

JAKUB NIEDBALSKI

JAK „WYCENIANE” SĄ OSIĄGNIĘCIA SPORTOWE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH? ANALIZA ZJAWISKA Z PERSPEKTYWY SOCJOLOGICZNEJ

I. WSTĘP

Sport niepełnosprawnych narodził się już w latach siedemdziesiątych XIX w., kiedy to zaczęły powstawać pierwsze zorganizowane jego formy, przede wszystkim kluby sportowe. Niemniej jednak prawdziwy przełom nastąpił w połowie ubiegłego wieku, kiedy w pierwszych powojennych igrzyskach sportowych – za sprawą Ludwiga Guttmanna – wystartowali łucznicy kombatancki. Natomiast pierwsze igrzyska paraolimpijskie odbyły się w Rzymie w 1960 r. Startowało w nich 400 zawodników z 23 krajów¹.

Od tego czasu sport i aktywność fizyczna osób niepełnosprawnych przeszły wiele zmian, aby współcześnie stać się działalnością angażującą coraz więcej osób niepełnosprawnych z całego świata. Obecnie stanowią one jedną z ważniejszych form aktywizacji i uczestnictwa w życiu społecznym osób z różnego rodzaju dysfunkcjami fizycznymi, a także intelektualnymi, tym samym pełnią istotną rolę integracyjną.

Również w Polsce od wielu lat sport osób niepełnosprawnych intensywnie się rozwija. Pierwszym znaczącym akcentem narodowym był debiut reprezentacji naszego kraju na paraolimpiadzie w 1972 r. w Heidelbergu. Od tego czasu nieustannie wzrasta ranga sportu osób niepełnosprawnych, czego najlepszym i niedawnym przykładem są postanowienia ministerialne z 2012 r. zrównujące w prawach medalistów pełno- i niepełnosprawnych. Zmiany te dokonują się jednak powoli, a wiele kwestii czeka nadal na swoje rozwiązanie. Aby zatem lepiej zrozumieć obecny stan sportu niepełnosprawnych w Polsce oraz sytuację uprawiających go osób, należy odwołać się do szerszego społeczno-kulturowo-ekonomicznego kontekstu.

Podejmowane w artykule zagadnienia odnoszą się do sportu wyczynowego osób niepełnosprawnych. Centralną kategorią, wokół której prowadzę moje rozważania, jest natomiast pojęcie „wyceny” sportowców i ich osiągnięć.

¹ A. Gryglewicz, A. Smoleń, *Systemowe determinanty osiągnięć polskich sportowców niepełnosprawnych na igrzyskach paraolimpijskich*, w: J. Chełmecki (red.), *Społeczno-edukacyjne oblicza olimpiizmu. Ruch olimpijski i niepełnosprawni sportowcy*, t. 2, AWF w Warszawie, Polska Akademia Olimpijska, Warszawa 2006, s. 40.

Można je rozpatrywać na kilku płaszczyznach: komercyjnej, medialnej oraz społeczno-kulturowej.

Wycena sukcesu może być zatem rozumiana jako wartość rynkowa, czyli zarobek poprzez udział w kampaniach reklamowych oraz możliwość pozyskania sponsorów. Jak podaje Rafał Biały, komercjalizacja w sporcie objawia się przede wszystkim w formie: sponsoringu oraz mecenatu mediów, działań marketingowych i handlowych różnorodnych firm oraz koncernów, a także kontraktów reklamowych dla sportowców². Z punktu widzenia ekonomii sport jest dynamicznie rozwijającą się dziedziną, która obejmuje 3% światowego handlu, a także sektorem stwarzającym szeroką ofertę zatrudnienia.

Kolejną kwestią jest obecność sportu w mediach, co z kolei pomaga znaleźć sponsorów i pociąga za sobą gratyfikacje finansowe. Sport wyczynowy wydaje się spowity siecią niezliczonych powiązań z mass mediami. Dlatego sport i media bardzo często stanowią swoisty tandem, oparty na obustronnej wymianie, z której czerpią obopólne korzyści. Jak podkreśla Jakub Mosh, społeczny kontekst sportowych zdarzeń tworzą we współczesnym społeczeństwie media kultury masowej³. Sport jest bowiem zjawiskiem społecznym, ale jego upowszechnienie dokonuje się za sprawą treści obecnych w środkach masowego przekazu⁴.

Wreszcie, jak wynika z powyższych rozważań, sport jest domeną kultury masowej i jego społecznej percepcji. Jak pisze Mirosław Juszkiewicz, miarą sukcesu w sportowym demonstrowaniu swojej sprawności staje się nie tyle kategoria osiągniętego wyniku, ile nade wszystko społeczne uznanie dla sposobu wyrażania owej sprawności⁵. W przypadku osób niepełnosprawnych ma to tym większe znaczenie, że właśnie ta kategoria sportowców, pokonując własne bariery, w sposób niezwykle wyrazisty pokazuje, czym jest zaangażowanie, determinacja oraz wola walki.

II. METODOLOGIA BADAŃ

Materiał badawczy wykorzystany w niniejszym opracowaniu stanowią osobiste doświadczenia osób niepełnosprawnych, które realizują swoją aktywność fizyczną przez uczestnictwo w różnych formach sportu. Z przedstawicielami tej kategorii osób niepełnosprawnych przeprowadzone zostały wywiady swobodne mało ukierunkowane. W badaniach zastosowano triangulację danych – wykorzystano także zapisy z obserwacji poczynionych podczas spotkań i imprez sportowych, treningów oraz konsultacji⁶.

² R. Biały, *Globalizacja a komercjalizacja sportu*, w: Z. Dziubiński, P. Rymarczyk (red.), *Kultura fizyczna a globalizacja*, AWF w Warszawie, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Warszawa 2010, s. 475.

³ J. Mosh, *Sport w mediach kultury masowej*, w: Z. Dziubiński (red.), *Społeczny wymiar sportu*, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Warszawa 2003, s. 204.

⁴ Ibidem.

⁵ M. Juszkiewicz, *Pomiędzy indywidualizmem a uspołecznieniem*, w: Z. Dziubiński (red.), *Społeczny wymiar...*, s. 144-145.

