

## **BIEGI ULICZNE NOŚNIKIEM WARTOŚCI PROZDROWOTNYCH WE WSPÓŁCZESNEJ KULTURZE FIZYCZNEJ**

Człowiek jest istotą wyjątkową, zdolną nie tylko do uczestnictwa w kulturze, lecz także do jej tworzenia, w tym również kultury fizycznej. Uczestniczyć w niej można w roli biernej – widza (kibica) lub czynnej (zawodnika).

Imprezy sportowo-rekreacyjne zostaną scharakteryzowane na przykładzie masowych biegów ulicznych i maratonów jako społecznego fenomenu współczesnej kultury fizycznej. Fenomen ów polega głównie na globalnym, ilościowym i egalitarnym wymiarze tej aktywności. W kulturze ponowoczesnej aktywność ruchowa odgrywa bardzo istotną rolę, będąc w stanie zaspokoić wiele potrzeb – nie tylko zdrowotnych (związanych z lepszym fizycznym samopoczuciem), ale również potrzebę bycia społecznie akceptowanym, potrzebę sukcesu, zabawy, rozładowania stresu, oderwania od codziennych monottonnych czynności<sup>1</sup>.

Zmiany w naszym kraju dotyczą wielu aspektów życia, występują także w obszarze kultury fizycznej. Źródła tych przeobrażeń należy doszukiwać się w wysokorozwiniętych krajach Europy Zachodniej i Stanach Zjednoczonych. Na fali pogoni za wysoką jakością życia coraz częściej uczestniczymy w aktywnych formach spędzania czasu wolnego. W środkach masowego przekazu coraz częściej podejmuje się temat zdrowego spędzania czasu wolnego, coraz częściej lansowane są wzorce zdrowego stylu życia. Skutkuje to faktem znacznie większego – szczególnie w ostatnich kilku latach – zaangażowania

---

1 A. Blomstrand, C. Björkelund, N. Ariai, L. Lissner, C. Bengtsson (2009), Effects of leisure-time physical activity on well-being among women: a 32-year perspective, *Scandinavian Journal of Public Health*, nr 7, ss. 706-712. M. A. Nies, C. L. Motyka (2006), Factors Contributing to Women's Ability to Maintain a Walking Program, *Journal of Holistic Nursing*, nr 1, ss. 7-14. T. Ritvanen, V. Louhevaara, P. Helin, T. Halonen, O. Hänninen (2007), Effect of aerobic fitness on the physiological stress responses at work, *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*, nr , ss. 1-8. M. Rotem, L. Epstein, M. Ehrenfeld (2009) Does the Conservation of Resources Motivate Middle-Aged Women to Perform Physical Activity? *Western Journal of Nursing Research*, nr 8, ss. 999-1013.

społeczeństwa w masowych imprezach sportowo-rekreacyjnych, nie tylko w charakterze widzów, lecz także aktywnych uczestników.

Niestety, w dalszym ciągu Polacy, w porównaniu z innymi narodami, stosunkowo rzadko podejmują systematyczną aktywność ruchową – według badania WOBASZ (pierwsze duże, wielośrodkowe badanie poziomu aktywności fizycznej populacji dorosłych kobiet i mężczyzn) prawie 27% mężczyzn i prawie 23% kobiet deklaruje codzienne wykonywanie ćwiczeń trwających przynajmniej 30 min<sup>2</sup>. Według badań GUS<sup>3</sup>, zdecydowana większość Polaków spędza czas wolny w sposób bierny. Na czytanie, oglądanie telewizji lub słuchanie radia mężczyźni przeznaczają średnio prawie 160 minut w ciągu dnia, a kobiety 151 minut. Intensywny trening, zorganizowaną, systematycznie prowadzoną aktywność ruchową podejmuje w Polsce 9,3% mężczyzn i 2,2% kobiet.

Jednak obserwując otaczającą rzeczywistość, przyspieszony rozwój infrastruktury sportowo-rekreacyjnej (głównie po wejściu Polski do Unii Europejskiej), a nawet wzrost zainteresowania mass mediów podejmowaniem tematyki stylu życia i jego jakości, można odnieść wrażenie, że nasz przyjmuje ogólnoswiatową modę na aktywność ruchową. Niekoniecznie jednak prozdrowotną.

