

Denys Savchenko

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

ORCID 0009-0009-2910-7331

Postrzeganie relacji z dziennikarzami przez paraolimpijczyków z Polski i Ukrainy oraz ocena przez nich własnego obrazu medialnego – na podstawie pogłębionych wywiadów indywidualnych

Perceptions of relationships with journalists among Paralympians from Poland and Ukraine and their assessment of their own media image — based on in-depth individual interviews

Abstract

This article presents the findings of a study on the relationships of Paralympians from Poland and Ukraine with journalists and their assessments of their own media image. The analysis is based on six semi-structured in-depth interviews. The research identified recurring narrative patterns in which athletes with disabilities are portrayed mainly as “superheroes” or “victims,” leading to the marginalization of the sporting dimension of their achievements. Respondents highlighted the limited and seasonal media interest in Paralympians, the lack of journalistic reliability, and the frequent use of stereotypical expressions. At the same time, they formulated recommendations for more accurate language and a systematic approach to reporting on disability sport. Although pilot in nature, the study provides important insights into media representations of Paralympians and indicates the need for further research in this area.

Keywords

disability, athletes with disabilities, Paralympic Games, media

Abstrakt

Artykuł prezentuje wyniki badań nad relacjami paraolimpijczyków z Polski i Ukrainy z dziennikarzami oraz ich oceną własnego obrazu medialnego. Podstawą analiz było sześć częściowo ustrukturyzowanych wywiadów pogłębionych. Badanie pozwoliło zidentyfikować powtarzalne schematy narracyjne, w których sportowcy z niepełnosprawnością są przedstawiani głównie jako „superbohaterowie” lub „ofiarę”, co prowadzi do marginalizacji sportowego wymiaru ich osiągnięć. Respondenci zwracali uwagę na niewielkie i sezonowe zainteresowanie mediów paraolimpijczykami, brak rzetelności dziennikarskiej oraz nadużywanie stereotypowych określeń. Jednocześnie sformułowali rekomendacje dotyczące rzetelniejszego języka i systematycznego podejścia do relacjonowania sportu osób z niepełnosprawnością. Badanie, mimo pilotażowego charakteru, wnosi istotne wnioski do medioznawczych analiz wizerunku paraolimpijczyków i wskazuje na potrzebę dalszych badań w tym obszarze.

Słowa kluczowe

niepełnosprawność, sportowcy z niepełnosprawnością, Igrzyska Paraolimpijskie, media

Wstęp

Współczesne media odgrywają jedną z kluczowych ról w kształtowaniu społecznych wyobrażeń i norm kulturowych w odniesieniu do osób z niepełnosprawnością. Brak reprezentacji w mediach życia takich osób ma negatywny wpływ na ich sytuację i postrzeganie w przestrzeni publicznej. Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest dyskryminacja i marginalizacja tej grupy w społeczeństwie (Szwonder, 2021).

Jednym z aspektów problemu reprezentacji osób z niepełnosprawnością w mediach są relacje medialne na temat paraolimpijczyków. W dzisiejszych czasach nie można sobie wyobrazić, aby najpopularniejsze wydarzenia sportowe na świecie nie były relacjonowane przez media (Sahaj, 2016). Obecność w mediach jest kluczowym czynnikiem kształtującym rozpoznawalność sportowców, co bezpośrednio przekłada się na ich atrakcyjność dla sponsorów i dostęp do źródeł finansowania (Burns, 2024). Paraolimpijczycy, podobnie jak pełnosprawni sportowcy, również oczekują systematycznych i rzetelnych relacji medialnych na swój temat. Sposób, w jaki media przedstawiają sportowców z niepełnosprawnością, wpływa nie tylko na opinię publiczną, ale również na poczucie tożsamości i przynależności samych paraolimpijczyków (Goggin & Newell, 2000; Niedbalski, 2015; Page, Daly, Anderson & Thraves, 2024).

Tymczasem prezentacja tej grupy sportowców w mediach odbiega od relacji na temat sportowców bez niepełnosprawności. Zwracają na to uwagę badacze, którzy w ostatnich latach wykazują rosnące zainteresowanie analizą przekazu medialnego na temat sportu paraolimpijskiego (Holland & Haegele, 2024; Page, Daly, Anderson & Thraves, 2024; Pullen, Mora & Silk, 2023; Trevisan, 2024). Wiele ich analiz ujawnia obecność stereotypowych obrazów sportowców paraolimpijskich w mediach (Sahaj, 2016, 2023; Niedbalski, 2015; Kułynych & Lazurenko, 2021). Liczne badania pokazują, że paraolimpijczycy najczęściej są ukazywani przez dziennikarzy za pomocą dwóch dominujących narracji: jako „superbohaterowie” pokonujący przeciwników oraz własną niepełnosprawność, lub jako „ofiary” zasługujące na współczucie (Barnes, 1992; Howe & Silva, 2017). Zwraca się też uwagę na zjawisko przedstawiania paraolimpijczyków w mediach przede wszystkim przez pryzmat ich niepełnosprawności. W tym kontekście Kuczkowska (2015) postawiła bardzo trafne pytanie: „Czy jest (...) możliwe zaznajomić odbiorców ze sportem osób z niepełnosprawnością bez ekspozowania niepełnosprawności?”.

