

WIEDZA I PRZEKONANIA PRACOWNIKÓW *PUBLIC RELATIONS* NA TEMAT KULTURY FIZYCZNEJ¹

Dokonując obserwacji życia społeczeństwa polskiego w ostatnim ćwierćwieczu dochodzimy do przekonania, że zachodzą w nim ogromne zmiany, które charakteryzują się dynamiką i głębią. Zmiany te polegają na przekształcaniu się społeczeństwa nowoczesnego w społeczeństwo ponowoczesne. Charakterystycznymi cechami omawianego społeczeństwa są: aspiracje edukacyjne, rozwój badań naukowych, dominacja myślenia racjonalnego, sekularyzacja społeczeństwa, dominacja nowoczesnych technologii, rozwój środków masowej komunikacji, orientacja na przyszłość, otwartość na zmiany, przygotowanie do podejmowania ryzyka itp. Konsekwencją jest wysoki odsetek ludzi dobrze wykształconych, zwiększenie zamożności społeczeństwa, dominacja nowoczesnych technologii, zwiększenie roli przestrzeni wirtualnej, ale także uczestnictwa w kulturze².

Istotną zmianą dokonującą się w naszym społeczeństwie jest zmiana zachodząca na gruncie kultury fizycznej. Społeczeństwo polskie w przeszłości odbiegało od wzorów zachodnich pod względem uczestnictwa w aktywnych formach kultury fizycznej. Obecnie stało się zbiorowością ludzi aktywnych, zaangażowanych, dbających o zdrowie i sprawność fizyczną, wykorzystujących aktywne formy ruchowe w celu dbałości o estetykę ciała. Traktuje także uczestnictwo w aktywnych formach sportowych jako sposób potwierdzania i budowania prestiżu, statusu i uznania społecznego³.

¹ Pracę wykonano w ramach badań statutowych DM-52, finansowanych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

² P. Sztompka (2003), *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków: 509, 565-567.

³ Z. Dziubiński (2014), *Wpływ czynników społeczno-demograficznych na renesans uczestnictwa Polaków w sporcie*. W: K. Zuchora [red.], *Polska myśl olimpijska*, Warszawa: 325-336.

Zatem można stwierdzić, że w społeczeństwie polskim nastąpił renesans aktywności sportowej, a także nastąpiły istotne zmiany w stylu życia Polaków. Zmiany te dotyczą w dużej mierze zwiększenia obecności różnych form aktywności sportowej. Podstawowych przyczyn renesansu zainteresowania społeczeństwa polskiego uczestnictwem w aktywności sportowej upatrujemy w zmianach jakie dokonały się w ostatnich latach w sferze struktury społecznej i charakterze kultury.