W związku z negatywnymi dla człowieka konsekwencjami hipokinezy, wymuszonej gwałtownie rozwijającą się cywilizacją naukowo-techniczną, najszerszy obszar kultury fizycznej – rekreacja ruchowa wraz z turystyką – w sposób istotny powinna zmierzać do upowszechniania działań prozdrowotnych. Powinna – z założeń definicyjnych, ale czy tak jest w istocie?

Według neoolimpijskiej koncepcji sportu, cele podejmowanej aktywności zbiegały się w postać pięknego, dobrego człowieka, harmonijnie rozwiniętego – nie tylko pod względem fizycznym. Osobowościotwórczy i moralny wymiar rozwoju był równie ważny, co sprawne ciało<sup>4</sup>. Współczesny sport wyczynowy skierował się w stronę profesjonalizmu. Dziś sportowiec – w pełnym tego słowa znaczeniu – to ktoś, kto uprawia określoną dyscyplinę zawodowo. To rodzaj pracy, która polega na tworzeniu sportowego widowiska w zamian za gratyfikację pieniężną. Dzięki środkom masowej komunikacji, jest nią także popularność, która stanowi wymierną wartość w komercyjnym społeczeństwie; na której można zarabiać używając np. własny wizerunek do

---

2 W. Drygas, M. Kwaśniewska, D. Szcześniewska, K. Kozakiewicz, J. Głuszek, E. Wiercińska, B. Wyrzykowski, P. Kurjata (2005), Ocena poziomu aktywności fizycznej dorosłej populacji Polski. Wyniki programu WOBASZ, *Kardiologia Polska*, nr 6 (supł. 4).

3 GUS (2007) *Stan zdrowia ludności Polski w przekroju terytorialnym w 2004 r.*, Warszawa.

4 D. Ambroży (2008), Mistrzostwo olimpijskie w aspekcie wartości humanistycznych sportu. W: Z. Dziubiński [red.], *Humanistyczne aspekty sportu i turystyki*, Warszawa, ss. 113-119.

reklam czy stając się marketingowym liderem opinii, ambasadorem marek produktowych.

Cele zdrowotne w sporcie zawodowym w zasadzie nie istnieją, zdrowie jest jednak warunkiem osiągnięcia sukcesów (wyników) sportowych, zaś organizm traktowany jest jako sprawne narzędzie. Autoteliczny wymiar można odnaleźć tylko w rekreacji ruchowej, choć coraz częściej ludzie instrumentalnie traktują i tę formę uczestnictwa w kulturze fizycznej.

Koncepcja „sportu dla wszystkich”, jako integralna część problematyki czasu wolnego i rekreacji, zaistniała na międzynarodową skalę w 1966 roku<sup>5</sup>. Zakłada ona rywalizację o charakterze zabawowym, pozbawioną negatywnych konsekwencji, które niewątpliwie towarzyszą sportowi wyczerpującemu. Sport rekreacyjny to działanie o określonych, choć elastycznych, zasadach, regułach, przepisach, ukierunkowane na podnoszenie sprawności fizycznej – nie w celu jej maksymalizacji, lecz osiągnięcia poziomu potrzebnego do sprawnego funkcjonowania na co dzień. Sport cechuje rywalizacja, w rekreacji przybierająca postać walki ze sobą samym lub z innymi; zawiera pierwiastek zabawy i często nie jest traktowana poważnie. Rywalizacja w rekreacji wystąpić może, lecz nie musi; została wprowadzona do niej po to, by wywoływać u ludzi różnorodne emocje, które zwiększają atrakcyjność każdej aktywności. W sporcie rekreacyjnym człowiek jest podmiotem, doskonalącym się do granic, które sam wyznacza. Nie powinien tu istnieć rozwój za wszelką cenę, za cenę nadrzędnych wartości, takich jak np. zdrowie<sup>6</sup>.