Badacze odnotowują jednak pojawianie się w mediach pojedynczych prób zwalczania tego rodzaju stereotypów. Jednym z takich przykładów jest niedawna kampania Channel 4, która miała na celu zmianę medialnej narracji na temat paraolimpijczyków na bardziej realistyczną. Cel ten zrealizowano poprzez pokazanie przedstawicieli tej zbiorowości jako zwykłych sportowców, a nie osób „pokonujących” swoją niepełnosprawność (Webster, 2024).

Kolejnym istotnym aspektem analiz przekazu medialnego na temat sportu paraolimpijskiego jest jego widoczność w mediach oraz związany z tym problem sezonowości medialnych relacji (Przybyszewski, 2012; Pullen, Jackson & Silk, 2021). W tym kontekście Brittain trafnie zauważył, że „Igrzyska Paraolimpijskie są często jedynym momentem, w którym sport osób z niepełnosprawnością jest w jakikolwiek sposób nagłośniony w mediach krajowych na całym świecie” (2017, s. 244).

Zdarza się, że również sami paraolimpijczycy komentują swój medialny wizerunek. Oceniają go raczej krytycznie, dostrzegając w nim podobne stereotypy jak medioznawcy, oraz postulując właściwe sposoby budowania tego obrazu – zarówno w wywiadach dziennikarskich (Kanał Sportowy, 2024; 5.ua, 2016), jak i w kampaniach społecznych (Channel 4, 2021). Takie opinie są ważne, ponieważ ukazują samopercepcję paraolimpijczyków oraz ich subiektywne doświadczenia i poglądy związane z postrzeganiem przez nich swego obrazu medialnego, a także oczekiwania w tym zakresie. Jednakże w polskim medioznawstwie brakuje badań nad tą problematyką, co stanowi istotną lukę w wiedzy.

Niniejszy artykuł ma na celu częściowe wypełnienie tej luki. Przedstawia on analizę indywidualnych wywiadów pogłębionych z paraolimpijczykami z Polski i Ukrainy, których tematem jest właśnie ocena własnego obrazu medialnego tej społeczności. Badanie zostało zrealizowane w oparciu o jakościową analizę tych wywiadów.

Przedmiotem przeprowadzonych badań były osoby mające doświadczenie udziału w Igrzyskach Paraolimpijskich (ewentualnie w innych formach rywalizacji sportowej osób z niepełnosprawnością), a zarazem mające doświadczenie współpracy z dziennikarzami. Celem badań było zbadanie opinii paraolimpijczyków na temat ich relacji z dziennikarzami, a także poznanie, jak oceniają oni przekaz medialny na swój temat – czy na przykład dostrzegają w nim stereotypy, a jeśli tak, to jakie?

Zrealizowane badania nabierają dodatkowej aktualności w kontekście wojny w Ukrainie i związanego z tym problemu rosnącej liczby weteranów wojennych, którzy doświadczają niepełnosprawności i stają się nową grupą uczestników życia sportowego i medialnego. Sport może pełnić względem nich funkcję nie tylko rehabilitacyjną, lecz również społeczną i komunikacyjną – a jego rozwój w dużej mierze zależy od pracy dziennikarzy sportowych. Jest to również dla nich nowa sytuacja, ponieważ wojenne doświadczenia odróżniają ukraińskich sportowców od innych paraolimpijczyków, co sprawia, że mogą pojawić się nowe problemy w komunikacji między sportowcami a dziennikarzami. Dlatego ważne jest podejmowanie badań medioznawczych dotyczących relacji z mediami tej właśnie grupy.

Badanie zostało przeprowadzone na niewielkiej grupie respondentów (6 osób). Można uznać je za pilotażowe; wobec tego jeszcze jednym jego celem było przetestowanie narzędzia badawczego (kwestionariusz wywiadów pogłębionych) do badania opinii sportowców paraolimpijskich na temat ich relacji z dziennikarzami oraz

ich stosunku do narracji medialnych na temat tego rodzaju sportu. Autor planuje w przyszłości przeprowadzić badania na większą skalę (w ramach przygotowania rozprawy doktorskiej).

