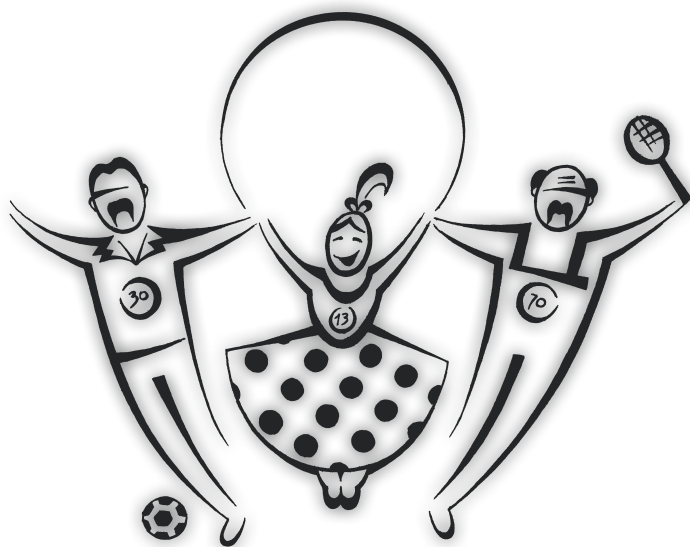


AKTYWNOŚĆ RUCHOWA LUDZI W RÓŻNYM WIEKU

NR (40) 4/2018





Partnerem publikacji jest IASK

ZUS

Publikację wspiera
Zakład Ubezpieczeń Społecznych

Nr (40) 4/2018

ISSN 2299-744X

ISBN 978-83-952524-0-2

arlrw.usz.edu.pl

ADRES REDAKCJI:

Al. Piastów 40b
71-065 Szczecin



Uniwersytet Szczeciński

Zespół redakcyjny:

Redaktor naczelna i redakcja naukowa: dr hab. Danuta Umiastowska, prof. US

danuta.umiastowska@usz.edu.pl

tel. (91) 444 27 60

Sekretarz Redakcji: Milena Schefs

aktywnosc.sekretariat@gmail.com

Współpraca - recenzenci:

prof. dr hab. UZ Ryszard Asienkiewicz (Polska); dr hab. prof. PUM Monika Białecka (Polska); dr hab. prof. AWF Małgorzata Bronikowska (Polska); dr hab. prof. AWF Jarosław Cholewa (Polska); dr hab. Monika Chudecka (Polska); prof. dr habil. Karel Frömel (Czechy); dr hab. Ewa Dybińska prof. AWF (Polska); dr n. o zdr. Magdalena Gębska (Polska); dr hab. Agnieszka Gorzkowska (Polska); dr hab. prof. AWF Krystyna Górna-Łukasik (Polska); dr hab. prof. AWF Krystyna Górniak (Polska); dr hab. Dorota Groffik (Polska); dr hab. prof. AWF Elżbieta Huk-Wieliczuk; dr Aleksander Kasprzyk; prof. dr habil. Ludmila Klimatskaya (Rosja); dr hab. prof. AWF Jan Konarski (Polska); dr hab. Katarzyna Kotarska (Polska); dr hab. Magdalena Krzykała (Polska); dr Marcin Kunicki (Polska); dr hab., prof. PO Cezary Kuśnierz (Polska); dr Katarzyna Leźnicka (Polska); dr hab. Tomasz Lisicki (Polska); dr hab. prof. AWF Eligiusz Madejski (Polska); dr hab. prof. AWF Jolanta Mogiła-Lisowska (Polska); dr hab. prof. UMK Radosław Muszkieta (Polska); dr hab. prof. US Maria Nowak (Polska); dr hab. prof. AWF Beata Pluta; prof. dr hab. Włodzimierz Starosta (Polska); prof. dr hab. Zbigniew Szot (Polska); dr hab. prof. AWF Maciej Tomczak (Polska); dr hab. prof. AWF Rajmund Tomik (Polska); prof. dr habil. Ivan Uher (Słowacja); dr hab. prof. US Danuta Umiastowska (Polska); dr hab. Iwona Wierzbicka-Damska prof. AWF; dr hab. prof. AWF Adam Wilczewski (Polska); dr hab. prof. US Teresa Zwierko (Polska); dr hab. prof. AWF Anna Zwierzchowska (Polska); dr hab. Piotr Żurek (Polska);