Usługi rekreacyjne to prężnie rozwijająca się branża i coraz bardziej znacząca gałąź gospodarki narodowej. W ostatnich latach w całej Polsce można zauważyć dynamicznie rozwijające się masowe imprezy rekreacyjne, m.in. biegi uliczne, rajdy piesze, kolarskie, biegi narciarskie i inne. Inicjatywy te podejmowane są zarówno w największych miastach, jak i na obszarach wiejskich, z inicjatywy odgórnej (władz lokalnych – w ramach projektów sportowych i promocji mikroregionu) czy samych mieszkańców, amatorskich zrzeszeń miłośników ruchu.

Impreza rekreacyjna to forma jednorazowego lub cyklicznego spotkania wypełnionego treściami programowymi z zakresu sportu, rekreacji, turystyki, kulturalnej rozrywki<sup>7</sup>. Podstawowym celem tego rodzaju imprez jest popularyzowanie rekreacji i zdrowego stylu życia, lecz również miejscowości i regionu, firm sponsorujących imprezy itp. Innymi cechami imprez rekreacyjnych są: powszechna dostępność, masowość, elastyczność, egalitarność,

---

5 W. Kocemba (1997), Promocja zdrowia i sprawności fizycznej a sport dla wszystkich w USA, *Promocja Zdrowia. Nauki Społeczne i Medycyna*, nr 4, ss. 113-115.

6 Z. Przychodny (2002), Maraton – wymiar symboliczny rywalizacji i integracji. Człowiek i ruch, *Human Movement*, nr 1, ss. 46-51.

7 T. Wolańska [red.] (1984), *Rekreacja ruchowa i turystyka*, Warszawa.

atrakcyjność. S. Toczek-Werner wymienia cele realizacyjne, które świadczą o niezbywalnych walorach imprez rekreacyjnych – popularyzatorskie, wychowawcze, poznawcze, zabawowe, wypoczynkowe i zdrowotne<sup>8</sup>.

Udział w imprezach sportowo-rekreacyjnych jest często okazją do sprawdzenia się w trudnych, niecodziennych, budzących rozmaite emocje sytuacjach. Podczas takich imprez dochodzi do obniżenia poziomu samokontroli emocjonalnej, co pozytywnie wpływa na odreagowanie napięć i stresów dnia codziennego. Przenosząc się w świat rozrywki, rywalizacji, zabawy, uczestnik-zawodnik zapomina o problemach, kłopotach, co pozytywnie wpływa na jego równowagę psychiczną.

Imprezy sportowo-rekreacyjne, ze względu na pewne cechy charakterystyczne, nie tracą na popularności, ponieważ wpasowują się w ludzką naturę. Według amerykańskiego socjologa i ekonomisty T. Veblena<sup>9</sup>, człowiek posiada archaiczną konstrukcję psychiczną, gdyż ma silną skłonność do rywalizacji i podboju. Wykazuje się też potrzebą dokonywania czynów bohaterских, demonstrowania swej siły i sprawności.

W dziele z 1899 r. pt. *Teoria klasy próżniaczej* odnaleźć można myśl autora na temat sportu i rekreacji: „Każda godziwa rozrywka zyskała swą pozycję dzięki połączeniu dwóch sprzecznych wymagań – całkowitej bezużyteczności i bezpośredniej celowości” Rzeczywiście ponad 100 lat później spotkać się można z niezrozumieniem sensu podejmowania działalności rekreacyjnej, szczególnie wśród osób w wieku starszym.

Uczestnictwo w imprezach rekreacji ruchowej to styl życia, w którym występuje wiele zachowań prozdrowotnych. Start w imprezie sportowo-rekreacyjnej często wymaga odpowiedniego psychofizycznego przygotowania. Na przygotowanie to składa się wiele zachowań prozdrowotnych, pośrednio lub bezpośrednio związanych z uprawianą aktywnością; to one składają się na zdrowy styl życia i są konsekwencją, wynikającą z chęci poprawy wyniku, uzyskanego podczas imprezy. Planowanie przygotowań do aktywnego udziału w zawodach, których celem jest np. ukończenie określonego dystansu biegiem lub marszem, przeistacza się w rodzaj treningu. Trening zdrowotny to proces polegający na stosowaniu programowanej aktywności fizycznej i innych bodźców, wywołujących pożądane zmiany adaptacyjne w celach prozdrowotnych, uwzględniając wymiar biologiczny, psychiczny i społeczny jednostki, którego efektem będzie wysoka jakość życia<sup>10</sup>.

