

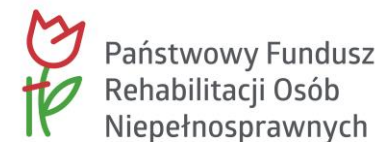
# Postrzeganie osób z niepełnosprawnościami

Wyniki badania przeprowadzonego na potrzeby kampanii „Pełnosprawni w miłości”  
dla Projektu Sekson, Fundacji Avalon

Luty, 2022



**MINDS  
& ROSES**



# Fundacja Avalon

Fundacja Avalon jest jedną z największych organizacji pozarządowych w Polsce pomagających osobom z niepełnosprawnościami i przewlekle chorym. Fundacja posiada status Organizacji Pożytku Publicznego. Powstała w 2006 roku.

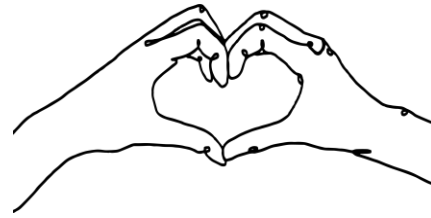
Fundacja Avalon oferuje pomoc w obszarze finansowym poprzez prowadzenie subkont oraz umożliwianie zbiórek na platformie Helpuj.pl, rehabilitację w ramach Centrum Aktywnej Rehabilitacji Avalon Active, zmianę postrzegania seksualności i rodzicielstwa osób z niepełnosprawnościami w ramach projektu Sekson oraz zmianę wizerunku sportu osób z niepełnosprawnościami w ramach projektu Avalon Extreme. Obecnie wspiera blisko 12 000 osób z całej Polski.



# Projekt Sekson

Sekson to projekt Fundacji Avalon, którego celem jest obalenie stereotypów i mitów, związanych z seksualnością i rodzicielstwem osób z niepełnosprawnością ruchową. Powstał z potrzeby zmiany i chęci przełamania społecznego tabu. W ramach projektu, organizowana jest co roku Konferencja Sekson, stanowiąca forum wymiany wiedzy i doświadczeń w zakresie niepełnosprawności, seksualności i rodzicielstwa. Dzielimy się wiedzą prowadząc portal edukacyjny [sekson.pl](http://sekson.pl), a także zwiększamy dostęp do usług medycznych tworząc Mapę Dostępności.





O badaniu

# Kontekst i cel badania

## Kontekst

Na przełomie grudnia i stycznia (2022 rok) została przeprowadzona kampania społeczna „Pełnosprawni w miłości”.

Celem kampanii była zmiana postrzegania osób z niepełnosprawnościami w kontekście życia rodzinnego, oraz seksualności.

Kampania „Pełnosprawni w miłości” była współfinansowana ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.

## Cele badania

- Diagnoza obecnego postrzegania osób z niepełnosprawnością ruchową w kontekście życia rodzinnego, rodzicielstwa oraz seksualności.
- Wpływ kampanii społecznych na wizerunek osób z niepełnosprawnością ruchową.



# Niepełnosprawność

Znajomość, wizerunek, relacje

# Znajomość osób z niepełnosprawnościami 1/3

Większość populacji zna osoby z niepełnosprawnościami:  
około 1/3 badanych deklaruje, że ma takie osoby w **rodzinie**  
i tyle samo twierdzi, że ma takie osoby wśród **znajomych**.

Najwięcej respondentów zna osoby z **niepełnosprawnością**  
**ruchową** – połowa wszystkich, którzy znają jakiegokolwiek  
osoby z niepełnosprawnościami.