Zbigniew Dziubiński i współautorzy owe zmiany w tym zakresie charakteryzują w następujący sposób. „Do tych najistotniejszych zmian w sferze struktury społecznej należą: skokowy wzrost odsetka osób z wyższym wykształceniem, statystyczny wzrost zamożności społeczeństwa, wzrost odsetka osób zatrudnionych w zawodach biurowych, migracje ludności z terenów wiejskich do miast, poprawa dostępności do sprzętu i infrastruktury sportowej. Przedstawione poszczególne zmienne społeczne, które wpłynęły bezpośrednio lub częściej pośrednio na aktywność sportową społeczeństwa polskiego, dopiero po zagregowaniu, sprzężeniu się, stworzyły wielką realną siłę zmieniającą styl życia Polaków, w którym ważne miejsce zajęły różne formy aktywności sportowej. Niemniejszą rolę odegrały zmienne o charakterze kulturowym, które stanowią dopełnienie oddziaływania zmiennych społecznych i są wobec nich w pewnym sensie komplementarne. Do podstawowych zmiennych należą: dominacja w społeczeństwie estetycznego i hedonistycznego wzoru kultury fizycznej, zwiększenie prestiżowej roli i znaczenia konsumpcji sportowej w konsumpcji kulturalnej społeczeństwa, uruchomienie się w społeczeństwie nieformalnej kontroli społecznej i związanych z nią sankcji pozytywnych względem osób uczestniczących i negatywnych względem osób nieuczestniczących w aktywności sportowej, wzrost odsetka osób kierujących się prawdami racjonalnymi i empirycznymi, rezygnujących z interpretowania sukcesu ludzi w kategoriach determinizmu teologicznego lub biologicznego, na rzecz jednostkowego i zbiorowego działania ludzi, w tym także w zakresie zdrowia i sprawności fizycznej, wzrost odsetka osób uznających prawdę, że na zdrowie mają decydujący wpływ działania profilaktyczne i styl życia, a nie działania o charakterze szpitalno-farmakologicznym, przewodnictwo Polaków wśród krajów UE pod względem optymizmu i zadowolenia z życia. Przedstawione zmiany w sferze kulturowej wywarły bezpośredni lub bardziej pośredni wpływ na zachowania społeczeństwa w dziedzinie aktywności sportowej. Wpływ ten polega niejako na socjalizacyjnym oddziaływaniu kultury na jednostki i zbiorowości oraz orientowaniu ich na internalizację sportowego stylu życia. Akceptacja takiego stylu życia spotyka się z sankcjami pozytywnymi, symbolicznymi nagrodami, natomiast jego odrzucenie naraża

jednostki i zbiorowości na sankcje negatywne, symboliczne kary, które często bywają niemniej dokuczliwe niż materialne”⁴.

Duży wpływ na transformację społeczną i kulturową miał rozwój przemysłu i powstawanie nowych zawodów. Przyczyniło się to do zwiększenia zapotrzebowania na znawców z dziedziny PR. Szybkie zmiany zachodzące w społeczeństwie, a zapoczątkowane wraz z „rewolucją przemysłową”, doprowadziły do powstawania coraz większej ilości agencji *public relations*.

Denis McQuail wymienia następujące społeczne funkcje *public relations*: informacja czyli dostarczanie wiadomości o wydarzeniach, wspomaganie innowacji, adaptacji i postępu, korelowanie informacji, rozumiane jako wyjaśnianie, komentowanie, interpretowanie, zapewnianie wsparcia autorytetom, socjalizacja, korelowanie działań, ustalanie hierarchii ważności wydarzeń⁵.

Głównym celem pracy jest poznanie wiedzy i przekonań omawianej grupy zawodowej na temat kultury fizycznej. Doniosłość podjętej problematyki wynika z faktu odgrywania przez pracowników PR wielu ról związanych z przekazywaniem informacji i kształtowaniem wzorów kulturowych. Poprzez komunikaty i informacje wytwarzają oni przekonania i promują postawy, które znajdują oddźwięk w społeczeństwie.

Charakterystyka *public relations* i jej społeczna rola

Pojęcie *public relations* wywodzi się ze Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej. Część źródeł podaje, że jako pierwszy terminu tego użył Tomasz Jefferson w 1787 r. Z kolei już w 1832 r. na Uniwersytecie Yale definiowano PR jako działanie na rzecz dobra wspólnego⁶.

Jako pierwszy nowoczesne zasady zarządzania informacją i współpracą z mediami wprowadził amerykański dziennikarz oraz doradca magnata prasowego Johna Rockefellera, Ivy Lee. W XIX wieku przemysł był nastawiony na mnożenie zysków bez względu na opinię publiczną. Nasilał się ogólny krytycyzm społeczny wobec tego zjawiska. Aby temu zaradzić Ivy Lee defensywnie odpierał ataki informując prasę o pozytywnych stronach „wielkiego przemysłu”. Docenił potrzebę publicznego przyznawania się do błędów z uwzględnieniem interesów ogółu. Pracując na rzecz spółki węglowej informował prasę, że ideą jego działania jest jawne i szczere dostarczenie społeczeństwu rzetelnych informacji⁷.