---

8 S. Toczek-Werner [red.] (2005), *Podstawy rekreacji i turystyki*, Wrocław.

9 T. Veblen (1974), Sport i styl życia klasy próżniaczej. W: Z. Krawczyk [red.], *Filozofia i socjologia kultury fizycznej*, Warszawa.

10 H. Kuński (2000), Trening zdrowotny w umacnianiu zdrowia osób dorosłych – z perspektywy pragmatyka i popularyzatora, *Medycyna Sportowa*, nr 10, ss. 14-22. P. F. Nowak (2007), *Trening zdrowotny kobiet w kontekście współczesnego stylu życia*, Racibórz.

Cykliczne imprezy rekreacyjne motywują uczestników do systematycznej pracy nad sobą. Często to przygotowanie do udziału w zawodach jest zdrowe, a nie sam start, który może narażać na przeciążenia i kontuzje.

Najprostszą formą ruchu jest marsz, trucht, bieg, stąd jogging stał się popularną na świecie formą aktywności, której uprawianie nie wymaga wielkich nakładów finansowych. Poza tym biegać można właściwie wszędzie – w parku, lesie, mieście, na plaży itp.

Dowodem, że bieganie w naszym kraju rzeczywiście dynamicznie się rozwija, jest fakt, iż w 2009 roku odbyło się w Polsce ok. 1300 imprez biegowych na różnych dystansach (w tym - biegi górskie, przełajowe, po plaży, ekstremalne oraz rzadziej narciarskie), ponad dwukrotnie więcej niż 4 lata wcześniej (ok. 600 zawodów biegowych w 2005 r. i 200 imprez w 2000 r.). Z pewnością sama formuła maratonu – biegu rozgrywanego na dystansie 42,195 m, owianego legendą – przyciąga wielu amatorów ruchu, wywołując ogromne emocje u wszystkich tych, którzy podejmują wyzwanie zmierzenia się z tak długą trasą. Obecnie organizowanych jest w Polsce ponad 50 biegów maratońskich rocznie (masowych i kameralnych łącznie), 10 lat temu było ich zaledwie kilka. Największe z nich gromadzą na starcie ponad 4 tys. uczestników, natomiast w stolicach Europy Zachodniej (Berlinie, Londynie, Paryżu) na starcie zobaczyć można przeszło 30 tys. osób w różnym wieku (od 18 do ponad 80 lat), różnych narodowości (ok. 70), płci, wyznania, koloru skóry. Zawodowcy i amatorzy, wysoce sprawni i niepełnosprawni, startują razem, choć każdy posiada inny cel jak np.: ukończenie dystansu, poprawienie wyniku z ubiegłego roku, uzyskanie miejsca w pierwszej setce, wygranie z kolegą z pracy, wygranie kategorii wiekowej lub branżowej czy nawet poznanie atrakcyjnej trasy. Mnogość celów sprawia, że jest to atrakcyjna forma spotkania pasjonatów biegania, dla większości tym cenniejsza im bardziej masowa i zorganizowana z większym rozmachem<sup>11</sup>.

Lokalizacja jednostki w przestrzeni społecznej jest często głównym motywem podejmowania wyzwań typu „przebiegnę maraton” Człowiek, dysponując wolnym czasem, często chce spełniać oczekiwania swego środowiska, które oczekuje oryginalności w sposobie aktywnego spędzania weekendów. Stąd ekstremalne wysiłki cieszą się tak dużym zainteresowaniem. Emocje, jakie wyzwalają, przyciągają nie tylko młodych ludzi.