Korekta: Danuta Sepuco

Redakcja techniczna: Natalia Mirowska

Opracowanie graficzne, DTP: Maciej Umiastowski

Wydawca: Agencja Wydawnicza koncertowo.pl Mieczysław Podsiadło
albatros91@wp.pl

SPIS TREŚCI

TEORETYCZNE ASPEKTY AKTYWNOŚCI RUCHOWEJ

Jolanta Kijowska, Joanna Kupczyk, Agnieszka Zakrzewska

Przystosowanie wybranych obiektów użyteczności publicznej do potrzeb osób niepełnosprawnych na przykładzie Gorzowa Wielkopolskiego..... 5

Jolanta E. Kowalska

Zasada fair play w aspekcie zdrowia w opinii łódzkich gimnazjalistów..... 21

FIZJOLOGICZNO-ZDROWOTNE PODSTAWY AKTYWNOŚCI RUCHOWEJ

Ryszard Asienkiewicz, Grażyna Biczysko, Ewa Nowacka-Chiari, Ewa Skorupka

Wskaźniki budowy ciała seniorów 31

Ryszard Asienkiewicz, Jerzy Grzesiak, Damian Worchacz

Charakterystyka morfologiczna i funkcjonalna policjantów w świetle wybranych czynników społecznych i środowiskowych 39

Marta Dalecka

Zróznicowanie somatyczne i typologiczne studentek Uniwersytetu Zielonogórskiego. 49

Krystyna Górniak, Aleksandra Gołos

Pozytywne i negatywne aspekty wczesnej specjalizacji sportowej 57

Bartłomiej Hes

Charakterystyka somatyczna i motoryczna uczniów pierwszych klas sportowych o profilu akrobatyka sportowa 69

Ewa Nowacka-Chiari, Ryszard Asienkiewicz, Grażyna Biczysko, Ewa Skorupka

Skład ciała senierek z odnotowaną sarkopenią 79

Józef Tatarczuk

Dojrzewanie dziewcząt w kontekście wybranych czynników środowiskowo-społecznych 87

Damian Worchacz

Zróznicowanie dymorficzne rozwoju fizycznego i motorycznego młodzieży ponadgimnazjalnej..... 95

Evgeny Vrublevskiy, Ryszard Asienkiewicz

Zróznicowanie somatyczne i motoryczne młodzieży akademickiej (ujęcie relatywne) .. 105

AKTYWNOŚĆ RUCHOWA LUDZI DOROSŁYCH

Zbigniew Dziubiński, Patrycjusz Matwiejczuk

Aktywność rekreacyjno-sportowa praktyków public relations..... 115

Rafał Kudrys, Miłosz Witkowski, Jarosław Cholewa

Wydatek energetyczny podczas rekreacyjnego biegu górskiego, na przykładzie grupy mężczyzn w wieku 18–35 lat..... 125

Danuta Umiastowska, Hanna Żółtowska

Zależność między sprawnością funkcjonalną a parametrami somatycznymi u szczecińskich senierek 133

AKTYWNOŚĆ RUCHOWA ZAWODNIKÓW

Szymon Galas, Sylwia Bartkowiak, Ziemowit Bańkosz, Mateusz Górski,

Monika Nowakowska, Beata Pluta, Joanna Szurkowska

Poziom wybranych komponentów sprawności specjalnej w kontekście stażu treningowego i płci zawodników tenisa stołowego – badania pilotażowe..... 143

Jerzy Iwiński, Anna Iwińska

Analiza wyników testów selekcyjno-diagnostycznych zaplecza kadry narodowej Polskiego Związku Lekkiej Atletyki na przykładzie kadry województwa zachodniopomorskiego 153