⁴ Z. Dziubiński i in. (2015), *Wybrane determinanty rozwoju turystyki i rekreacji*, Lublin: 73.

⁵ D. McQuail (2007), *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa: 83.

⁶ L. Kupiec, A. Augustyn (2004), *Public Relations*, Białystok: 7-16.

⁷ E. Cenker (2002), *Public Relations*, Poznań: 11-12.

Praktycy *public relations* to charakterystyczna grupa, postrzegana jako nowoczesna, kreatywna, wszechstronna, kreująca styl życia społeczeństwa⁸.

W obszarze zawodowym specjalista do spraw *public relations* jest uwzględniony w Krajowym Standardzie Kompetencji Zawodowych przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. Wspólne cechy tej zbiorowości to: częste i dynamiczne kontakty z mediami, odbiorcami, menedżerami i pracownikami, zadaniowy charakter pracy, wysoki poziom stresu i zagrożenie wypaleniem zawodowym, umiejętności interpersonalne, umiejętność prezentacji i autoprezentacji, jasne formułowanie myśli i opinii, inteligencja emocjonalna. Od specjalisty PR oczekuje się m.in. zdolności organizacyjnych, zaangażowania, umiejętności pracy zespołowej, dobrej organizacji czasu, zdolności dyplomatycznych, umiejętności łagodzenia konfliktów. W obszarze kompetencji kluczowe są: umiejętność rozwiązywania problemów, współpraca w zespole, umiejętność czytania ze zrozumieniem i pisanie, umiejętność obsługi komputera i wykorzystania Internetu, umiejętność wywierania wpływu na społeczeństwo, sprawność motoryczna. Wedle etyki szczegółowej praktycy PR nie mogą komunikować nieprawdy. Od specjalistów omawianej grupy zawodowej wymagane jest wykształcenie wyższe o profilu społecznym i humanistycznym, np. zarządzanie i marketing, politologia, ekonomia oraz dziennikarstwo. Ceniona jest znajomość języków obcych⁹.

Kolejnymi istotnymi zadaniami społecznymi tej grupy są: utrzymanie ciągłości kultury dominującej i uznawanie subkultur, formowanie i podtrzymywanie wspólnych wartości, dostarczanie okazji do zabawy i odprężenia, redukcja napięcia społecznego oraz prowadzenie kampanii w imię celów społecznych¹⁰.

Public relations obejmuje stosunki z otoczeniem społecznym, politycznym i medialnym. „Od poziomu akceptacji przez otoczenie organizacji i jej produktów zależą przychody pieniężne organizacji, pochodzące zarówno ze sprzedaży jej produktów, jak i darowizn, subwencji itp. Akceptacja warunkuje też mniejszą lub większą przychylność otoczenia politycznego, prawnego, społecznego i instytucjonalno-biurokratycznego. Osobiste zaangażowanie pracowników PR w aktywne kształtowanie relacji z otoczeniem zewnętrznym jest więc konieczne i nieuniknione”¹¹.

⁸ Z. Knecht (2006), *Public Relations w administracji publicznej*, Warszawa: 6-9.

⁹ M. Glen (2008), *Effective Public Relations, Cutlip&Center's 10th Edition, Pearson Education*, New Jersey.

¹⁰ D. McQuail (2007), dz. cyt.

¹¹ A.K. Koźmiński, D. Jemielniak (2008), *Zarządzanie od podstaw*, Warszawa: 20.

Kultura fizyczna rozumiana jako rozwój osobowy

Kultura fizyczna to „względnie zintegrowany i utrwalony system zachowań w dziedzinie dbałości o rozwój fizyczny, sprawność ruchową, zdrowie, urodę, cielesną doskonałość i ekspresję człowieka, przebiegających według przyjętych w danej zbiorowości wzorów, a także rezultaty owych zachowań”¹². Kultura fizyczna jest również ujmowana jako zespół form świadomości społecznej, funkcjonujących w praktyce tej zbiorowości, które integrują i utrwalają związek wiedzy i wzorów oraz zachowań i ich rezultatów. Stanowi to podstawę do harmonijnego rozwoju wszechstronnej, dojrzałej osobowości i zdrowia w płaszczyźnie fizycznej, psychicznej i relacyjnej¹³.