Wielkie maratony, masowe, otwarte miejskie widowiska, w których aktorami są uczestnicy, są szansą na upowszechnianie prostych form ruchu dla zdrowia. Każdy może poczuć się sportowcem, każdy może wziąć udział w wielkim, często medialnym spektaklu. Sport wyczynowy zawodowy jest niedostępny, promuje bierne kibicowanie, nie daje tak szeroki możliwości aktywnego udziału jak imprezy sportowo-rekreacyjne. Dlatego też egalitarne zawody zyskują coraz większą popularność.

---

11 J. Maciantowicz, P. Nowak (2002), *Bieganie – sposób na zdrowe życie*, Wrocław.

W masowych biegach dla amatorów często wyłonienie zwycięzców schodzi na dalszy plan przy różnorodności celów uczestników i organizatorów. Można stwierdzić, iż maraton – jako jedna z konkurencji lekkoatletycznych – zaistniała również niejako w roli odrębnej dyscypliny sportu amatorskiego.

Ludzkie zdrowie jest jedną z najwyższej cenionych wartości w naszej kulturze. Zgodnie z holistyczną koncepcją WHO, to dobrostan w wymiarze fizycznym, psychicznym, społecznym i duchowym, a nie jedynie brak choroby<sup>12</sup>.

Bliskie związki kultury fizycznej z kulturą zdrowotną opisuje S. Grösing<sup>13</sup>, twierdząc, że kultura zdrowotna jest zespołem wszelkich ukierunkowanych na zdrowie sposobów myślenia i działania, które tworzą jednolity styl życia, w ramach którego aktywność ruchowa odgrywa główną rolę. Ten niezwykle alians kultury fizycznej ze zdrowiem, choć z natury rzeczy powszechnie oczywisty, nie zawsze służy człowiekowi w jego integralnym poczuciu dobrostanu.

Jest kwestią dyskusyjną czy rzeczywiście, z pewnością słuszne, motywy zdrowotne podejmowania aktywności ruchowej dominują w rozwijających się sportach masowych. Można mieć uzasadnione obawy obserwując postępujące procesy komercjalizacji w obrębie tejże aktywności, które mogą zagrażać walorom zdrowotnym. Popularne sporty ekstremalne bądź przeobrażenia klasycznych konkurencji w medialne widowiska o ekstremalnym charakterze coraz częściej są po prostu produktami, które konkurują ze sobą na otwartym rynku. Czy mamy dziś do czynienia z modą na bycie zdrowym czy bycie szczupłym?

Obecnie żyjemy w czasach, w których nastąpiła moda na zdrowie (bycie zdrowym w rozumieniu „bycia fit”), moda na pielęgnację ciała, kult bycia szczupłym. Coraz częściej Polacy podejmują wszelkiego rodzaju zabiegi mające na celu poprawianie natury – nie wszystkie one związane są bezpośrednio ze zdrowiem, natomiast od razu wpływają na dobre samopoczucie i często są kompensacją nieuzasadnionych kompleksów. W kręgu cywilizacji zachodniej, która oparta jest na autonomii i indywidualizmie, prym wiedzie presja osiągnięć – presja, której jednostka nie może się oprzeć i która doprowadza do zaangażowania w pewne obszary życia ponad siły. Kulturowo kreowane potrzeby osiągnięć i sukcesu zagrażają zdrowiu psychicznemu – przy rosnącym tempie życia sukcesy należy osiągać natychmiast. Kult owego sukcesu często doprowadza do frustracji, alienacji i depresji. Sport rekreacyjny jawi się jako możliwość osiągnięcia satysfakcji, zaspokajania potrzeby sukcesu, która dostępna jest dla każdego, gdyż jest na miarę indywidualnych możliwości. Bardzo często amatorzy są tak zdeterminowani, by pokonać własne ograniczenia i aby osiągnąć sukces, że zapominają o wartościach, dla których rozpoczęli swą przygodę z ruchem tj. o zabawie, przyjemności i zdrowiu. Trening

---

12 Z. Słońska, M. Misiuna (1994), *Promocja zdrowia. Słownik podstawowych terminów*, Warszawa.

13 S. Grösing (1997), *Kultura zdrowotna jako cel zintegrowanego wychowania dla ruchu, Wychowanie Fizyczne i Zdrowotne*, nr 1, ss. 18-22.

