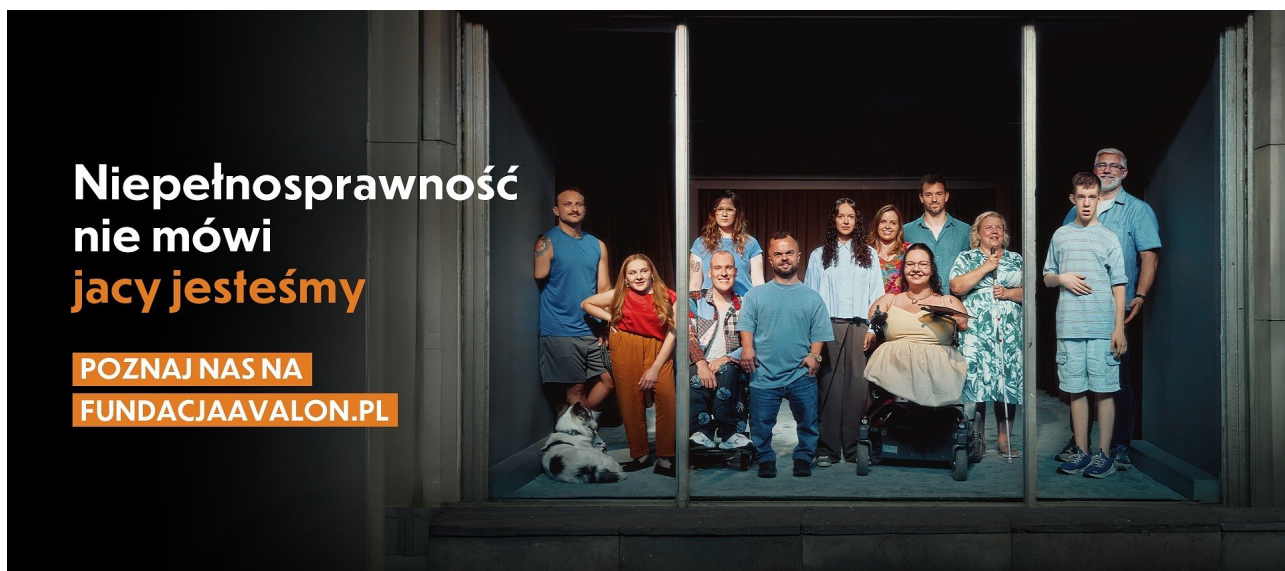




Kampania Fundacji Avalon współfinansowana jest ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych



Fundacja Avalon rusza z nową kampanią społeczną „Niepełnosprawność nie mówi jacy jesteście”.

Ich historie są prawdziwe. Ich głos wybrzmiewa bez filtrów. Dziewięć osób. Dziewięć historii. Dziewięć różnych doświadczeń życia z niepełnosprawnością. W kampanii „Niepełnosprawność nie mówi jacy jesteście” bohaterowie i bohaterki mówią sami o sobie – bez patosu i bez stereotypów. Nowa ogólnopolska kampania Fundacji Avalon to manifest różnorodności i autentyczności.

Czy potrafimy dostrzegać osoby z niepełnosprawnościami takimi, jakimi są naprawdę – z ich emocjami, relacjami, codziennością, potrzebą bliskości i prawem do bycia sobą? Tym pytaniem Fundacja Avalon otwiera swoją najnowszą ogólnopolską kampanię społeczną **„Niepełnosprawność nie mówi jacy jesteście”**. Kampania ma na celu **obalenie stereotypów i utartych ścieżek myślenia**, które nadal dominują w postrzeganiu osób z niepełnosprawnościami. Zamiast narracji opartych na współczuciu, podziwie czy litości – Fundacja Avalon proponuje **autentyczny, ludzki przekaz**, w którym bohaterowie i bohaterki mówią o sobie własnym głosem.