W społeczeństwie polskim istnieje duże zróżnicowanie w zakresie realizacji wzorów kultury fizycznej. Jest ono uwarunkowane na wielu poziomach, w zależności od wieku, płci, wykształcenia¹⁴. Inne zmienne wpływające na poziom i charakter uczestnictwa w kulturze fizycznej to: sytuacja rodzinna, przynależność społeczno-zawodowa, wielkość dochodów a także przynależność do grupy etnicznej lub religijnej¹⁵.

Aktywność fizyczna kojarzona jest z dbałością o ciało, lecz wpływa ona również pozytywnie na psychikę i relacje międzyludzkie. Współcześnie obserwujemy kult ciała szczupłego i sprawnego. Wiele osób podejmuje zorganizowaną aktywność ruchową w postaci treningu zdrowotnego, kierując się motywami zdrowotnymi oraz dbałością o estetyczny wygląd ciała¹⁶. Rynek usług rekreacyjnych w Polsce rozszerza się i ulega ciągłej dywersyfikacji. Coraz lepsza infrastruktura, bogatsza oferta sprzętu sportowego, akcesoriów do ćwiczeń oraz różnorodność form ruchowych zachęca do zainteresowania się aktywnością fizyczną. Moda na zdrowie, na zdrowy, ekologiczny styl życia jest coraz bardziej powszechna. Świadczy o tym m.in. utrzymujący się na wysokim poziomie popyt na poradnictwo zdrowotne w Internecie, prasie, telewizji¹⁷.

¹² Z. Krawczyk (1997), *Kultura fizyczna*. W: Tenże, *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Kultura fizyczna, sport*, Warszawa: 13.

¹³ J. Kosiewicz (2009), *Kultura fizyczna i sport w perspektywie filozofii*, Warszawa: 17-56; W. Osiński (2011), *Teoria wychowania fizycznego*, Poznań: 56-66.

¹⁴ W. Kocemba (2011), *Społeczne zróżnicowanie uczestnictwa w kulturze fizycznej*. W: Z. Dziubiński, Z. Krawczyk [red.], *Socjologia kultury fizycznej*, Warszawa: 404-423.

¹⁵ W. Kocemba (2011), dz. cyt.; M. Lenartowicz (2011), *Klasowe uwarunkowania sportu i rekreacji ruchowej z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu*, Warszawa: 11-69.

¹⁶ J. Nowocień [red.] (2008), *Społeczno-edukacyjne oblicza współczesnego sportu i olimpiizmu*, Warszawa; M. Demel (1973), *Szkice krytyczne o kulturze fizycznej*, Warszawa: 38.

¹⁷ Z. Dziubiński (2015), *Polityka i sport: antynomie i konwergencje*. W: Z. Dziubiński, K.W. Jankowski [red.], *Kultura fizyczna a polityka*, Warszawa: 15-43.

Założenia metodologiczne

Podjmując trud rozpoznania poziomu wiedzy praktyków *public relations* na temat kultury fizycznej zdecydowano się na analizę poznawczego komponentu postaw. Według Elliota Aronsona, Timothy Wilsona i Robina Akerta, „postawy składają się z trzech części, nazywanych komponentami: poznawczego, składającego się z myśli i przekonań dotyczących obiektu postawy; emocjonalnego, składającego się z reakcji emocjonalnych wobec obiektu postawy oraz behawioralnego, składającego się z działań lub widocznych zachowań wobec obiektu postawy”. Postawy o charakterze poznawczym występują wtedy, gdy ocena wynika głównie z przekonań. Celem tego rodzaju postaw są zazwyczaj klasyfikacje plusów i minusów, które umożliwiają szybką decyzję. Główną myślą tego rodzaju komponentu są zalety i wady przedmiotu postawy. Na ten element składają się: wiedza, poglądy oraz przekonania na temat przedmiotu postawy¹⁸.