staje się obowiązkiem, technologicznie zaplanowanym procesem nakierowanym na wynik, niczym w sporcie wyczynowym. Granica pomiędzy rekreacją a sportem bywa nierzadko płynna i niekiedy niezauważalna. Brak dystansu do rywalizacji skutkuje wewnętrznym konfliktem z własnym organizmem, który manifestuje ten fakt kontuzjami, bólem, nadmiernym zmęczeniem. Uporczywe dążenie do poprawy wyników tzw. „życiówek”, brak dystansu i naśladowanie zawodowych sportowców rozmija się z prozdrowotną funkcją rekreacji i sportu rekreacyjnego.

Powstaje zasadnicza kwestia rozumienia zdrowia. Współczesny holistyczny model społeczno-ekologiczny utrudnia odpowiedź na pytanie czy każdy rodzaj aktywności ruchowej sprzyja zdrowiu. Dla przykładu – analizując sporty ekstremalne, aktywności niebezpieczne, można z jednej strony dostrzec ewidentne zagrożenie dla zdrowia (uszkodzenia ciała), z drugiej jednak oderwanie się od codzienności, od szybkiego tempa życia. Doświadczanie silnych wrażeń, emocji może skutecznie rozładować stres, który jest głównym czynnikiem ryzyka wielu chorób cywilizacyjnych<sup>14</sup>.

Kult szczupłego, wysportowanego ciała nie wnosi do przestrzeni kulturowej wartości zdrowia, ciało jest jedynie narzędziem przyjemności<sup>15</sup>. Zdrowie ustępuje zewnętrznemu wyglądowi ciała w hierarchii wartości. W konsumpcyjnym społeczeństwie panuje przekonanie, że nad ciałem trzeba pracować właśnie dzięki środkom kultury fizycznej. Obserwując rynek usług, produktów i zabiegów plastycznych upiększających ciało można stwierdzić, iż w ponowoczesnym świecie ciało stało się przedmiotem konsumpcji. Atrakcyjny jego wygląd ułatwia relacje społeczne, karierę zawodową itp. Rekreacja staje się często jednym z wielu instrumentów, zmierzających do modelowania ciała zgodnie z powszechnie panującymi kanonami atrakcyjności.

Komunikacja interpersonalna przenosi się do przestrzeni wirtualnej. Za pomocą internetowych środków komunikacji można rozwijać kulturę fizyczną, popularyzować imprezy rekreacyjne, trening zdrowotny itp. Internet w procesie globalizacji odgrywa niezwykle znaczącą rolę; szybka wymiana informacji doprowadza do unifikacji wzorów kultury fizycznej na całym świecie. Powszechnie dystrybuowane wzorce rozpowszechniane są przez koncerty poszukujące nowych pól ekonomicznej eksploracji poprzez tworzenie nowych potrzeb związanych ze stylem życia. Dzięki współczesnym masowym mediom, nie tylko elektronicznym, kultura fizyczna podlega bardzo szybko procesom globalizacyjnym. Mieszanie się wzorców zachowań, przejmowanie sportowego stylu życia silnie związane jest z postępującym zjawiskiem

---

14 P. F. Nowak (2010), *Aktywność fizyczna oraz inne zachowania zdrowotne w stylu życia menedżerów*, Opole.

15 J. Mosh (2009), „Zarządzanie wizerunkiem” w kulturze fizycznej cywilizacji konsumpcjonizmu. W: Z. Dziubiński, K. Jankowski [red.], *Kultura fizyczna w społeczeństwie nowoczesnym*, Warszawa, ss. 241-250.

komercjalizacji współczesnego życia i upowszechniania wartości hedonistyczno-estetycznych. Współczesna kultura masowa charakteryzuje się „ciałocentrycznością”<sup>16</sup>. Niezwykle silny kult ciała osłabia współczesną kulturę fizyczną, dokonując marginalizacji innych wartości. Aktywność ruchowa, instrumentalnie podporządkowana estetyce ciała (a nie zdrowiu, osobowości czy międzyludzkiej przyjaźni) staje się produktem szybko dystrybuowanym w globalizującym się świecie. Procesy globalizacyjne z jednej strony stwarzają szansę na upowszechnienie się wzorców prozdrowotnych zachowań rekreacyjnych, z drugiej zaś istnieje ryzyko spłaszczenia, zbanalizowania wartości zachowań rekreacyjnych.