Zbigniew Dziubiński, Patrycjusz Matwiejczuk

Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie, Wydział Wychowania Fizycznego

Aktywność rekreacyjno-sportowa praktyków public relations¹

Słowa kluczowe: aktywność rekreacyjno-sportowa, praktycy public relations

Wprowadzenie

Dokonując obserwacji życia społeczeństwa polskiego w ostatnim ćwierćwieczu dochodzimy do wniosku, że zachodzą w nim ogromne zmiany, które charakteryzują się wielką dynamiką i głębiokością. Zmiany te polegają na przekształcaniu się społeczeństwa nowoczesnego w społeczeństwo ponowoczesne. Charakterystycznymi cechami tego 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 tego jest wysoki odsetek ludzi dobrze wykształconych, zwiększenie zamożności społeczeństwa, dominacja nowoczesnych technologii, zwiększenie roli przestrzeni wirtualnej, ale także uczestnictwa w kulturze [1].

Jednym z niezwykle ważnych czynników dokonującej się transformacji w naszym społeczeństwie są zmiany zachodzące na gruncie kultury fizycznej. Społeczeństwo polskie, tradycyjnie odbiegające od społeczeństw zachodnich pod względem uczestnictwa w kulturze fizycznej, stało się obecnie zbiorowością ludzi aktywnych, zaangażowanych, dbających o zdrowie i sprawność fizyczną. W społeczeństwie polskim istnieje duże zróżnicowanie w zakresie realizacji wzorów kultu-

¹ Publikację przygotowano w ramach projektu DM – 52 „Postawy nowej polskiej klasy średniej wobec kultury fizycznej na przykładzie pracowników korporacji Public Relations” Wydziału Wychowania Fizycznego Akademii Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie.

ry fizycznej. Jest ono uwarunkowane na wielu poziomach, w zależności od wieku, płci i wykształcenia. 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 religijnej [2].

Autorzy po dogłębnej analizie literatury przedmiotu przyjęli, że pracownicy Public Relations to charakterystyczna grupa, postrzegana jako nowoczesna, kreatywna, wszechstronna, kreująca styl życia społeczeństwa [3].

Można wskazać wiele definicji public relations. Posiadają one jednak wspólny mianownik. Każda z tych definicji zawiera wyraźną sugestię budowania relacji w oparciu o komunikację z otoczeniem. Praktycy public relations mogą rozumieć otoczenie w wąskim ujęciu, wyłącznie jako grupę odbiorców związanych z daną firmą, organizacją związaną zależnościami bezpośrednimi, lub też w szerokim ujęciu, jako konieczność budowania takich relacji ze społeczeństwem, w którym firma, organizacja funkcjonuje. Coraz więcej organizacji postrzega funkcję i rolę PR szerzej. Wśród części społeczeństwa panuje jednak przekonanie, że praktycy PR działają na niekorzyść ogółu, dbając o interesy tylko niektórych grup [4].

Public relations definiowany jest różnorodnie. Za najbardziej znaną definicję public relations możemy uznać tę autorstwa Gruninga i Hunta. Autorzy identyfikują PR z zarządzaniem i komunikacją między organizacją a różnymi grupami jej odbiorców. Każde działanie public relations, aby można je było ocenić jako profesjonalne powinno uwzględniać korzyści dla organizacji, praktyka PR i społeczeństwa. Jest to współzależność, w której organizacja jest zleceniodawcą, a specjalista PR zleceniobiorcą i jednocześnie wykonawcą, zaś społeczeństwo obszarem, w którym działania te są realizowane i odciskają się pozytywnymi lub negatywnymi skutkami. Dużą rolę odgrywa tu postawa, system wartości specjalistów PR [5].