⁶ Badania, które posłużyły do napisania niniejszego tekstu, stanowią część większego projektu dotyczącego sytuacji życiowej osób niepełnosprawnych podejmujących aktywności sportową.

Przesłanki, które stały za wyborem powyższych technik, wynikają, po pierwsze, z przyjętych założeń ontologicznych (ludzkie doświadczenia, interpretacje, wiedza, oceny, interakcje uznaje się za znaczące właściwości rzeczywistości społecznej) i epistemologicznych (prawomocnym sposobem generowania danych na podstawie tych założeń ontologicznych są interakcja, rozmowa z ludźmi, słuchanie opowieści i uzyskanie dostępu do wiedzy, ocen, wrażeń i poglębiony, co zgodne jest ze słowami Herberta J. Rubina i Irene S. Rubin, według których „badania jakościowe stosuje się w odniesieniu do zagadnień wymagających głębszego zrozumienia, któremu najlepiej służą szczegółowe przykłady i rozbudowana narracja”⁷.

Analiza i interpretacja materiału badawczego prowadzone są zgodnie z zasadami metodologii teorii ugruntowanej⁸. Dobór kolejnych przypadków miał charakter teoretyczny i opierał się na metodzie ciągłego porównywania, co oznacza, że kolejne przypadki dobierane były na podstawie bieżących ustaleń analitycznych, nie zaś ustalonych przed badaniem założeń⁹. Dobór przypadków trwał do momentu osiągnięcia teoretycznego nasycenia (*theoretical saturation*) wygenerowanych kategorii analitycznych¹⁰.

Motywy wyboru wskazanej metody była potrzeba poznania „faktycznych” sposobów życia, działań jednostkowych, procesów tworzenia znaczeń, a zatem pragnienie zbliżenia nauki do „życia” i „poznawania rzeczywistości społecznej z punktu widzenia tworzących tę rzeczywistość podmiotów”¹¹.

III. SPORT OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH W KONTEKŚCIE WARTOŚCI RYNKOWEJ I KOMERCYJNEJ

Według Jakuba Mosza pierwszoplanową cechą współczesnej kultury jest wszechobecny konsumpcjonizm¹². W tym kontekście nie wydaje się niczym zaskakującym, że także sport stał się naturalnym przedmiotem konsumpcji¹³. Współcześnie zaczął on coraz wyraźniej poddawać się rosnącym wpływom

realizowanego aktualnie przez autora artykułu. Projekt jest współfinansowany przez Dziekana Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego UŁ. W chwili opracowywania niniejszego tekstu materiały empiryczne stanowiły odpowiednio: 20 wywiadów pogłębionych i 25 zapisów obserwacji.

⁷ H. J. Rubin, I. S. Rubin, *Jak zmierzać do celu nie wciągając sobie ręk. Projektowanie wywiadów jakościowych*, w: L. Korporowicz (red.), *Ewaluacja w edukacji*, Oficyna Naukowa, Warszawa 1997, s. 205.

⁸ K. Konecki, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, WN PWN, Warszawa 2000, s. 70 i n.

⁹ B. Glaser, A. Strauss, *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*, Aldine Publishing Company, Chicago 1967, s. 45.

¹⁰ Ibidem, s. 61.

¹¹ A. Wyka, *Badacz społeczny wobec doświadczenia*, WN PWN, Warszawa 1993, s. 34.

¹² J. Mosza, *Sport w interpretacjach kulturowych*, w: Z. Dziubiński (red.), *Sport jako kultura – o rzeczywistość*, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Warszawa 2005, s. 226.

¹³ Ibidem, s. 227.

procesów komercjalizacji i merkantylizacji¹⁴. Obecnie sport jest rozwijającym się niezwykle dynamicznie przemysłem, cała zaś sieć powiązań ekonomicznych, finansowych, marketingowych, między sferą biznesu, mediami a samym sportem generuje znaczne dochody¹⁵. Talent i praca sportowców pozostają, jak wszystko w społeczeństwie, którym rządzi rynek – towarem¹⁶.

Zdaniem Zbigniewa Dziubińskiego komercjalizacja sportu dotyczy trzech głównych obszarów. Po pierwsze, sprzedaży praw do transmisji największych imprez sportowych, po drugie, sponsorowania imprez sportowych i po trzecie, kontraktów i transferów najwybitniejszych sportowców. Tym właśnie zagadnieniom przyjrzymy się bliżej, biorąc pod uwagę sytuację niepełnosprawnych sportowców w Polsce¹⁷.

Z punktu widzenia marketingowego sport posiada wysoką wartość ekonomiczną¹⁸. Jak podkreśla Stanisław Kowalczyk, sport stał się dochodowym biznesem. Dlatego jednym z przejawów a zarazem potwierdzeniem skomercjalizowania współczesnego sportu jest przechodzenie zawodników z klubu do klubu, jak również ich sprzedawanie i kupowanie¹⁹. Przy czym w sporcie osób niepełnosprawnych w naszym kraju powyższe zjawiska nie są właściwie spotykane, co odróżnia nas od Europy Zachodniej czy Stanów Zjednoczonych. Dobrym przykładem mogą być transfery naszych rugbistów oraz koszykarzy na wózkach i przejście czołowych zawodników naszej kadry koszykarzy do reprezentacji Turcji. Nie może umknąć także uwadze fakt, że większość z naszych koszykarzy gra na co dzień w ligach innych państw. Są to m.in. liga włoska, niemiecka, hiszpańska czy turecka. Co skłania do takich działań, a nawet zamiany barw narodowych? Dobrze ilustruje to poniższy fragment wypowiedzi jednego z czołowych reprezentantów naszego kraju w koszykówce na wózkach:

W tym momencie u nas w kraju to nie ma na nic pieniędzy. Trzeba samemu dokładać. Tak to już jest. Dlatego jak ktoś tylko może, to stara się wyjechać, załapać gdzieś w lidze innego kraju. Weźmy takie Niemcy, Hiszpanię, Włochy czy Turcję, tam są ligi i tam drużyny kupują zawodników, są kontrakty i można z tego nieźle nawet wyżyć. Dlatego dwaj czołowi zawodnicy z naszej kadry przenieśli się właśnie do Turcji, gdzie dostają naprawdę fajną kasę. I to jest normalny sport. [Zawodnik reprezentacji koszykarzy na wózkach]²⁰.