Rywalizacja jest nieodłącznym elementem życia ludzkiego, wpisując się dosyć mocno w kulturę fizyczną. Bez niej sport wyczynowy by nie istniał, a rekreacja również jej potrzebuje. Przygoda i rywalizacja, nowe cele (np. ukończenie 100 maratonów czy biegów na wszystkich kontynentach) są ważniejsze niż zdrowie. Istotne jest również podnoszenie poczucia własnej wartości poprzez realizację założonych celów utożsamianych z sukcesem lub poprzez poszukiwanie sposobów, by zaistnieć – niekoniecznie za sprawą poziomu sprawności fizycznej, lecz osobowości (np. uczestnicząc w zawodach w dziwacznym przebraniu).

W sporcie rekreacyjnym dochodzi do wielu wynaturzeń, ponieważ dla organizatorów imprez rekreacyjnych uczestnik staje się klientem, podlegającym powszechnie znanym rynkowym prawom ekonomii. Co ciekawe, można dostrzec, że w oparciu o motywy zdrowotne upowszechnia się na świecie rekreację ruchową, natomiast w momencie jej uprawiania cele zdrowotne schodzą często na plan dalszy. Zaczyna dominować zaspokojenie poczucia własnej wartości, związane ze sztucznie kreowanymi sukcesami (typu „przebiegłem 10 km, to teraz spróbuję pokonać maraton”). Apetyt rośnie w miarę jedzenia. Biegowy świat wciąga, gdyż z ekonomicznych względów organizatorzy kreują coraz to nowe potrzeby konsumpcyjne. Nie wystarczy już tylko biegać, trzeba też modnie wyglądać, należeć do klubu biegaczy, zarejestrować profil na portalu społecznościowym, zakupić sprzęt, niezbędny do treningu i odżywki.

Globalna komercjalizacja zagraża sportowym ideałom, które zostały przeniesione ze sportu wyczynowego – elitarnego – na grunt rekreacyjnego sportu masowego. Rekreacja ruchowa stała się elementem masowej popkultury, której odbiorcami są ludzie-klienci powierzchownie tylko uczestniczący w ruchu na rzecz zdrowia i rozwoju osobowości.

Z moich własnych obserwacji i badań wynika, iż w naszym kraju coraz mniej w zachowaniach rekreacyjnych jest wartości prozdrowotnych. Po części winę za ten stan rzeczy ponoszą media, popularyzując sport zawodowy

---

16 Z. Melosik (2006), *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*, Kraków.

i bierne kibicowanie oraz kadry kultury fizycznej – w coraz mniejszym stopniu kształcone w duchu humanistycznych wartości sportu. Choć w polskiej oświacie dokonał się przełom, gdyż długo oczekiwana edukacja zdrowotna znalazła swoje miejsce w szkole i została przypisana jako obowiązkowy blok tematyczny do realizacji przez nauczycieli wychowania fizycznego, to nie widać, by uczelnie wyższe przygotowywały nauczycieli do pracy w oparciu o nowe podstawy programowe. Powszechnie przyjmuje się, że rekreacyjne formy aktywności są tak proste, że nie trzeba ich szczególnie uczyć. Efektem takiego myślenia jest fakt, iż w polskich szkołach wychowanie fizyczne jest w dalszym ciągu utożsamiane z drogą do sportu, a nie do prozdrowotnego spędzania czasu wolnego.