Metodologia badawcza

Celem badań było poznanie opinii paraolimpijczyków na temat ich relacji z dziennikarzami oraz uzyskanie ich ocen dotyczących własnego obrazu medialnego. Najbardziej właściwą metodą w tym przypadku było zastosowanie wywiadu pogłębionego. Ta metoda pozwala dotrzeć do subiektywnych doświadczeń, motywacji i przekonań badanych.¹

W metodologii badań nauk społecznych wyróżnia się kilka rodzajów wywiadów, które dobiera się w zależności od celów badawczych. Różnią się one takimi cechami, jak charakter udziału badacza w interakcji z respondentem, liczba uczestników (Sztumski, 1995), stopień standaryzacji i sposób pozyskiwania danych (Żelazo, 2013, s. 223)

Badanie zrealizowano z wykorzystaniem częściowo ustrukturyzowanych wywiadów pogłębionych. Uzasadnieniem wyboru tej metody było dążenie do uzyskania pogłębionych informacji dotyczących przedstawicieli konkretnej grupy osób (Johnson, 2022) – w tym przypadku sportowców z niepełnosprawnością. Indywidualne wywiady pogłębione mogą przybierać różne formy, w zależności od stylu prowadzenia rozmowy: mogą być ustrukturyzowane, częściowo ustrukturyzowane lub nieustrukturyzowane. W niniejszym badaniu zastosowano formę częściowo ustrukturyzowanego wywiadu – stworzono listę pytań, których kolejność w trakcie rozmowy mogła być modyfikowana. Ponadto wzięto pod uwagę, że częściowo ustrukturyzowany wywiad pozwala zachować porównywalność i ujednolicić uzyskane dane odnoszące się do tego samego tematu (Sztumski, 1995).

Poniżej przedstawiono sposób doboru uczestników, charakterystykę badanej grupy oraz pytania badawcze, które znalazły odzwierciedlenie w strukturze scenariusza wywiadu.

Prośby o wywiady zostały wysłane do dziesięciu paraolimpijczyków, którzy zarazem są osobami medialnymi, posiadającymi doświadczenie współpracy z dziennikarzami i w udzielaniu im wywiadów. Pozytywne odpowiedzi otrzymano od sześciu z nich – trzech z Polski i trzech z Ukrainy. To niewielka próba, jednak wystarczająca w badaniach jakościowych; w literaturze przedmiotu zaleca się, by wynosiła ona od 6 do 100 respondentów (Szymańska & Köhler, 2018).

¹ Alternatywną metodą badania opinii paraolimpijczyków na temat ich obrazu medialnego mogłaby być analiza treści ich wypowiedzi zawartych w źródłach zastanych. Niemniej jednak autor zdecydował się na zastosowanie metody wywiadu pogłębionego.

W skład próby badawczej weszło więc:

- 4 respondentów, którzy uczestniczyli w co najmniej 2 Igrzyskach Paraolimpijskich;
- 1 respondent, który uczestniczył w jednych Igrzyskach Paraolimpijskich;
- 1 zawodnik reprezentacji Ukrainy w AMP Futbol².

Pytania badawcze zostały skonstruowane przy uwzględnieniu aktualnej literatury przedmiotu: podjęto w nich kwestie etyczności, selektywności i szablonowości przekazu medialnego na temat sportowców z niepełnosprawnością (takie jak: typowe narracje, błędy w komunikacji, używane przez dziennikarzy określenia i stereotypy). Ponadto podjęto kwestie oceny przez sportowców ich relacji z mediami (takie jak ocena częstotliwości kontaktów i przygotowania dziennikarzy). Pytania podzielono na cztery bloki tematyczne.

Blok I. Doświadczenie paraolimpijczyków w zakresie współpracy z mediami:

- Ocena częstotliwości udzielania wywiadów,
- Rodzaj mediów podejmujących temat sportu paraolimpijskiego według sportowców,
- Ocena jakości przygotowania dziennikarzy,
- Zakres (ilościowy) wykorzystania wypowiedzi sportowców w publikacjach (np. procentowa część całej rozmowy),
- Ogólne tematy rozmów i rodzaje pytań stawianych sportowcom.

Blok II. Ocena przez paraolimpijczyków narracji medialnych na ich temat (język dziennikarski, stereotypy):

- Użycie niezgodnych z etyką dziennikarską definicji dotyczących osób z niepełnosprawnością,
- Najczęściej wykorzystywane terminy dotyczące niepełnosprawności,
- Stereotypy w przekazach medialnych dostrzeżone przez sportowców.

Blok III. Oceny i rekomendacje sportowców:

- Oceny sportowców dotyczące osobistego kontaktu z dziennikarzami (postawy, przygotowanie, sposób prowadzenia rozmowy),
- Czynniki wpływające na zainteresowanie mediów sportowcami z niepełnosprawnością według badanych,

² AMP Futbol w ostatnich latach rozwija się aktywnie, ale nadal nie jest obecny na Igrzyskach Paraolimpijskich. W szczególności 8 klubów uczestniczy w rozgrywkach polskiej Ekstraklasy. Natomiast Ukraina nie ma własnych mistrzostw paraolimpijskich. Poza tym, ukraińska drużyna Pokrova Lwów bierze udział w polskiej Ekstraklasie. W tym kontekście drużyna Pokrova Lwów, złożona w 80% z byłych wojskowych po amputacjach w wyniku działań wojennych, rywalizująca w polskiej Ekstraklasie, staje się szczególnym przykładem integracji sportowej i transnarodowej współpracy (AMP Futbol Polska, 2024).