Sportowiec zarówno pełno-, jak i niepełnosprawny może odnosić sukcesy, ale nie zawsze jest w stanie poświęcić się grze i treningom, a w wielu przypadkach musi sam się finansować, aby w ogóle kontynuować swoją karierę. Przy

¹⁴ H. Zdebska, *Globalizacja sportu – między komercją a ideą*, w: Z. Dziubiński, P. Rymarczyk (red.), *Kultura a globalizacja*, s. 173.

¹⁵ Ibidem, s. 174.

¹⁶ Z. Krawczyk, *Sport jako zwierciadło współczesnego społeczeństwa*, w: Z. Dziubiński (red.), *Spoleczny wymiar...*, s. 162.

¹⁷ Z. Dziubiński, *Kultura masowa a sport: związki i zależności*, w: Z. Dziubiński, M. Lenartowicz (red.), *Kultura fizyczna a kultura masowa*, AWF w Warszawie, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Warszawa 2011, s. 120.

¹⁸ H. Zdebska, op. cit., s. 173.

¹⁹ S. Kowalczyk, *Personalizm a fenomen upowszechnienia kultury masowej*, w: Z. Dziubiński, M. Lenartowicz (red.), *Kultura fizyczna a kultura masowa*, s. 29.

²⁰ Wszystkie cytowane w artykule wypowiedzi pochodzą z wywiadów przeprowadzonych z osobami niepełnosprawnymi uprawiającymi sport wyczynowy, a także działaczami organizacji sportowych oraz innymi osobami związanymi ze środowiskiem sportowym osób niepełnosprawnych.

czym, o ile w sporcie pełnosprawnych istnieje szansa na to, by przynajmniej część uprawiających go osób mogła przejść na zawodowstwo, o tyle w polskich realiach sport niepełnosprawnych pozostaje praktycznie wyłącznie domeną zawodników amatorskich (ale, co warto podkreślić, traktujących swoje działania profesjonalnie). Tymczasem w niektórych krajach europejskich zawodnik niepełnosprawny może liczyć nie tylko na sfinansowanie jego potrzeb związanych z uprawianiem sportu, lecz także otrzymuje wynagrodzenie, które pozwala mu na utrzymanie siebie oraz rodziny. W tej sytuacji nie dziwi fakt, że sportowcy, którzy otrzymują propozycje gry za granicą, skłonni są nawet do pewnych ustępstw i kompromisów, w tym zmian w swoim życiu prywatnym.

Jeśli są perspektywy, to trzeba je wykorzystać [...] mówię o grze w zagranicznych klubach. Trzeba zrozumieć tych, co mają taką szansę, że chcą grać tam, gdzie się to opłaca. U nas w kraju nic z tego nie ma. Zawodnicy wyjeżdżają, po jakimś czasie, jeśli dobrze im się wiedzie, ściągają rodziny i zostają na dłużej albo nawet na stałe za granicą. [Zawodnik reprezentacji koszykarzy na wózkach].

O wartość zawodnika, którą można przeliczyć na rachunek ekonomiczny, świadczy nie tylko to, jakie sumy jest skłonny za niego zaoferować dany klub sportowy. Znaczenie ma w tym kontekście również możliwość pozyskania dodatkowych środków finansowych od prywatnych inwestorów oraz firm zainteresowanych kreowaniem własnego wizerunku dzięki inwestycjom w danego sportowca bądź drużynę. W ten sposób zyskują sportowcy oraz podmiot finansujący. Niemniej jednak, aby doszło do takiej „transakcji”, muszą być spełnione pewne warunki, które takową sytuację zainicjują. Dlatego niezbędne są właściwe rozwiązania legislacyjne oraz systemowe. Ponadto konieczna jest także odpowiednia atmosfera sukcesu (sportowcy powinni mieć odpowiednie osiągnięcia) oraz widowiskowość sportowego spektaklu. Muszą być zatem spełnione określone wymagania rynkowe, które sprawiają, że dla sponsora będzie to transakcja opłacalna. Ta zaś jest zależna w dużym stopniu od popularności zarówno danej dyscypliny sportowej, jak i jej przedstawicieli, w czym nieocenioną rolę odgrywa zainteresowanie ze strony mediów. Dopiero wówczas istnieją realne szanse, aby znalazły się firmy zainteresowane wspieraniem sportowców.

Jednak sport niepełnosprawnych jeszcze nie zdążył na dobre zakorzenić się w mediach, a środowisko kibiców jest dopiero w fazie tworzenia, dlatego nawet najwybitniejsi sportowcy (poza nielicznymi wyjątkami) nie są znani szerszemu gronu odbiorców, a co za tym idzie – trudno jest znaleźć firmy zainteresowane udzielaniem im finansowego wsparcia. Według Andrzeja Gryglewicza do najważniejszych przyczyn tego stanu rzeczy można zaliczyć brak odpowiedniego zabezpieczenia przez budżet państwa środków na podstawową działalność sportową, niesprzyjający i skomplikowany system podatkowy, niską skuteczność i bezradność działaczy w pozyskiwaniu sponsorów, a także brak przygotowania stowarzyszeń i klubów do świadczenia tego typu usług²¹. Ten sam autor podkreśla, że za brak pozabudżetowych źródeł finansowania

²¹ A. Gryglewicz, *Pozabudżetowe formy finansowania sportu osób niepełnosprawnych*, w: Z. Dziubiński (red.), *Sport...*, s. 287-288.

odpowiedzialne jest również przekonanie sponsorów o niskim zainteresowaniu mediów sportem uprawianym przez osoby niepełnosprawne:

Bo niestety nasz sport, i to jest kolejny problem, nie cieszy się dużym zainteresowaniem sponsorów. Mówią „fajnie, że to robicie”, ale nikt praktycznie nie idzie o krok dalej. Naprawdę sponsoring, poza poszczególnymi, pojedynczymi zawodnikami, praktycznie nie istnieje. No ja odziedziczyłem sytuację, w której w polskim związku nie mamy ani jednego sponsora. [Prezes PZSN START].