Badaniami zostało objętych 60 specjalistów PR pracujących na terenie Warszawy. Była to zatem próba celowa. Kryterium doboru badanych było pełnienie funkcji praktyka (ale nie menedżera) agencji *public relations* oraz wykształcenie średnie lub wyższe.

W procedurze badawczej wykorzystano następujące metody: analizę literatury przedmiotu, sondaż diagnostyczny, metodę idiograficzną i nomotetyczną. Zastosowaną techniką badawczą było ankietowanie audytoryjne, zaś narzędziem autorski kwestionariusz ankiety, na który składają się zarówno pytania zamknięte jak i półotwarte.

Grupa badanych składała się w 65% z kobiet i 35% mężczyzn. Stosunek procentowy kobiet do mężczyzn odzwierciedla rzeczywistą ilościową ich dominację w tej branży w Polsce i na świecie. Sześćdziesiąt procent badanych to osoby w wieku od 31 do 50 lat, 37% to osoby poniżej 30 roku życia, 3% respondentów ma więcej niż 51 lat, czyli przeważają osoby młode lub stosunkowo młode. Wszyscy ankietowani zadeklarowali, że posiadają wykształcenie wyższe. Siedemdziesiąt trzy procent z nich uważa swoją sytuację ekonomiczną za dobrą, a 27% za średnią, co może świadczyć o wysokich zarobkach w omawianym zawodzie.

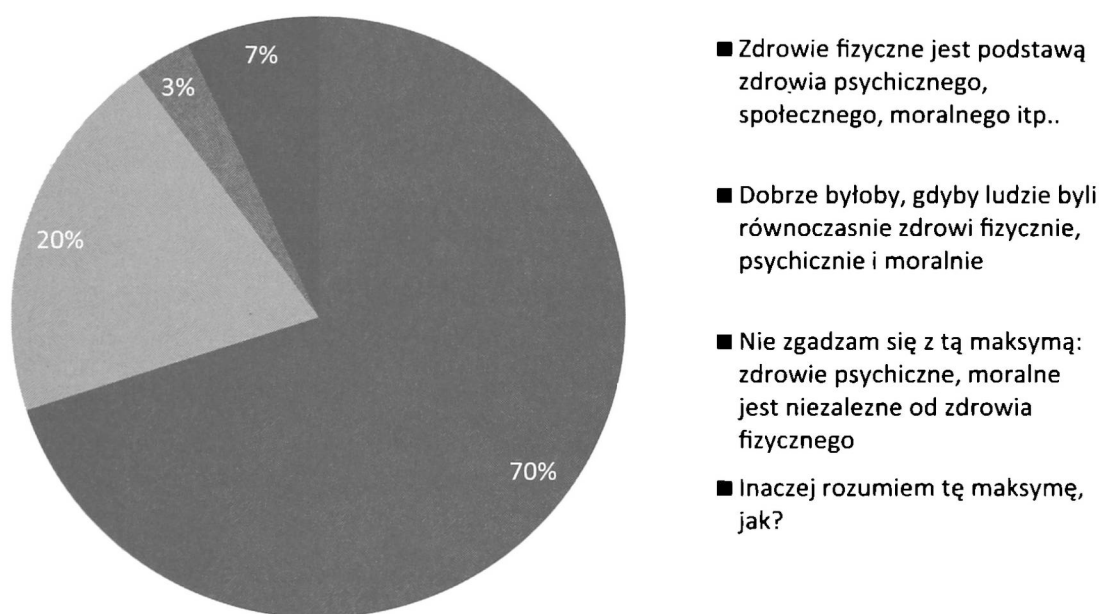
Badania empiryczne, mające charakter ilościowy, polegały na wypełnieniu przez badanych ankiety nt. „Postawy wobec kultury fizycznej”. Na potrzeby

¹⁸ E. Aronson, T. Wilson, R. Akert (1997), *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Poznań: 288-290.

niniejszej pracy wykorzystano analizę pytań ankiety odnoszących się do jednego komponentu postaw, a mianowicie komponentu poznawczego¹⁹.