- Wskazówki i rekomendacje dla dziennikarzy – sugestie sportowców dotyczące języka, narracji i sposobu prezentacji w mediach.

W badaniu zastosowano częściowo ustrukturyzowany scenariusz, obejmujący 13 pytań, które pozwalały na eksplorację przedstawionych wyżej kluczowych tematów badania, takich jak: obserwacje sportowców na temat kontaktów z mediami, ocena przygotowania dziennikarzy, ocena narracji medialnych pod kątem błędów, używanych określeń i stereotypów. W trakcie wywiadów pojawiły się dodatkowe pytania o charakterze wyjaśniającym i precyzującym – co wynika z częściowo ustrukturyzowanej formy badania. Nie miały one jednak wpływu na podstawową strukturę scenariusza.

Wywiady zostały zanonimizowane. Respondentom z Polski przypisano numery porządkowe od 1 do 3, a respondentom z Ukrainy od 4 do 6. Wywiady zostały przeprowadzone w trybie zdalnym przez platformę Zoom w okresie od 21 lutego do 25 kwietnia 2022 roku:

1. Wywiad z respondentem nr 5 – 21.02.2022
2. Wywiad z respondentem nr 4 – 27.03.2022
3. Wywiad z respondentem nr 1 – 27.03.2022
4. Wywiad z respondentem nr 6 – 17.04.2022
5. Wywiad z respondentem nr 3 – 22.04.2022
6. Wywiad z respondentem nr 2 – 25.04.2022

Wywiady są przechowywane w archiwum autora. Cytaty pochodzą z przeprowadzonych rozmów ze sportowcami.

Analiza wywiadów sportowców z niepełnosprawnością

W wyniku analizy wypowiedzi badanych paraolimpijczyków metodą kodowania tematycznego wyodrębniono cztery główne kategorie tematyczne, odpowiadające pytaniom badawczym. Zostaną one przedstawione w kolejnych częściach rozdziału.

W artykule przedstawiono jedynie fragment wyników badania, pomijając m.in. kwestie szczegółowych cech i okoliczności relacji respondentów z mediami.

1. Sezonowe zainteresowanie mediów sportem paraolimpijskim

Wszyscy badani zauważyli, że ich obecność w mediach wzrasta jedynie w okresie Igrzysk Paraolimpijskich. Poza tym czasem zainteresowanie mediów sportem paraolimpijskim jest minimalne – pozostaje on w cieniu innych dyscyplin. Świadczą o tym następujące cytaty z wywiadu:

Cytat 1 (Polska): „Jeżeli są ważne wydarzenia sportowe, na przykład Igrzyska Paraolimpijskie, to oczywiście, często udzielam wywiadów. Jest diametralna zmiana. W roku Igrzysk, gdzieś ze 24 wywiady. A jeżeli rok bez Igrzysk, to z 10 wywiadów” (Respondent 2).

Cytat 2 (Ukraina): „Nierzadko udzielam wywiadów. Głównie przed Igrzyskami Paraolimpijskimi i podczas Igrzysk, bo komentujemy nasze wyniki po finiszu. Około 10 wywiadów rocznie podczas Igrzysk Paraolimpijskich. A jak nie ma Igrzysk, to nie ma wywiadów” (Respondent 4).

Komentarz: Zjawisko to pojawia się we wszystkich relacjach i wskazuje na instrumentalne traktowanie sportu osób z niepełnosprawnością – jako sezonowego tematu medialnego (Pullen, Jackson & Silk, 2021). Tendencja ta jest przy tym bardziej charakterystyczna dla mediów ukraińskich.

2. Obecność stereotypów

Analiza wypowiedzi ujawniła, że badani dostrzegają w przekazie medialnym na swój temat obecność dwóch stereotypowych narracji o osobach z niepełnosprawnością opisywanych przez Colina Barnes (1992):

- osoba z niepełnosprawnością jest superbohaterem;
- osoba z niepełnosprawnością jest obiektem współczucia;

Dowodzą tego poniższe cytaty:

Cytat 3 (Polska): „Jedynie, co mnie osobiście razi: kiedy skupiają się bardziej na niepełnosprawności, a nie na sporcie. Często mówią: ‘Wow, jest osobą niepełnosprawną, samotną matką’. No ja akurat jestem samotną matką. Bardzo nie lubię, jak większość skupia się na niepełnosprawności i jest tylko jedna wzmianka o sukcesie sportowym albo podsumowaniu sportowym. Przede wszystkim, jestem sportowcem, a nie osobą niepełnosprawną” (Respondent 1).