Komercjalizacja sportu jest zatem wynikiem pozyskania szerszej publiczności. Pożądane przez masową widownię wydarzenia sportowe stały się bowiem atrakcyjnym towarem. Kibice płacą za możliwość oglądania widowiska, ale także kupują gadżety związane m.in. z ulubioną drużyną bądź sportowcem, traktując sport jako swoisty produkt i rozrywkę²². Niestety w polskich mediach ogólnokrajowych nadal stosunkowo niewiele miejsca poświęca się relacjom z ważnych wydarzeń, w których udział brali sportowcy niepełnosprawni (choć po paraolimpiadzie w Londynie obserwuje się w tym zakresie pewne zmiany). Z tego względu szanse dotarcia do potencjalnych kibiców drastycznie maleją:

Są dyscypliny u nas też takie, że jak nas ludzie widzą, no to... yyy, no na przykład kolarstwo, narciarstwo, koszykówka na wózkach czy parę jeszcze innych, gdzie ludzi, jak nas spotykają, czy na stoku, czy na ulicy, to pytają, kurde, dlaczego was nie widać, no to jest zajebiste. Nie raz pokazujemy też takie krótkie filmiki, no to ludzie łal, i pytają się, czemu tego nie widać w telewizji. [...] A tak to na imprezy sportowe przychodzą głównie rodziny lub znajomi, bo inne osoby po prostu nie wiedzą, że coś się odbędzie. [Zawodnik paraolimpijski].

Aby zobaczyć skalę problemu oraz lepiej zrozumieć wpływ mediów na współczesny sport, przyjrzyjmy się teraz właśnie temu zagadnieniu, czyniąc to z perspektywy sportowców niepełnosprawnych.

IV. ZAINTERESOWANIE SPORTEM NIEPEŁNOSPRAWNYCH I SPOSÓB JEGO PREZENTACJI W ŚRODKACH MASOWEGO PRZEKAZU

Jak podkreśla Jakub Mosh, sport jest współcześnie zjawiskiem społecznym zawłaszczonym przez media i przez media na nowo ustrukturuowanym²³. Funkcjonujące zaś w literaturze przedmiotu pojęcie „medializacji” odnosi się do takich zjawisk w świecie współczesnego sportu, jak: powszechna obecność sportowych treści w środkach masowego przekazu, wpływ mediów na strukturę i przebieg sportowych wydarzeń, uzależnienie finansowania sportu od

²² H. Zdebska. *Globalizacja sportu...*, s. 173.

²³ J. Mosh, „Medializacja” *współczesnego sportu*, w: Z. Dziubiński, M. Lenartowicz (red.), *Kultura fizyczna a kultura masowa*, s. 165.

jego medialnej atrakcyjności czy nadawanie idolom współczesnego sportu statusu celebrytów²⁴.

W związku z tym można, bez żadnej przesady, powiedzieć, że świat sportu i świat mediów rozwijają się równolegle, pozostając w pełnej współpracy i symbiozie, bazując bowiem na tym samym kapitale, publiczności i wzajemnej promocji²⁵. Jednym z najefektywniejszych, z ekonomicznego punktu widzenia, sportowych towarów jest transmisja telewizyjna, gdzie sport ma nieporównywalną z żadną inną formą kulturową moc przyciągania widzów²⁶. Nasilające się zjawisko komercjalizacji sportu ilustruje tabela przedstawiająca rosnące zyski ze sprzedaży praw telewizji do transmisji z igrzysk olimpijskich²⁷.

Tabela 1

Zestawienie zysków ze sprzedaży praw telewizyjnych do igrzysk olimpijskich w latach 1960-2008 [mln USD]

Rok	Gospodarz	Zysk ze sprzedaży praw telewizyjnych
1960	Rzym	0,394
1964	Tokio	1,500
1968	Meksyk	4,500
1972	Monachium	7,500
1976	Montreal	25,000
1980	Moskwa	87,000
1984	Los Angeles	225,000
1988	Seul	300,000
1992	Barcelona	401,000
1996	Atlanta	456,000
2000	Sydney	973,000
2004	Ateny	1476,000
2008	Pekin	1737,000

Źródło: P. Ancukiewicz, *Wpływ procesów globalizacyjnych na przekształcenia w sporcie oraz zbiorowości kibiców sportowych*, w: Z. Dziubiński, P. Rymarczyk (red.), *Kultura fizyczna a globalizacja*, Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Warszawa 2010, s. 244-245.

²⁴ Ibidem, s. 167.

²⁵ Ibidem.

²⁶ Ibidem, s. 166.

²⁷ P. Ancukiewicz, *Wpływ procesów globalizacyjnych na przekształcenia w sporcie oraz zbiorowości kibiców sportowych*, w: Z. Dziubiński, P. Rymarczyk (red.), *Kultura fizyczna a globalizacja*, s. 244-245.

Związek sportu z mediami jest zatem relacją dwustronnie znaczącą – media wykorzystują temat sportowy do przyciągnięcia do siebie milionowej publiczności, gwarantującej im wysoką pozycję na rynku, sport zaś wykorzystuje swój medialny wizerunek do przyciągnięcia do siebie sponsorów²⁸.

Miejsce, jakie pełni sport we współczesnym świecie mediów kultury masowej, związane jest z jego atrakcyjnością wizualną. Z jednej strony jest to widowiskowość spektaklu sportowego rozgrywanego na boisku, bieżni czy arenie i towarzyszące mu nieodłącznie emocje, jakie wywołują zmagania sportowe. Z drugiej zaś – sport staje się źródłem wzorów piękna i estetyki ciała atletycznego, muskularnego i przeważnie proporcjonalnie zbudowanego.