Niepełnosprawność to tylko jedna z cech, a nie definicja człowieka. Za każdym wózkiem, laską czy protezą stoi osoba z własną historią, emocjami, osobowością. Naszą ambicją jest zmiana języka i sposobu patrzenia – by przestać widzieć etykietę, a zacząć widzieć człowieka. Co więcej nasze wyobrażenia i stereotypy często utrudniają czy wręcz uniemożliwiają tworzenie naturalnych relacji czy podjęcie dialogu. Osoby z niepełnosprawnościami często czują się obserwowane, marginalizowane, odmienne.

zaznacza Helena Szczuka-Kalenský, Kierowniczka ds. Komunikacji i Promocji Fundacji Avalon.

Centralnym elementem kampanii jest **video** do nowej aranżacji utworu „**Krzyżówka Dnia**” w wykonaniu **Moniki Brodki**. Taka forma to świadomy wybór – artystyczna opowieść pozwala budować przekaz przez emocje, obrazy i atmosferę, zamiast dosłownego komunikatu. W klipie pojawiają się sceny z życia dziewięciorga bohaterów i bohaterek kampanii – osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności. Towarzyszymy im w codziennych, intymnych momentach: tańcu, rozmowie, refleksji, bliskości. Ich obecność nie jest tematem – jest naturalną częścią opowiadanej historii. Klip powstał we współpracy z **Papaya Films**. . Reżyserem spotu jest Mateusz Miszczyński (Papaya Roster), a autorem zdjęć Mikołaj Syguda. Kampania zrealizowana we współpracy z **Agencją Nie Do Ogarnięcia**. Działania z zakresu PR wspiera **Allegro Brand Experience Agency**.

Czułam się przez większość życia oceniana przez pryzmat scenicznego wizerunku. Nie do końca rozumiana. To doświadczenie outsiderstwa łączy mnie z bohaterami tej kampanii – stąd moje pełne zaangażowanie.

– mówi Monika Brodka.

Piosenka Moniki Brodki z albumu „Granda” ma już 15 lat, ale jej przekaz – o braku porozumienia, frustracji płynącej z niezrozumienia, potrzebie bycia zauważonym – wybrzmiewa dziś szczególnie mocno. Utwór oddaje główną myśl kampanii: osoby z niepełnosprawnościami często nie są słuchane, widziane, traktowane na równi, mimo że żyją obok nas – tak samo jak wszyscy.

Kim są bohaterowie kampanii?

W centrum tej opowieści stoją prawdziwe historie dziewięciorga wyjątkowych osób. **Adam**, młody chłopak z autyzmem, ale w jego umyśle gra muzyka i żyją słowa z książek, które kocha. **Ewelina**, niewidoma mama, która z humorem i siłą pokazuje, że życie można wyciskać jak cytrynę – pełne smaków, kolorów i nieoczekiwanych ścieżek. Jak mówi: „Bardzo ważne jest to, na ile my mamy w sobie otwartości, empatii i życzliwości dla drugiej osoby... nie patrząc na to, że jest to człowiek, który porusza się na wózku, o kulach, albo że jest osobą niewidomą.” **Dominika**, która straciła słuch jako dziecko, a dziś walczy o prawa osób g/Głuchych oraz słabosłyszących, przypominając, że każdy zasługuje na swoje miejsce i głos. **Piotr**, artysta kabaretowy, żyje z niskorosłością i z humorem pokazuje, że niezależność i dystans do siebie mogą iść w parze. **Maria**, która urodziła się bez kończyn, a mimo to krocząc na wózku, zdobywa świat mody i serca ludzi swoją autentycznością. Zwraca uwagę: „Nadal istnieje bariera pomiędzy osobami z niepełnosprawnościami a osobami bez tej niepełnosprawności.” **Monika**, artystka i specjalistka HR, która nie pozwala, by ktoś wpisał ją w rolę ofiary lub bohaterki, bo jest po prostu sobą – z pasjami i emocjami. **Norbert**, modowy bloger i podcaster, który pokazuje, że życie z niepełnosprawnością to także radość, duma i spełnianie marzeń. **Piotr**, który po utracie ręki nie zrezygnował z biegania maratonów ani z pasji do gotowania. Mówi: „Ta kampania pokazuje, że pierwsze spojrzenie nie jest najważniejsze.” I **Urszula**, aktywistka, mama i założycielka fundacji, która każdego dnia walczy ze stereotypami, bo wie, że prawdziwa siła jest w nas, nie w tym, co widoczne na pierwszy rzut oka.

