóre rolki na fanpage’u Amp Futbol Polska mają wielokrotnie więcej odsłon, niż wynosi liczba osób obserwujących profil. Mimo że amp futbol jest bardziej „medialny” niż inne dyscypliny uprawiane przez osoby z niepełnosprawnościami, wciąż pozostaje niszowy.

– *Staramy się cały czas promować ten sport i robimy wszystko, żeby być widocznymi. Fundacja Avalon prężnie działa w tym kierunku, tak samo jak komitety, związki i kadra amp futbolowa czy chociażby ja w mediach – mówi sportowiec.*

Źródło: Newseria