Od specjalisty PR oczekuje się zdolności organizacyjnych, zaangażowania, umiejętności pracy zespołowej, dobrej organizacji czasu, zdolności dyplomatycznych, umiejętności łagodzenia konfliktów. Wymagane umiejętności to: sprawność w rozwiązywaniu problemów, praca w zespole, czytanie ze zrozumieniem i pisanie, kompetencje w zakresie obsługi komputera i wykorzystania Internetu, zdolność wywierania wpływu na społeczeństwo. Od praktyków PR wymaga się również sprawności fizycznej. Specjaliści PR to osoby kreujące wizerunek i korzystające z narzędzi kształtujących postawy społeczeństwa wobec różnych obszarów kultury, między innymi w stosunku do aktywności rekreacyjno-sportowej. Z tego względu, niezwykle istotne jest poznanie uczestnictwa przedstawicieli tej zbiorowości w aktywności rekreacyjno-sportowej. Oczywiście jest, że prace specjalistów PR mają przynieść korzyści tym organizacjom, które zlecają im przedstawicielstwo i przekazują profit uzyskanego w ten sposób przychodu. Problemem jest natomiast, gdy w trakcie realizacji tych zadań specjaliści PR działając na rzecz zleceniodawcy, przyczyniają się do generowania negatywnych zjawisk w społeczeństwie. Mowa tu o tak zwanym

czarnym public relations. W terminologii anglojęzycznej odnosząc się do czarnego PR stosuje się raczej określenia *media spinning*, *negative campaigning*, tj. „kampania negatywna” lub *black magic* – „czarne sztuczki”. Tzw. czarny PR to nakręcanie mediów przez przemykanie do gazet, internetu i telewizji zmanipulowanych albo wręcz fałszywych informacji wymierzonych w wizerunek i interesy przeciwnika biznesowego lub politycznego a także oczernianie konkurencji, działania dezintegracyjne, systematyczna intoksykacja opinii publicznej [6, s. 30].

Po raz pierwszy pojęcie „postawy” zdefiniowano jako psychiczny stan gotowości do słuchania, uczenia się czegoś, stan, który jest warunkiem przyswojenia sobie prawdziwej wiedzy. Sukcesywnie zaczęło pojawiać się coraz więcej prac i definicji na temat postaw, w których autorzy zakładali, że posiadają one złożoną strukturę. Według nich postawy składają się z wielorakich komponentów i aspektów. Ich istnienie lub brak oraz wzajemne relacje między nimi implikują znaczenie dla poznania i zrozumienia omawianej kategorii. Takie strukturalne podejście zakładali Daniel Katz i Ezra Stotland, którzy wyróżniał trzy główne składniki postaw [7, s. 423-475].

Niezwykle ważne dla realizacji tak zaplanowanych badań jest przyjęcie założenia teoretycznego dotyczącego struktury wewnętrznej postawy. Według E. Aronsona, T. Wilsona i R. Akerta, „postawy składają się z trzech części, nazywanych komponentami: poznawczej, składającej się z myśli i przekonań dotyczących obiektu postawy; emocjonalnej, składającej się z reakcji emocjonalnych wobec obiektu postawy oraz behawioralnej, składającej się z działań lub widocznych zachowań wobec obiektu postawy” [8, s. 288].

Komponentem interesującym autorów niniejszej pracy jest komponent behawioralny, którego wyrazem jest uczestnictwo w aktywności rekreacyjno-sportowej. Jest on określany jako mniej lub bardziej jednorodny zespół dyspozycji do zachowania się w określony sposób wobec obiektu postawy, ale także zespół faktycznych działań jednostkowych o zbiorowych.

Zatem postawy behawioralne polegają na określonych zachowaniach. „Jednostki wnioskuje o swoich postawach na podstawie własnych zachowań. Tego typu sytuacja zachodzi, kiedy na początku wykazują postawę słabą bądź niejednoznaczną. W innym przypadku postępują w ten sposób, gdy nie widzą innego realnego wyjaśnienia dla swoich zachowań.

Material i metody

Głównym celem badania jest poznanie uczestnictwa w aktywności rekreacyjno-sportowej omawianej zbiorowości. Badaniami objęta została losowa, probabilistyczna próba pobrana z operatu populacji, który stanowi 200 pracowników agencji Public Relations pracujących na terenie Warszawy, zrzeszonych w Polskim

Związku Public Relation. Jest to próba losowa wyłoniona zgodnie z zasadą EPSEM (metodą równego prawdopodobieństwa wyboru).