Ich historie mówią jednym głosem: niepełnosprawność nie mówi, jacy naprawdę jesteśmy. To tylko fragment naszej tożsamości, a nie cała opowieść. To osoby z różnymi rodzajami niepełnosprawności – fizycznymi, sensorycznymi, intelektualnymi. Reprezentują różne grupy wiekowe i pochodzą z różnych części Polski. **Każda z nich aktywnie współtworzyła swój wizerunek w kampanii**, decydując o stylizacji, obecnych w filmie elementach i przekazie. To nie „aktorzy” – to autentyczni ludzie, mówiący do nas własnym głosem. Czy umiemy ich usłyszeć?



Idea, która idzie dalej niż kampania

„Niepełnosprawność nie mówi jacy jesteśmy” to nie tylko przekaz wizualny – to także **refleksja nad językiem, komunikacją i społecznym odbiorem osób z niepełnosprawnościami**. Fundacja Avalon apeluje o większą uważność, otwartość i zrozumienie. Zachęca, by **nie przykładać jednej miary** i nie sprowadzać całej tożsamości osoby do jej niepełnosprawności.

Naszym celem nie jest mówienie w imieniu osób z niepełnosprawnościami — naszym celem jest stworzenie przestrzeni, w której ich głos będzie naprawdę słyszany. W kampanii „Niepełnosprawność nie mówi jacy jesteśmy” oddajemy im miejsce w centrum narracji — nie jako inspiracje czy ofiary, lecz jako ludzie, którzy mają pełne prawo być sobą, mówić własnym językiem, pokazywać emocje, pasje i codzienność.

- podkreśla Łukasz Wielgosz, członek zarządu Fundacji Avalon.

Kampania społeczna **„Niepełnosprawność nie mówi jacy jesteśmy”** potrwa od 25 września do końca grudnia 2025. Kampania współfinansowana jest ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON).

Fundacja Avalon to jedna z największych organizacji pozarządowych w Polsce wspierających osoby z niepełnosprawnościami i przewlekle chore, powstała w 2006 roku, a od roku 2009 posiada status organizacji pożytku publicznego. Ma siedzibę w Warszawie, jednak swoim wsparciem obejmuje osoby potrzebujące z całej Polski. Fundacja oferuje pomoc potrzebującym w obszarze finansowym, a także prowadzi szereg programów społecznych i edukacyjnych, mających na celu aktywizację OsN, a także zmianę postrzegania osób z niepełnosprawnościami w polskim społeczeństwie. Fundacja Avalon aktualnie wspiera około 15 500 osób z całej Polski. Łączna wartość pomocy udzielonej przez Fundację swoim podopiecznym wynosi blisko 500 mln.



PIOTR_NOWAK_V2-0006_Avalon2088-min.jpg

[Download](#)



38 - FA2025 - Kampania Społeczna - Dominika - portrety (po color match i prasowaniu spodni)-min.jpg

[Download](#)



URSZULA_i_MAREK_V2-0012_Avalon1619-min.jpg

[Download](#)



ADAM_V2-0004_9D9A2564-min.jpg

[Download](#)



EWELINA_V2-0009_Avalon0382-min.jpg

[Download](#)



MARIA_V2-0011_Avalon2208-min.jpg

[Download](#)



NORBERT_V2-0008_Avalon1165-min.jpg

[Download](#)



PIOTR_V2-0005_Avalon0257-min.jpg

[Download](#)



MONIKA_V2-0016_Avalon1888_0-min.jpg

[Download](#)



AVALON_1920x960 (1).png

[Download](#)