Wspomniana widowiskowość jest jednym z atrybutów kultury masowej, a ta kreuje obraz uproszczony, w którym medialny przekaz może być szybko i bez większej trudności przyswojony przez każdego przeciętnego odbiorcę. Sprzyja temu także przejrzystość i standaryzacja zasad, jakimi zazwyczaj rządzą się poszczególne dyscypliny sportowe. Jednak w przypadku sportu niepełnosprawnych brak jest takiej powszechności z zakresu znajomości reguł gry i współzawodnictwa. Te bowiem opierają się na systemie klasyfikacji związanym z rodzajem i zakresem dysfunkcji. I chociaż system klasyfikacji ma za zadanie stworzyć dogodne warunki do sprawiedliwej rywalizacji, to dla widzów zmagania sportowych może powodować pewne problemy z prawidłowym odbiorem i zrozumieniem bieżących wydarzeń²⁹. To z kolei sprawia, że od widzów wymagany jest określony wkład intelektualny, a także konieczność poświęcenia nieco większej uwagi temu, co aktualnie dzieje się na bieżni, arenie czy boisku. To z kolei w dobie społeczeństwa kultury masowej, nastawionej na szybki i łatwy przekaz, napotyka bariery, które trudno jest przełamać, jeśli nie ma sprzyjających warunków stwarzanych przez same media (np. poprzez wykwalifikowanych komentatorów sportowych wyjaśniających szczegóły gry oraz zasady, na jakich się ona opiera).

Wracając do paraolimpiady, to wielka porażka naszego państwa, że nie pokazali żadnych relacji z paraolimpiady w telewizji. Póki telewizja nie będzie nas pokazywać, nasze społeczeństwo nie będzie znało ani rozumiało sportu niepełnosprawnych. Ja myślę, że ludzie by zobaczyli, co to jest. Bo to jest bardzo ciekawe, bo my walczymy, a nasz sukces nas wiele kosztuje, może nawet więcej niż osoby zdrowe. [Zawodniczka biorąca wielokrotnie udział w mistrzostwach świata, Europy i paraolimpiadzie].

Ponadto współczesna kultura masowa epatuje widza ciałem zadbanym, nierzadko nagim czy wytatuowanym. Według Wojciecha Cynarskiego dzisiejsza komercyjna popkultura akcentuje zwłaszcza hedonistyczne i estetyczne wartości ciała. Koncentracja na zmysłowej stronie cielesnej atrakcyjności narzucana jest przez media – przemysł reklamowy i rozrywkę, a także zgodna jest ze stylem życia promowanym przez media³⁰.

²⁸ J. Mosz, *Sport w mediach...*, s. 205.

²⁹ T. Tasiemski, M. Koper, *Miejsce sportu w procesie rehabilitacji osób niepełnosprawnych fizycznie*, „Niepełnosprawność – Zagadnienia, Problemy, Rozwiązania” 2013, nr III (8), s. 120.

³⁰ W. Cynarski, *Samoidentyfikacja przez cielesność w dzisiejszej kulturze fizycznej*, w: Z. Dziubiński, M. Lenartowicz (red.), *Kultura fizyczna a kultura masowa*, s. 199-201.

Jedną z najbardziej spektakularnych ekspresji cielesności ludzkiej zdanem Haliny Zdebskiej stanowi sport³¹. Ciała sportowców są często utożsamiane z ideałem piękna i sprawności³². Co więcej, sport współczesny zdaje się wracać do tradycji antycznej, stopniowo okrywając ciało zawodników skąpym strojem i podkreślając w ten sposób jego proporcjonalną budowę. Czyny to raczej dla zwiększenia swojej atrakcyjności, nagie ludzkie ciało bowiem jest kultowym obrazem kultury masowej³³. Harmonia, symetria i proporcja kształtów powłoki cielesnej wzbudzają zainteresowanie ze strony mediów, pomagając tym samym sportowej karierze, a w przypadku kariery medialnej są jej znaczącym komponentem. „Piękne” postaci ze świata sportu robią nadzwyczajną karierę medialną, wkraczając do operującego na najwyższym poziomie popularności świata medialnych gwiazd, w którym postaci ze świata sportu mieszają się z postaciami ze świata filmu, muzyki, biznesu i polityki, zmieniając się często rolami³⁴. Firmy sportowe poszukują postaci świata sportu spełniających dwa istotne z perspektywy wizualnej reklamy warunki: medialną rozpoznawalność osiągalną przez sportowe sukcesy i atrakcyjność cielesną³⁵. Współczesny sport wyczynowy jest idealnym przedmiotem mogącym pełnić rolę obiektu estetycznego. Odkrywanie ciała, ukazywanie jego faktury, harmonii i precyzji jego ruchu, formy ekspresji – stymulują do formułowania sądów opisujących wygląd zewnętrzny, odwołujących się do warstwy wizualnej, a więc sądów o charakterze estetycznym³⁶.

W kontekście tak prezentowanych w mediach, a jednocześnie społecznie ocenianych ikon sportu reprezentanci niepełnosprawnych sportowców nie są utożsamiani z pięknem ludzkiego ciała. Można natomiast spotkać się z negatywnymi opiniami na ich temat. Bywa, że w dyskursie publicznym przedstawia się ich jako osoby pozbawione walorów fizycznego piękna, czy wręcz budzące nieestetyczne skojarzenia. Zazwyczaj takie poglądy nie są jednak wypowiedziane wprost, z uwagi na konieczność zachowania tzw. poprawności w stosunkach społecznych, ale bywa również, że są one wyrażane w sposób bezpośredni, i to na forum publicznym. Takim szczególnie jaskrawym, a zarazem skrajnym, przykładem może być wypowiedź Janusza Korwin-Mikkego:

³¹ H. Zdebska, *Wartość ciała w Cubertenowskiej wizji olimpizmu*, w: J. Nowocien (red.), *Spoleczno-edukacyjne oblicza olimpizmu. Ruch olimpijski i niepełnosprawni sportowcy*, t. 1, AWF w Warszawie, Polska Akademia Olimpijska, Warszawa 2006, s. 11.

³² R. Biały, *Ideał szczupłego i atrakcyjnego ciała w kulturze masowej*, w: Z. Dziubiński, M. Le-nartowicz (red.), *Kultura fizyczna a kultura masowa*, s. 274-275.