Cytat 4 (Ukraina): „Media potrzebują, żeby czytelnik był zainteresowany. Czym? Tylko problemami osobistymi. Kto wie, ile mam medali? W zasadzie wszyscy wiedzą, że nie mam rodziców, że wychowałam się w strasznych warunkach i że już jestem taka dobra” (Respondent 4).

Komentarz: Te narracje są obecne w wypowiedziach sportowców zarówno z Polski, jak i Ukrainy. Respondenci wskazują, że media często eksponują ich trudne historie życiowe, utratę zdrowia, dzieciństwo, samotność – pomijając sportowy aspekt ich życia (por. Niedbalski, 2015; Sahaj, 2023; Holland & Haeghele, 2024; Rees, 2017).

3. Słabe przygotowanie dziennikarzy i błędy faktograficzne

Respondenci zwracali uwagę na brak rzetelności dziennikarskiej – nieznamość dyscyplin sportowych, nieprawidłowe przedstawianie faktów, a także powierzchowność stawianych pytań.

Cytat 5 (Polska): „Miałam wywiad przez telefon i pan, który robił wywiad napisał w gazecie, że nie mam jednej nogi, a nie, że jeżdżę na wózku” (Respondent 1).

Cytat 6 (Ukraina): „Kiedy udzieliłem pierwszego wywiadu na uniwersytecie, różne media zaczęły rozpowszechniać ten artykuł, zmieniając fakty dotyczące mnie oraz autora artykułu. Doszło nawet do tego, że moja niepełnosprawność nie była od urodzenia, tylko po wypadku” (Respondent 5).

4. Oczekiwania sportowców wobec mediów oraz ich rekomendacje dla dziennikarzy

Badani sportowcy wyrazili w swoich wypowiedziach oczekiwanie od dziennikarzy profesjonalnego podejścia do tematu sportu paraolimpijskiego, równego traktowania ich względem sportowców pełnosprawnych oraz skupienia się na ich dokonaniach sportowych, a nie prywatnych traumach. Jednoznacznie odrzucili również narrację heroizacji sportowców z niepełnosprawnością.

Cytat 7 (Polska): „Na pewno nie pisać o nas jako o bohaterach ... To wcale tak nie jest. Jesteśmy normalnymi ludźmi, mamy normalne dylematy. Idąc do kogoś na wesele zastanawiam się, jaką sukienkę wybrać jako typowa kobieta. Tu nie widzę niczego nadzwyczajnego” (Respondent 3).

Cytat 8 (Ukraina): „Większość dziennikarzy zadaje powierzchowne pytania: plany na przyszłość, na sezon, jak żyję, co robię, co lubię. Ci dziennikarze, którzy pracują na zawodach, pytają głębiej: o trasie, o uczuciach, o emocjach. Niewiele osób pyta o rzeczy zawodowe, które są dość ważne. Nie lubię litości. Nie lubię, kiedy pytają o to, przez co przeszedłam, co przeżyłam” (Respondent 6).

Na zakończenie respondenci wskazali różne praktyczne sugestie dla dziennikarzy. W zestawieniu ujęto zarówno te powtarzające się, jak i unikatowe:

- przygotowanie merytoryczne (znajomość dyscypliny, terminologii, aspektów niepełnosprawności);
- neutralny język: bez patosu i litości;
- skupienie na sporcie i osiągnięciach sportowców;
- unikanie stereotypów, sensacyjności, nadmiernych emocji;
- traktowanie sportowców z niepełnosprawnością na równi z pełnosprawnymi sportowcami.

Te wszystkie rekomendacje są zbieżne z wcześniejszymi badaniami nad relacjami paraolimpijczyków z mediami w Polsce i na Ukrainie (Sahaj, 2016, 2023; Niedbalski, 2015; Kulynych & Lazurenko, 2021) oraz wskazują na konieczność zmiany języka, sposobu traktowania i podejścia do relacjonowania sportu osób z niepełnosprawnością.

Wnioski z badań

Badanie miało charakter pilotażowy; jego wyniki nie podlegają uogólnieniu i odnoszą się jedynie do badanej grupy osób, lecz wskazują na pewne tendencje, które potraktowane zostaną w przyszłości jako hipotezy dalszych badań.

Badani paraolimpijczycy wyrazili opinię, że media traktują sportowców z niepełnosprawnością głównie jako źródło emocjonalnych narracji, koncentrujących się na przewyżnianiu trudności, cierpieniu lub heroizmie. Te typy narracji wpisują się w znane kategorie stereotypów związanych z osobami z niepełnosprawnością (Barnes, 1992; Garland-Thomson, 2002; Król, 2017; Shakespeare, 2018), które – według badanych – nadal funkcjonują niemal domyślnie w praktyce dziennikarskiej zarówno w Polsce, jak i w Ukrainie.