W pracy przeprowadzono analizę literatury przedmiotu, która poprzedziła badania własne. Umożliwiło to dokonanie właściwego wyboru problemu badawczego, w taki sposób, aby nie był on zwykłym powtórzeniem wcześniej prowadzonych badań, ale stanowił nowatorski, ważny wkład do rozwoju wiedzy naukowej w tym przypadku, wiedzy w zakresie nauk społecznych o kulturze fizycznej. Drugą metodą wykorzystaną w pracy był sondaż diagnostyczny. Zastosowanie tej metody wpłynęło na wytypowanie techniki badawczej, ale także narzędzia badawczego. Jako technikę badawczą zastosowano wywiad pisemny. natomiast narzędziem badawczym był autorski kwestionariusz ankiety. Kwestionariusz ankiety składa się z 32 skategoryzowanych pytań, w tym 6 tzw. pytań metryczkowych oraz 26 pytań merytorycznych, mających zarówno formułę półotwartą jak i zamkniętą.

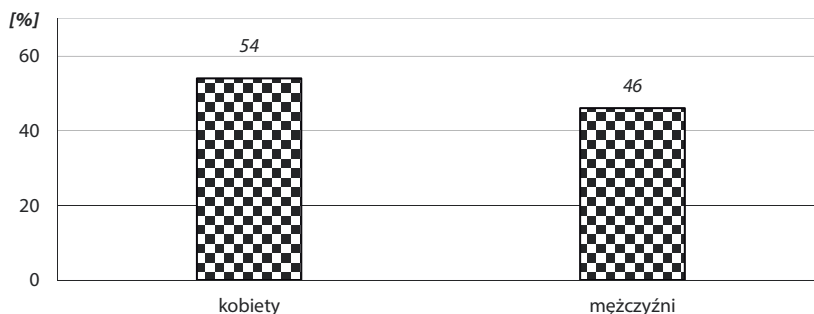
Przed ilościowymi, zasadniczymi badaniami ankietowymi zostały też przeprowadzone badania jakościowe, a mianowicie wywiad ustny bezpośredni, z wykorzystaniem scenariusza wywiadu skonstruowanego na podstawie kwestionariusza ankiety do badań sondażowych. Wzięło w nich udział 10 respondentów. Wywiad miał formę ukierunkowanej rozmowy z każdym badanym osobno. Celem pilotażu było wstępne sprawdzenie trafności narzędzia ale także uzyskanie szerszego oglądu badanego wycinka rzeczywistości oraz sprawdzenie poprawności założonej procedury badawczej, konstrukcji próby badawczej, przyjętych wskaźników zmiennych itp. Miał też na celu sprawdzenie trafności narzędzia badawczego, ale również adekwatności konstrukcji pytań i przypisanych do nich kafeterii.

Do analizy zebranych danych empirycznych zostały wykorzystane metoda idiograficzna i metoda nomotetyczna. Wyjaśnianie idiograficzne jako forma rozumowania przyczynowego, polegało na ukazaniu wszystkich przyczyn określonego zdarzenia i na kompletnym zdefiniowaniu jakiegoś przypadku. Wyjaśnianie nomotetyczne polegało na poszukiwaniu wyjaśnień dla pojedynczych przypadków, ale przede wszystkim dla danej klasy zdarzeń [9].

Badania empiryczne, mające charakter ilościowy, polegały na wypełnieniu przez badanych ankiety nt. „Postawy wobec kultury fizycznej”. Na potrzeby artykułu wykorzystano analizę pytań ankiety odnoszących się do behawioralnego komponentu postawy. Analizy statystyczne zostały przeprowadzone z zastosowaniem programu komputerowego SPSS for Windows, SurveMonkey oraz Microsoft Office Excel 2013. Zbadano istotności różnic w rozkładach częstości za pomocą testów chi-kwadrat. W celu udzielenia odpowiedzi na postawione pytania badawcze i przetestowania postawionych hipotez przeprowadzono analizy statystyczne przy użyciu pakietu IBM SPSS. Za jego pomocą wykonano analizę częstości oraz testy zgodności rozkładów χ^2 . Za poziom istotności przyjęto $\alpha = 0,05$.