³³ J. Mosz, *Sport w kontekście wartości estetycznych*, w: Z. Dziubiński (red.), *Aksjologia sportu*, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Warszawa 2001, s. 107.

³⁴ J. Mosz, *Sport w mediach...*, s. 207.

³⁵ J. Mosz, *„Zarządzanie wizerunkiem” w kulturze fizycznej cywilizacji konsumpcjonizmu*, w: Z. Dziubiński, K. Jankowski (red.), *Kultura fizyczna w społeczeństwie nowoczesnym*, AWF, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Warszawa 2009, s. 243.

³⁶ J. Mosz, *Sport w kontekście...*, s. 106.

Jeśli chcemy, by ludzkość się rozwijała, w telewizji powinniśmy oglądać ludzi zdrowych, pięknych, silnych, uczciwych, mądrych – a nie zbrojenców, morderców, słabeuszy, nieudaczników, kiepskich, idiotów – i inwalidów...³⁷

I chociaż publicznie poglądy takie nie są być może wyrażane często, nie oznacza to, że stanowią zjawisko marginalne. Najlepszym tego dowodem jest to, że o sporcie osób niepełnosprawnych nie mówi się w kontekście estetyzacji praktycznie w ogóle, tak jakby ów obszar stanowił temat tabu.

W naszym kraju, jak obserwuję na własnym przykładzie, to nadal jest sporo do zrobienia. W porównaniu do krajów Europy Zachodniej, my jesteśmy jeszcze w tyle. Ale u nas też się powoli poprawia. A i tak jest u nas lepiej niż na przykład na Ukrainie czy w Rosji. Wiem, co mówię, bo tam byłem. [Zawodnik paraolimpijski, reprezentant kadry lekkoatletów].

W kontekście omawianego tu aspektu medialnego warto zaznaczyć, że sportowcy stali się ikonami współczesnego świata, żywymi reklamami, będąc świetnymi nośnikami promowanych treści. Sławni zawodnicy o dobrej prezencji i atrakcyjnej aparycji nierzadko są znakomicie zarabiającymi biznesmenami, mającymi liczne kontrakty reklamowe, zachwalając marki odzieżowe, perfumy czy samochody³⁸. Sam sukces sportowy nie gwarantuje jeszcze miejsca w świecie show-biznesu. Potrzeba właściwej „dekoracji”, a więc umiejętności autoprezentacji i odpowiedniego wyglądu. Wśród sportowców także pełnosprawnych nie wszyscy spełniają wymienione warunki, co sprawia, że nie mogą w pełni cieszyć się z korzyści, jakie płyną w związku z ich zawodowymi sukcesami. Mimo to znacznie więcej „celebrytów” wywodzi się ze środowiska sportowców pełno- niż niepełnosprawnych. Jednocześnie osoby niepełnosprawne ukazywane są przeważnie jako potrzebujące i wymagające stałej opieki, co kreuje wizerunek człowieka, zależnego, nieporadnego i niesamodzielnego. Ma to oczywiście swój praktyczny wymiar, w ten sposób bowiem wpływa się na odbiorców przekazu jako potencjalnych darczyńców. Niemniej jednak znacznie rzadziej eksponuje się walory osób niepełnosprawnych – pokazuje je jako silne, odważne, a przede wszystkim takie, których wizerunek można przedstawić jako wzorzec człowieka sukcesu.

To jest też to, że ludzie nie wiedzą nic o sporcie niepełnosprawnych. Ja byłam na paraolimpiadzie w Londynie, widziałam, jak różni sportowcy w różnych dyscyplinach grają. A wszystko to, nawet jak nie można było dostać się bezpośrednio, to w telewizji było. I tam było tyle ludzi, pełne stadiony. Kibiców było tyle, ci ludzie żyli tym i widzieli na żywo tą walkę. A u nas nic, no nic. No była taka chwilowa euforia po paraolimpiadzie, ale niedługo potem się skończyło i teraz nie ma po tym nic. A nawet zamiast dać obiecane fundusze, to jeszcze nam pieńdźde obcięto. [Zawodniczka paraolimpijska].

Bez wątplenia fakt wykorzystania w produktach reklamowych sportowych ikon wskazuje na ich potwierdzoną społeczną nośność i moc oddziaływania³⁹. Za Rafałem Białym można zaryzykować tezę, że wysportowane i piękne cia-

³⁷ Fragment wypowiedzi Janusza Korwin-Mikkego na temat sportowców niepełnosprawnych.

³⁸ P. Ancukiewicz, op. cit., s. 242.

³⁹ J. Mosz, *Sport w mediach...*, s. 204.

ło stanowi synonim współczesnego sportu komercyjnego, który jest ważnym elementem kultury masowej⁴⁰. Sportowcy, uchodząc za bohaterów, stają się obiektem medialnie wspieranego kultu erotyzacji. Przy czym, zdaniem Marii Zowisło, sam wizerunek sportowca w kulturze przeszedł istotne przemiany, od wzorca osobowego, archetypu męstwa i herosa, po współczesny obraz celebryty i „zabawiacza” mas⁴¹.

V. SPOŁECZNE POSTRZEGANIE SPORTU OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Fascynacja sportem w społeczeństwach nowoczesnych powoduje, że jego najwybitniejsi (a więc często najbardziej medialni) przedstawiciele stają się gwiazdami kultury masowej. Ucieleśniają nasze wyobrażenia o życiu szczęśliwym: w bogactwie, luksusie i sławie. Gwiazdy sportu są podziwiane, szanowane i posiadają w społeczeństwie wysoką statusową pozycję⁴². Jak pisze Piotr Rymarczyk, sportowcy to gwiazdy, które stają się ikonami kultury masowej, symbolami sukcesu, a nierzadko dzięki doskonałości cielesnej – także symbolami seksualności⁴³.

Tym samym we współczesnym świecie sportowiec zyskuje podwójny status bohatera: po raz pierwszy – triumfując na stadionie, a po raz wtóry – dzięki iluzji telewizyjnej lansującej go jako ideał symbolizujący sukces. Pożądliwe spojrzenia skierowane na bohatera kumulują dwie rzeczy: po stronie kobiet – zainteresowanie seksualne, po stronie mężczyzn – pragnienie, by upodobnić się do bohatera⁴⁴.