Po drugie, uzyskane dane pokazują, że według badanych dziennikarze często nie są przygotowani merytorycznie do rozmowy ze sportowcami z niepełnosprawnością. Dziennikarzom brakuje wiedzy na temat specyfiki dyscyplin, popełniają błędy terminologiczne oraz nieprecyzyjnie opisują kwestie związane z niepełnosprawnością. Według badanych, prowadzi to nie tylko do utrwalania stereotypów, ale i do tworzenia fałszywego obrazu sportowców z niepełnosprawnością w oczach opinii publicznej. Po trzecie, respondenci wyrażali wyraźne oczekiwania wobec mediów: równe traktowanie w porównaniu ze sportowcami pełnosprawnymi, profesjonalizm, zadawanie ciekawych pytań, skupienie na aspektach sportowych (treningach, taktyce, wynikach), a nie osobistych tragediach. Te postulaty są zbieżne z zasadami etycznego dziennikarstwa i komunikacji inkluzywnej, postulowanymi we współczesnych badaniach nad reprezentacją grup marginalizowanych (Howe & Silva, 2017).

Pomimo małej liczby respondentów, wyniki badań pokazały zaskakujące podobieństwo opinii sportowców z obu krajów w wielu podjętych w badaniu kwestiach. Mimo różnic systemowych i kulturowych, doświadczenia medialne paraolimpijczyków z Polski i Ukrainy wydają bardzo zbliżone. Świadczyć to może o uniwersalnym charakterze problemu i może stanowić punkt wyjścia do szerszych, międzynarodowych badań porównawczych nad oceną przez paraolimpijczyków swojego obrazu medialnego – również w literaturze, kinie lub kampaniach społecznych.

Niniejsze badanie otworzyło nowe perspektywy w badaniach nad relacjami sportowców z niepełnosprawnością z mediami. Wyłaniają się z niego istotne tendencje, które warto pogłębić w przyszłych badaniach

Zakończenie i wnioski końcowe

Przedstawione wyżej wnioski wpisują się w szerszy kontekst społeczny i polityczny, który zostanie omówiony poniżej.

Sport paraolimpijski pełni dziś wielowymiarową funkcję – nie tylko w zakresie zdrowia, lecz także jako forma terapii, rehabilitacji oraz reintegracji społecznej. Szczególnie ważną rolę pełni w kontekście rosyjskiej agresji na Ukrainę,

której skutkiem jest gwałtowny wzrost liczby osób z niepełnosprawnością nabytą w wyniku działań wojennych. Sytuacja ta rodzi istotne wyzwania. Pojawiła się bowiem nowa grupa sportowców – weterani wojenni. To często osoby strauumatyzowane, często niemające wcześniejszego doświadczenia w kontakcie z mediami. Nie zawsze są one gotowe do publicznego występowania w mediach. Ponadto ich wojenne doświadczenia odróżniają ich od innych paraolimpijczyków, co sprawia, że w tym przypadku relacje medialne z paraolimpijskiego świata będą się różnić w porównaniu z dotychczasowymi.

Obecność paraolimpijczyków-weteranów w przestrzeni medialnej wymaga od dziennikarzy szczególnego podejścia, zrozumienia i taktu, a także odpowiedniego przygotowania do pracy z tą specyficzną grupą. Konieczne jest zdobycie wiedzy o kontekście wojennym i psychologicznym, unikanie sensacyjności, budowanie zaufania oraz respektowanie granic prywatności. Jednocześnie dla badaczy komunikacji i sportu jest to nowe pole poszukiwania odpowiedzi – wymagające pogłębionych analiz zarówno z perspektywy medioznawczej, jak i społecznej.

Zidentyfikowane w badaniu braki merytoryczne dziennikarzy sugerują niedostateczną obecność tematyki niepełnosprawności w edukacji dziennikarskiej i szkoleniach redakcyjnych. Zasadne wydaje się włączenie do programów kształcenia treści dotyczących terminologii, etyki języka, specyfiki dyscyplin paraolimpijskich oraz komunikacji wrażliwej (inkluzji), a także praktycznych warsztatów opartych na analizie materiałów medialnych i eliminowaniu stereotypowych narracji.