Wiedza pracowników PR na temat kultury fizycznej – wyniki badań

Na pytanie, jak rozumiesz maksymę „w zdrowym ciele zdrowy duch?“, 70% respondentów zaznaczyło odpowiedź, że zdrowie fizyczne jest podstawą zdrowia psychicznego, 20% uznało, iż dobrze byłoby, gdyby ludzie byli równocześnie zdrowi fizycznie, psychicznie, społecznie i moralnie, 3% nie zgadza się z tą maksymą. Siedem procent badanych rozumie ją inaczej, np. postulując przeformułowanie tego związku frazeologicznego na: „w zdrowym duchu zdrowe ciało”. Wyniki wskazują, że ankietowani dostrzegają zależność zdrowia psychicznego od zdrowia fizycznego.



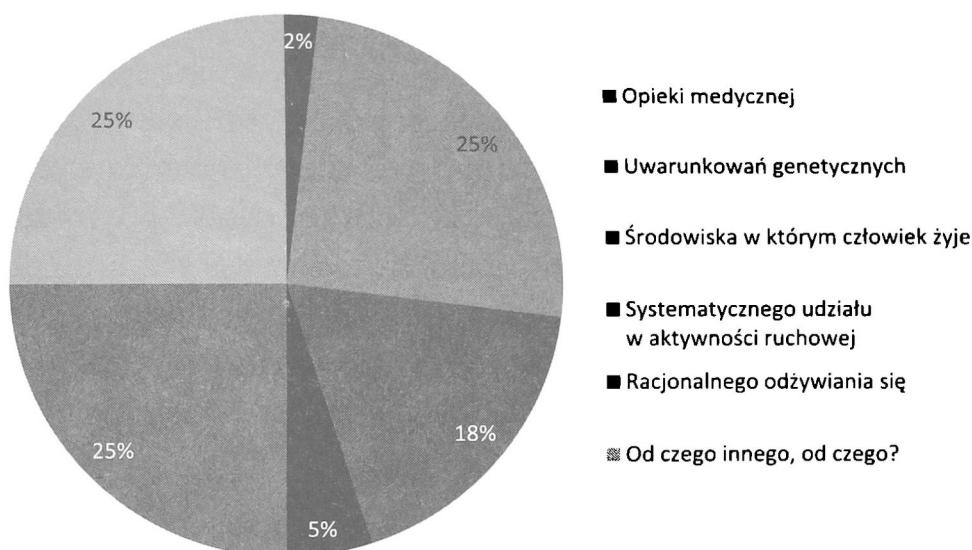
Ryc. 1. Badani według rozumienia maksymy „w zdrowym ciele zdrowy duch?”

Na pytanie, czy uważasz, że można być zdrowym bez czynnego uczestnictwa w kulturze fizycznej?, 45% respondentów odpowiedziało, że „raczej nie”, 35%, że „raczej tak” i po 10% „tak” i „nie”.

Według badanych zdrowie człowieka uzależnione jest przede wszystkim od: po 25% respondentów zaznaczyło uwarunkowania genetyczne i racjonalne

¹⁹ T. Pilch (1995), *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa: 79-84; S. Nowak (2007), *Metodologia badań społecznych*, Warszawa: 47, 61; E. Babbie (2008), *Podstawy badań społecznych*, Warszawa: 267-307; K.W. Jankowski, M. Lenartowicz (2005), *Metodologia badań empirycznych*, Warszawa: 49-62.