Przy czym, na co wskazują niepełnosprawni sportowcy, w ich środowisku nie spotyka się wielu osób, które byłyby szeroko społecznie rozpoznawalne. Dzieje się tak z kilku powodów. Przede wszystkim – o czym już była mowa – nadal, poza pewnymi wyjątkami, obserwuje się stosunkowo niewielkie zainteresowanie sportem niepełnosprawnych ze strony mass mediów. To z kolei bardzo ogranicza zasięg oddziaływania tego typu wydarzeń, które przeważnie pozostają niezauważone zarówno przez środki masowego przekazu, jak i ewentualnych kibiców. Wreszcie, na co trzeba zwrócić szczególną uwagę, współczesna kultura masowa, w której dominuje kult piękna podporządkowany bardzo ścisłym wymaganiom, powoduje, że osoba niepełnosprawna o ciele niedoskonałym, „niepełnym” czy z widocznymi mankamentami trudniej wypracowuje sobie i zdobywa status bohatera. Jest to podwójnie krzywdzące,

⁴⁰ R. Biały, *Ideal szczupłego...*, s. 274-275.

⁴¹ M. Zowisło, *Bohater wczoraj i dziś. Szkice o idei męstwa w filozofii i sporcie*, w: Z. Dziubiński, K. Jankowski (red.), *Kultura fizyczna w społeczeństwie nowoczesnym*, s. 68-81.

⁴² Z. Dziubiński, op. cit., s. 122; G. Whannel, *Media Sports Stars. Masculinities and Maidenhead*, Routledge, London, New York 2002.

⁴³ P. Rymarczyk, *A jednak korpus. Koncepcja ciała w przekazach współczesnej kultury masowej*, w: Z. Dziubiński, P. Rymarczyk (red.), *Kultura fizyczna a globalizacja*, s. 272 i n.

⁴⁴ R. Biały, *Globalizacja...*, s. 480.

z jednej strony bowiem powoduje uprzedmiotowienie osoby niepełnosprawnej, z drugiej zaś – sprawia, że samo widowisko niejednokrotnie postrzegane jest przez pryzmat „ciała z dysfunkcjami”, przez co zatracą się zupełnie prawdziwe piękno, jakie kryją w sobie sport i stojące za nim rywalizacja, zaangażowanie oraz wola walki.

Z jednej strony to rozumiem, że ludzie nie wiedzą o nas. Ja sam przed wypadkiem też nie miałem o sporcie niepełnosprawnych pojęcia. Potem, jak już byłem na wózku i mówili mi o sporcie, to ja sceptyczny byłem, myślałem, tak „to jakaś zabawa, a nie sport”. Ale jak zacząłem się interesować, jak pojechałem i sam zobaczyłem, a potem jak zacząłem grać i poczułem, ile to wysiłku kosztuje, to zupełnie mam inne zdanie teraz. I myślę, że spróbować powinni też pełnosprawni, a wtedy inaczej by na nas patrzyli. [Zawodnik uprawiający sport wyczynowy – rugby na wózkach].

Warto wreszcie zaznaczyć, na co wskazuje Marianna Barlak, że ten swoisty kult witalności – zewnętrznego w istocie uposażenia – może ograniczać rezultaty podejmowanych wysiłków integracyjnych⁴⁵. Przy takiej bowiem postawie życiowej i tak pojmowanym sensie istnienia może tutaj dochodzić do braku akceptacji dla tych, którzy nie mogą sprostać promowanemu modelowi człowieka. Miałoby to fatalny wpływ na proces upodmiotowienia osób niepełnosprawnych, które najczęściej postrzegają siebie tak, jak są widziane przez resztę społeczeństwa. Człowiek sprawny swoją postawą wobec osoby niepełnosprawnej może bowiem potwierdzić jej społeczną wartość lub jej zaprzeczyć⁴⁶.

Przede wszystkim robię to dla siebie, no ale chcę także pokazać, że ludzie niepełnosprawni to nie jest jakiś drugi gatunek, tylko wiele potrafią, a czasami są nawet bardziej sprawni niż ci zdrowi ludzie. Przede wszystkim trzeba udowodnić, że my nie jesteśmy jakimś podgatunkiem, tak jak powiedział Korwin-Mikke. [Zawodniczka wielokrotnie biorąca udział w mistrzostwach świata, Europy i paraolimpiadzie].

Wypowiedź niepełnosprawnego sportowca najlepiej świadczy o tym, jak brak tolerancji, a czasami po prostu zwykłego wyczucia, negatywnie wpływa na samoocenę osoby niepełnosprawnej. Doświadczając takich sytuacji, niepełnosprawny sportowiec, który reprezentuje nasz kraj i występuje w barwach narodowych, nie może liczyć nie tylko na wsparcie finansowe czy organizacyjne, ale nawet mentalne i emocjonalne, pochodzące od własnych rodaków. Tym bardziej trudno jest oczekiwać, że dostrzeżony zostanie w nim prawdziwy bohater, a jego osiągnięcia przełożą się na szacunek ze strony społeczeństwa, którego jest przedstawicielem i które reprezentuje na międzynarodowych arenach.

Zofia Żukowska wśród zestawu wartości sportu wymienia m.in. prestiż, a więc zdobycie wysokiej pozycji w społeczeństwie i uznania społecznego, co może być trudne do spełnienia ze względu na społeczny odbiór osób niepełnosprawnych⁴⁷. Brak prestiżu społecznego spowodowany jest po części niezajomością sportu osób niepełnosprawnych, a po wtóre – stereotypowym

⁴⁵ M. Barlak, *Pedagogiczne wartości społeczne*, w: J. Nowocień (red.), *Spoleczno-educacyjne oblicza olimpizmu...*, s. 143.

⁴⁶ *Ibidem*, s. 143.