Bibliografia

- AMP Futbol Polska. (b. d.). „Cały kraj za nimi stoi”. *Wyjątkowi goście zadebiutują już w niedzielę*. Pobrane 17 lutego 2024 z <https://ampfutbol.pl/cal-y-kraj-za-nimi-stoi-wyatkowi-goscie-zadebiutuja-juz-w-niedziele>.
- Autorki i autorzy. (2018). O niepełnosprawności: definicje. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis / Studia De Cultura*, 10(1), 13–29.
- Barnes, C. (1992). *Disabling Imagery and the Media: An Exploration of the Principles for Media Representations of Disabled People*. Halifax: Ryburn Publishing.
- Brittain, I. (2017). Communicating and managing the message: Media and media representation of disability and Paralympic sport. In S. Darcy, S. Frawley, D. Adair, (eds.), *Managing the Paralympics* (241-262). Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/978-1-137-43522-4_11
- Burns, S. (2024, 27 sierpnia). *The Paralympic paradox*. University of Wollongong. <https://www.uow.edu.au/the-stand/2024/the-paralympic-paradox.php>
- Channel 4. (2021, 19 sierpnia). *#WeThe15 – 1.2 billion people*. [Film]. YouTube. <https://youtu.be/gHCDvdCaJhI>
- Garland-Thomson, R. (2002). Polityka wpatrywania się: wizualna retoryka niepełnosprawności w fotografii popularnej. W S. Snyder, B. Brueggemann & R. Thomson (Red.), *Disability studies: Enabling the humanities*. Modern Language Association of America.
- Galasiński, D. (2013). Osoby niepełnosprawne czy z niepełnosprawnością? *Niepełnosprawność – zagadnienia, problemy, rozwiązania*, 4(9).

- Goggin, G., & Newell, C. (2000). Crippling Paralympics? Media, disability and Olympism. *Media International Australia*, 97(1), 71–83. <https://doi.org/10.1177/1329878X0009700110>
- Holland, K., Holland, S., & Haegele, J. (2024). Inspirational and worthy of charity: (Mis)representations of disability in sport media. *Communication & Sport*, 12(2), 210–229. <https://doi.org/10.1177/21674795231170542>
- Howe, P., & Silva, C. (2017). Challenging ‚normalcy’: possibilities and pitfalls of paralympic bodies, South African Journal for Research in Sport, *Physical Education and Recreation*, 39(1:2), 189–204.
- Johnson, J., & Rowlands, T. (2002). The interpersonal dynamics of in-depth interviewing. W J.F. Gubrium & J.A. Holstein (Red.), *Handbook of interview research: Context & method*. (s. 104–105). <https://doi.org/10.4135/9781452218403.n7>
- Kanał Sportowy (2021, 7 września). *Media nie chcą pokazywać paraolimpijczyków. „Ten sport ma być tłem dla pięknej historii”*. [kanalsportowy.pl](https://kanalsportowy.pl/inne-sporty/kamil-otowski-media-igrzyska-paralimpijskie-wypowiedz/). <https://kanalsportowy.pl/inne-sporty/kamil-otowski-media-igrzyska-paralimpijskie-wypowiedz/>
- Król, K. (2017). Osoba niepełnosprawna w mediach – człowiek sukcesu czy ofiara losu? *Akademicki Informator Osób Niepełnosprawnych*, (4)001, 37–38.
- Kuczkowska J. (2015). *Media wielce pożądane*. Niepełnosprawni.pl. <https://archiwum.niepelnosprawni.pl/ledge/x/281254>
- Kulynych, B., & Lazurenko, V. (2021). Istoriia ukrainskoho paralimpiiskoho sportu v elektronnykh media: riven informatyvnosti ta reprezentatyvnosti. *Ukrainskyi Istorychnyi Zhurnal*, 1, 190–197.
- Niedbalski, J. (2015). Przemiany percepcji własnego ciała przez osoby z niepełnosprawnością fizyczną uprawiające sport. *Studia Socjologiczne*, 3(218), 228–232.
- Niedbalski, J. (2015). Sport osób niepełnosprawnych w przekazie i dyskursie medialnym w Polsce. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 11(2), 130–159.
- Page, A., Daly, K., Anderson, J., & Thraves, G. (2024). Media representation and the Paralympics: A step too far or not far enough? *Media International Australia*, 190(1), 133–145. <https://doi.org/10.1177/1329878X221110>
- Przybyszewski, T. (2012). *Paraolimpiada nie dla polskiego widza*. Niepełnosprawni.pl. <https://archiwum.niepelnosprawni.pl/ledge/x/116774>
- Pullen, E., Mora, L., & Silk, M. (2023). Paralympic criptvertising: On the gendered self-representations of Paralympic athletes on social media. *New Media & Society*, 27(1), 263–280. <https://doi.org/10.1177/14614448231173882>
- Pullen, E., Jackson, D., & Silk, M. (2021). Paralympic broadcasting and social change: An integrated mixed method approach to understanding the Paralympic audience in the UK. *Television & New Media*, 23(4), 368–388. <https://doi.org/10.1177/15274764211004407>
- Rees, L., Robinson, P., & Shields, N. (2017). Media portrayal of elite athletes with disability – A systematic review. *Disability and Rehabilitation*, 41(4), 374–381. <https://doi.org/10.1080/09638288.2017.1397775>
- Sahaj, T. (2016). Aktywność fizyczna, (niepełno)sprawność i zdrowie w reklamach największych imprez sportowych świata. *Kultura i Społeczeństwo. Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu*, 60(3), 35–57.
- Sahaj, T. (2023). Sposoby narracji i budowania wizerunku sportowców z niepełnosprawnościami podczas igrzysk paraolimpijskich. Od Londynu 2012 do Pekinu 2022. *Przegląd Socjologii Jakościowej*. 19(3), 34–61. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.19.3.03>
- Shakespeare, T. (2018). *Disability: The Basics*. Routledge.
- Skarbek, W. (2013). Wybrane zagadnienia metodologii nauk społecznych (s. 64–65). Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie.
- Sztumski, J. (1995). *Wstęp do metod i badań społecznych*. Wydawnictwo Śląsk.
- Szwonder, M. (2021). Rola środków masowego przekazu i dziennikarzy w procesie postrzegania osób z niepełnosprawnościami. Cz. 1. *Zeszyty Naukowe. Zbliżenia Cywilizacyjne*, XVII(3).