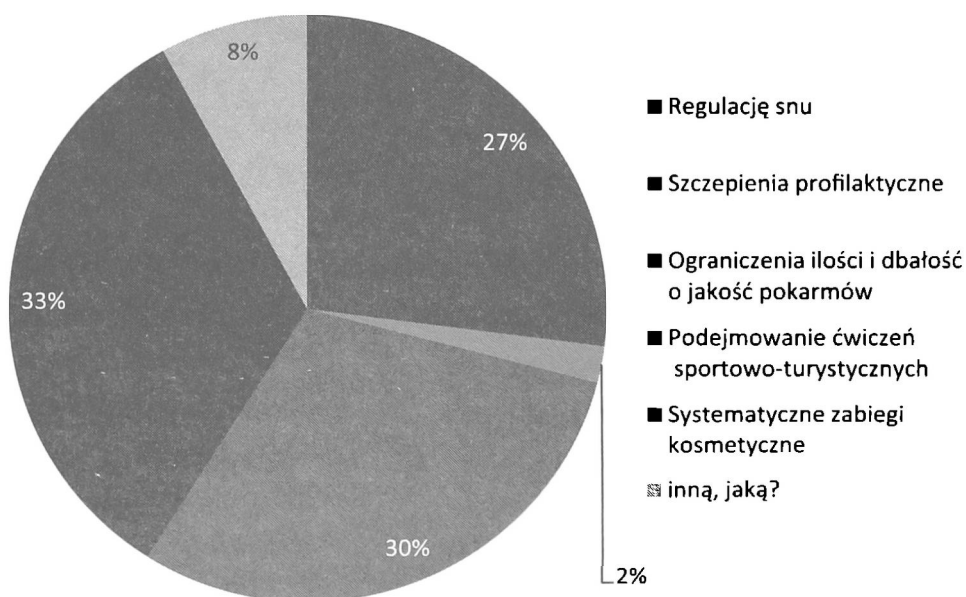
odżywianie się. Osiemnaście procent zaznaczyło, że od środowiska, w którym człowiek żyje, 5% od systematycznego udziału w aktywności ruchowej, 2% wybrało opiekę medyczną. Pozostałe 25% respondentów uważa, że od czego innego, czyli przede wszystkim od połączenia powyższych czynników.



Ryc. 2. Badani według wyboru czynnika, od którego zależy zdrowie człowieka.

Ankietowani za najważniejszą formę dbałości o ciało uznali podejmowanie ćwiczeń sportowo-turystycznych – 33%, ograniczenie ilości i dbałość o jakość pokarmów – 30%, regulację snu – 27%, szczepienia profilaktyczne – 2%. Odpowiedź „inne” zaznaczyło 8%, proponując połączenie powyższych czynników.

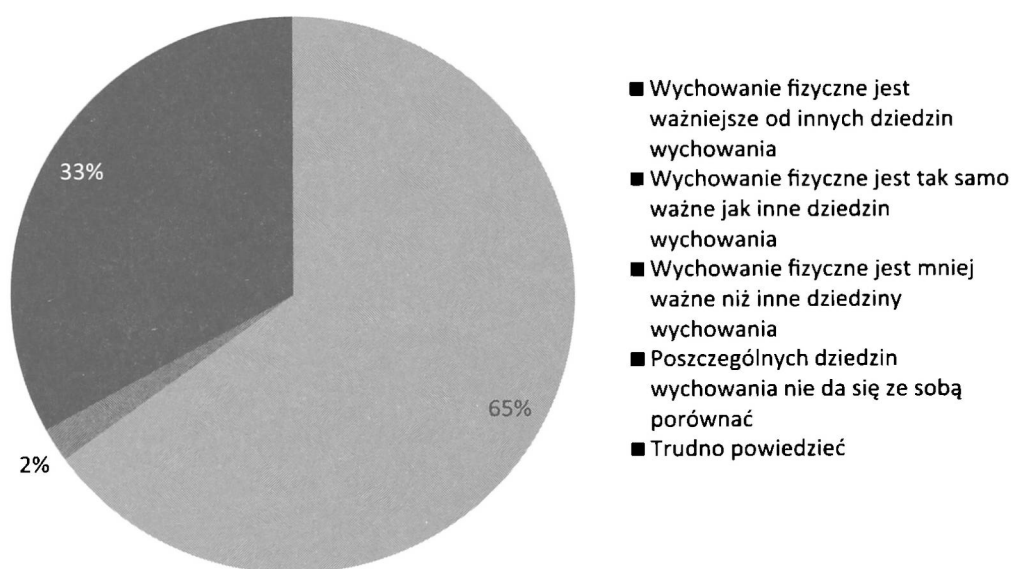
Na pytanie, który ze sposobów zapobiegania otyłości, oprócz racjonalnej diety, uważasz za najważniejszy?, wszyscy respondenci uznali, że jest nim aktywność fizyczna.