⁴⁷ Z. Żukowska, *Wartości sportu mierzone uczestnictwem młodzieży niepełnosprawnej w igrzyskach paraolimpijskich*, w: J. Nowocień (red.), *Spoleczno-educacyjne oblicza olimpizmu...*, s. 129.

postrzeganiem ludzi niepełnosprawnych w ogóle. A zatem osoba niepełnosprawna uprawiająca sport wyczynowo jest w jakimś zakresie „niewidzialna”, co oznacza, że społeczeństwo nie postrzega w niej sportowca, a jeśli już, to z pewnym przyrmużeniem oka, pozostaje on bowiem w cieniu swojej niepełnej sprawności.

VI. ZAKOŃCZENIE

Sport i wszelka aktywność fizyczna osób niepełnosprawnych nabierają we współczesnym świecie szczególnego znaczenia. Są one zarówno szansą dla indywidualnego rozwoju jednostki, jak i społecznej integracji całej kategorii osób niepełnosprawnych. Zaspokojona może być na tej drodze potrzeba samorealizacji danej osoby oraz jej społecznej akceptacji. Natomiast możliwość rozwoju i podnoszenia własnej sprawności, a także osiągania awansu ze względu na coraz wyższe poziomy współzawodnictwa sportowego – od zawodów lokalnych, przez imprezy ogólnopolskie, aż do igrzysk paraolimpijskich – stanowi istotną motywację do pracy nad sobą⁴⁸.

Jednocześnie wszechobecna kultura masowa, która ma swój udział w socjalizacji jej odbiorców do sportu, przez sport przekazuje nam świat rzeczywistości upozorowanej⁴⁹. Polega on na selektywnym podejściu do prezentacji tej rzeczywistości i jej deformacji⁵⁰. Jest to widoczne w przekazie medialnym zarówno podczas komentowania rozmaitych imprez z udziałem osób niepełnosprawnych, jak i prezentowania ich jako ludzi potrzebujących, zależnych od innych i niesamodzielnych. Stąd m.in. wynika połowiczny sukces wszelkiego rodzaju programów służących integracji osób niepełnosprawnych⁵¹. Istniejące zaś m.in. w Narodowym Programie Zdrowia zapisy dotyczące „stworzenia warunków umożliwiających osobom niepełnosprawnym włączenie lub powrót do czynnego życia”, w czym swój udział ma mieć również uczestnictwo w sporcie, nadal czekają na swoją faktyczną realizację.

Omawiane w artykule zagadnienia stanowią system naczyń połączonych: jeśli sport w mediach nie jest w należyty sposób i w wystarczającym stopniu prezentowany, to nie ma w nim miejsca na reklamę, a więc brak też sponsorów. Media natomiast nie są szczególnie skłonne do relacjonowania imprez sportowych z udziałem niepełnosprawnych, gdyż według nich takie relacje nie cieszą się zainteresowaniem wśród odbiorców przekazu. Z kolei społeczeństwo, czyli ewentualni odbiorcy – nie znają charakterystyki sportu niepełnosprawnych, ale nie mają też wielu okazji na zmianę tego stanu rzeczy. Jednocześnie brak sponsorów prowadzi do ograniczonego zaangażowania się sportowców w ich działalność, a to z kolei powoduje, że coraz trudniej jest im konkurować z rywa-

⁴⁸ Ibidem, s. 126.

⁴⁹ Z. Dziubiński, op. cit., s. 123.

⁵⁰ Ibidem, s. 128.

⁵¹ Z. Żukowska, op. cit., s. 127.

lami z zagranicy. W efekcie zmniejsza to jeszcze bardziej potencjalne walory medialne widowiska sportowego.

Jednocześnie tym, co w sytuacji sportowców niepełnosprawnych wydaje się korzystniejsze od sytuacji ich pełnosprawnych kolegów, jest to, że w sporcie niepełnosprawnych nie ma zagrożeń ze strony kibiców (nie ma problemu z chuligańskimi zachowaniami kibiców), kariera może trwać znacznie dłużej niż w przypadku sportowców pełnosprawnych, sam sport zaś nie jest „prześląknięty” komercją i „gwiazdorstwem” sportowców, odciągającym ich od głównych wartości reprezentowanych przez ideę *kalokagathia* (z gr. *kalos* – piękny, *agathos* – dobry). Być może zresztą współcześnie to właśnie w sporcie niepełnosprawnych idee te są nadal najbardziej żywe i najpełniej kulturowane.

dr Jakub Niedbalski
Uniwersytet Łódzki
jakub.niedbalski@gmail.com

HOW ARE SPORTING ACHIEVEMENTS OF PERSONS WITH DISABILITIES ‘VALUED’? AN ANALYSIS OF THE PHENOMENON FROM A SOCIOLOGICAL PERSPECTIVE

Summary

In this article issues regarding the perception of oneself and one’s sporting career among Polish disabled athletes have been addressed. The main issues discussed include: the commercial and market value of athletes with disabilities as well as their exclusion from economic transactions understood as the ability to ‘sell’ and earn on one’s own image; media marginalisation of sporting events involving persons with disabilities; and the social ‘achievement measurement’ of disabled athletes in opposition to the ‘valuation’ of the achievements of healthy, fully proficient athletes, followed by the limited role of the prestige and social recognition which, in connection with their achievements, are suffered by disabled athletes.

These issues will be a contribution to the reconstruction of a sense of meaning of the physical activity and sport as specific actions seen from the perspective of sportsmen with disabilities.

There are qualitative data used in the research, collected through a technique of an in-depth unstructured interview and observations, conducted among the disabled who play sports. The analysis and interpretation of the empirical material have been based on the principles of the methodology of a grounded theory.

Copyright of Journal of Law, Economics and Sociology is the property of Faculty of Law and Administration of Adam Mickiewicz University in Poznan and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.

Właścicielem praw autorskich do „Ruchu Prawniczego, Ekonomicznego i Socjologicznego” jest Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zawartość czasopisma nie może być kopiowana, przesyłana do innych stron internetowych bądź zamieszczana na blogach bez pisemnej zgody wydawcy. Niemniej artykuły można drukować, kopiować lub przysyłać w formie elektronicznej na własny użytek.