- Szymańska, A., & Köhler, C. (2018). Pogłębiony wywiad indywidualny z dziennikarzem. Uwagi warsztatowe. W A. Hess & P. Stepka (Red.), *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*. https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/61311/szymanska_kohler_poglebiony_wywiad_indywidualny_z_dziennikarzem_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Trevisan, F. (2024). *#Notplayinggames: Social media and disability at the Paris 2024 Paralympics*. Pobrane 29 listopada 2024 z <https://olympicanalysis.org/paris-2024/notplayinggames-social-media-and-disability-at-the-2024-paris-paralympics>
- Żelazo, M. (2013). Kwestionariusz wywiadu jako narzędzie badawcze. *Obronność – Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej*, 2(6).
- Webster, L. (2024). 'Gross and problematic': How Channel 4 ripped up its approach to the Paralympics. *The Guardian*. Pobrane 17 lipca 2024 z <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/article/2024/jul/11/channel-4-paralympics-approach>
- 5.ua. (2016, 7 września). *Taras Dutko: «Składa się wrażenie, że sportowcy-paralimpijczycy to ludzie nie drugiego, a trzeciego sortu»* [Wywiad]. <https://www.5.ua/interview/taras-dutko-ckladaietsia-vrazhennia-shcho-sportsmenyparalimpiitsi-tse-liudy-ne-druhoho-a-tretoho-sortu-127402.html>

Załącznik – scenariusz wywiadów

1. Ogólnie, czy często udziela Pan/Pani wywiadów? Czy potrafi Pan/Pani określić ich liczbę?
2. Czy wywiady przeprowadzają zazwyczaj dziennikarze mediów drukowanych, telewizji, radia czy mediów internetowych?
3. Ile z tych mediów to media wyspecjalizowane (publikujące informacje wyłącznie o niepełnosprawności, sporcie paraolimpijskim), a ile ogólnotematyczne?
4. Procentowo – jaka część Pana/Pani wypowiedzi z całej rozmowy zazwyczaj jest publikowana?
5. Sprezytujmy pracę dziennikarzy: jaki jest główny temat ich pytań?
6. Od 2018 roku na Ukrainie nie istnieje już pojęcie „inwalida”. Czy pamięta Pan/Pani sytuacje, w których dziennikarze zwracali się do Pana/Pani w podobny sposób, używając słów „inwalida”, „kaleka” lub innych podobnych?
7. Jakich innych określeń używali dziennikarze?
8. Jak Pana/Pani zdaniem należy pisać o sportowcach z niepełnosprawnością?
9. Jak zazwyczaj zachowują się dziennikarze podczas rozmowy na żywo? Czy zdarzyło się, że patrzyli na rękę, nogę albo nie wiedzieli, jak się zwrócić podczas wywiadu?
10. Jakie są główne stereotypy, które zauważa Pan/Pani w materiałach dziennikarskich?
11. Czego – według Pana/Pani – brakuje dziennikarzom, aby tworzyć wysokiej jakości materiały na temat sportowców z niepełnosprawnością?

12. Czy zauważa Pan/Pani, że media zwracają większą uwagę na sport paraolimpijski głównie przed i podczas Igrzysk Paraolimpijskich? Jeśli tak, to dlaczego?
13. Na koniec – jakiej rady udzielił(a)by Pan/Pani dziennikarzom?

Denys Savchenko – magister dziennikarstwa, doktorant Szkoły Doktorskiej Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w dyscyplinie: nauki o komunikacji społecznej i mediach. Absolwent studiów I oraz II stopnia kierunku dziennikarstwo Narodowego Uniwersytetu Charakowskiego im. Wasyla Karazina. Zainteresowania naukowe i badawcze związane są ze sportem paraolimpijskim oraz dziennikarstwem sportowym.