Ryc. 3. Badani według wyboru najważniejszych form dbałości o ciało.

Na pytanie, czy uważasz, że uczestnictwo w aktywności ruchowej korzystnie wpływa na rozwój intelektualny i społeczny człowieka: 68% ankietowanych odpowiedziało, że „tak”, 30%, że „raczej tak”, a 2%, że „raczej nie”. Wyniki wskazują, że zdecydowana większość dostrzega pozytywną rolę aktywności ruchowej w rozwoju intelektualnym i społecznym człowieka.

Na pytanie: jaki powinien być, według Ciebie, stosunek wychowania fizycznego do innych dziedzin wychowania (umysłowego, politechnicznego, moralnego)?, 65% ankietowanych odpowiedziało, że wychowanie fizyczne jest tak samo ważne jak inne dziedziny wychowania, 33% uważa, że poszczególne dziedziny wychowania nie da się ze sobą porównać a 2%, że wychowanie fizyczne jest mniej ważne niż inne dziedziny wychowania. Większość respondentów uważa wychowanie fizyczne za tak samo ważne jak inne dziedziny wychowania.



Ryc. 4. Badani według oceny ważności wychowania fizycznego.

Na pytanie: czy uważasz, że w ostatnich latach zwiększyło się uczestnictwo Polaków w różnych formach sportowych, 68% respondentów odpowiedziało, że „tak”, 28%, że „raczej tak”, 3%, że „raczej nie”. Wyniki wskazują, że ankietowani są przekonani o wzroście poziomu uczestnictwa Polaków w aktywnych formach kultury fizycznej.

Podsumowanie

Badania miały na celu poznanie poziomu wiedzy i przekonań praktyków *public relations* na temat kultury fizycznej. W pracy została scharakteryzowana specyfika specjalistów PR i ich społecznej roli. Jest to grupa zawodowa, która wpływa na postawy i zachowania pozostałej części społeczeństwa.

Wśród pracowników z branży *public relations* można dostrzec zainteresowanie aktywnymi formami spędzania czasu.

Uzyskane dane wskazują, że większość badanych dostrzega związek między zdrowiem fizycznym a zdrowiem psychicznym. Gros osób stwierdza, że nie można być w pełni zdrowym bez czynnego uczestnictwa w kulturze fizycznej. Ankietowani uznali, że zdrowie człowieka uzależnione jest przede wszystkim od: uwarunkowań genetycznych, racjonalnego odżywiania i środowiska, w którym człowiek żyje. Jedna czwarta badanych zauważyła, że zależy ono od innych czynników. Za najważniejszą formę dbałości o ciało uznano podejmowanie ćwiczeń sportowo-turystycznych. Sto procent badanych uznało aktywność ruchową za najważniejszą formę zapobiegania otyłości. Ponadto stwierdzono, że uczestnictwo w aktywności ruchowej korzystnie wpływa na rozwój intelektualny i społeczny człowieka. Większość ankietowanych uznała, że wychowanie fizyczne jest tak samo ważne jak inne dziedziny wychowania. Pracownicy z branży PR są zdania, że w ostatnich latach zwiększyło się uczestnictwo Polaków w różnych formach sportowych. Przeprowadzone badania wskazują, że specjaliści *public relations* zdają sobie sprawę z pozytywnej roli wysiłku fizycznego. Uzyskane wyniki mogą być podstawą dalszych badań.