Elektroniczne media, a przede wszystkim Internet, ewidentnie przyczyniają się dziś do popularyzacji aktywnego stylu życia. Szybko rosnąca liczba portali internetowych o tematyce prozdrowotnej skupia coraz większą rzeszę ludzi w różnym wieku, rozwijając się na zasadach *social marketing* (polecania znajomym). Na najpopularniejszych obecnie na świecie globalnych portalach społecznościowych, takich jak Facebook czy Twister, spotykają amatorzy biegania z całego świata, wymieniając doświadczenia, informacje o imprezach, porady (na Facebooku jest kilka tysięcy tematycznych grup biegowych – o bieganiu i treningach, klubach, poszczególnych imprezach – mających do 12 tys. członków każda; można też wspomnieć marathons.ahotu.com, dawniej 42195.com, z członkami e-społeczności biegaczy ze 192 krajów).

Społecznościowe portale biegowe rozwijają się z roku na rok również w Polsce. W ostatnich 2-3 latach w najpopularniejszym krajowym serwisie biegowym maratony.polskie.pl rocznie przybywa ok. 4000 aktywnych użytkowników (zakładających profil i publikujących swoje postępy w tej aktywności). Internet pozwala biegaczom na nieograniczony wybór biegów na wszystkich kontynentach (w tym ponad 2 tys. maratonów rocznie w ponad 100 krajach), na zapisanie się na bieg, dokonanie płatności, rezerwację noclegów i organizację udziału w imprezie biegowej nawet w najodleglejszym rejonie globu. Ale także na wymianę informacji (z innymi użytkownikami portali biegowych czy nawet profesjonalistami, niejednokrotnie współpracującymi z największymi serwisami), na zdobywanie wiedzy o treningach, organizowanych biegach, odżywkach, obuwiu, odzieży i innych akcesoriach biegowych.

Organizatorzy rekreacyjnych imprez biegowych posiadają własne strony internetowe, tworzą sprawnie funkcjonujący przemysł sportowo-medialny na wzór największych imprez sportowych. Komercyjne przedsięwzięcia ze świata rekreacji są lepsze od tych ze świata prawdziwego sportu – nastawione są bowiem nie na oglądanie widowiska, lecz na aktywne uczestniczenie, tworzenie spektaklu. Komercyjne widowiska ludzi razem uczestniczących w aktywności – wysiłku fizycznym mają wymiar symboliczny. Egalitaryzm i toleran-

cja są wartościami, które dominują w zróżnicowanym społeczeństwie, biegnącym tłumie. Im liczniejszy jest ów kolorowy tłum, tym wyższa ranga imprezy. Im większa różnorodność osób pod względem, narodowości, rasy, płci, wieku, poziomu sprawności bądź niepełnosprawności, tym lepiej. Budzą obawy cele imprez komercyjnych – coraz częściej zawodnicy nieświadomie biorą udział nie w spotkaniu grona aktywnych, podobnych sobie osób, w duchu prozdrowotnych wartości, lecz w kampanii marketingowej firmy np. produkującej sprzęt sportowy. Sponsor, dążąc do upowszechnienia marki i stworzenia społecznie odpowiedzialnego wizerunku firmy, ma duży wpływ na organizację zawodów. Stąd zawodnicy obligatoryjnie muszą założyć specjalnie przygotowany strój startowy (koszulkę z logo firmy). Uczestnik medialnego widowiska kupuje produkt (udział w imprezie), za który płaci, automatycznie stając się elementem planu marketingowego firmy, reklamując ją, a w zamian otrzymuje liczne „gadżety” Ten powszechnie znany mechanizm budzi zastrzeżenia co do intencji organizatora – sponsora strategicznego, który traktuje popularyzowanie określonej formy aktywności fizycznej czysto instrumentalnie, pod płaszczykiem szczytnych celów prozdrowotnych.

Najbardziej zasadne wydaje się dziś inwestowanie w wychowanie do aktywnego uczestnictwa w rekreacji fizycznej, kształtowanie właściwych postaw wobec ciała i zdrowia oraz, w dalszym ciągu, popularyzowanie otwartych imprez sportowo-rekreacyjnych. Z pewnością są one nośnikiem zdrowego stylu życia i wartości prozdrowotnych. Warto wykorzystać ogólnoswiatową modę na bieganie do tego, by podnieść świadomość roli aktywności fizycznej w życiu dorosłej części społeczeństwa.