Wyniki

W pierwszej części analiz skupiono uwagę na zmiennych socjo-demograficznych istotnych z punktu widzenia problemów badawczych. Pierwszą badaną zmienną była płeć respondentów. Wykonano analizę częstości, z której wynikało, że wśród ankietowanych było więcej kobiet. Następnie sprawdzono, czy zaistniała różnica była istotna. W tym celu przeprowadzono test zgodności rozkładów χ^2 . Wyniki wskazały, że rozkład kobiet i mężczyzn w grupie uczestników badania nie odbiegał istotnie statystycznie od rozkładu teoretycznego [$\chi^2_{(1)} = 1,28; p = 0,258$]. Grupa badanych składała się w 54% z kobiet. Drugą rozważaną zmienną był wiek respondentów. Z rozbieżności w liczebnościach przedziałów wiekowych można przypuszczać, że proporcje tych grup są istotnie statystycznie różne. Wynik testu χ^2 potwierdził tę tezę [$\chi^2_{(2)} = 96,01; p < 0,001$]. 53,5% to osoby w wieku od 31 do 50 lat, 45,5% to osoby poniżej 30 roku życia, 1% respondentów ma więcej niż 51 lat, czyli przeważają osoby młode lub stosunkowo młode. Kolejną z rozpatrywanych zmiennych socjo-demograficznych była sytuacja ekonomiczna uczestników badania. 68% z nich uważa swoją sytuację ekonomiczną za dobrą, 31,5% za średnią a tylko 1 respondent za złą co może świadczyć o wysokich zarobkach w omawianym zawodzie.



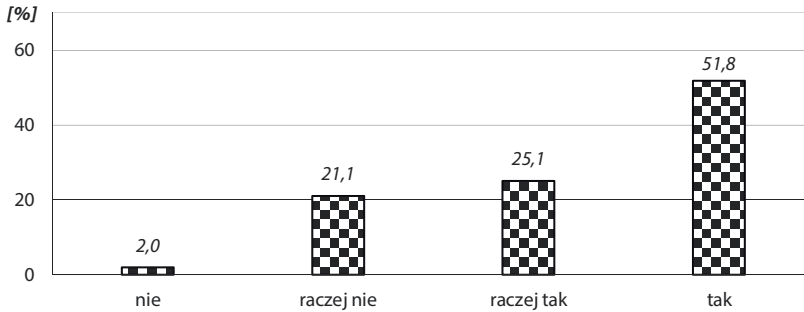
Rycina 1. Badani ze względu na płeć

Źródło: opracowanie własne.

W kolejnej części badania analizowano zachowania deklarowane przez pracowników public relations. Ankietowanych poproszono o udzielenie odpowiedzi, które wspólnie tworzą komponent behawioralny. Na pytanie: jak najczęściej spędzasz swój czas wolny od zajęć obowiązkowych 25% badanych odpowiedziało, że spotyka się ze znajomymi, 19% uczestniczy w zajęciach sportowo-rekreacyjnych, 11% odpoczywa biernie. Czytaniem książek i publicystyką kulturalną w czasie wolny zajmuje się 10% badanych, 8% odwiedza muzeum, kino czy teatr. Granie na komputerze lub surfowanie w Internecie zadeklarowało 6,5% ankietowanych, a 5% ogląda różne programy telewizyjne. Inaczej czas wolny spędza 15,5% responden-

tów, wymieniając między innymi wycieczki turystyczne. Z wyniku testu odczytano, że są one istotnie statystycznie różne [$\chi^2_{(7)} = 52,56; p < 0,001$].

W odpowiedzi na pytanie: czy uczestniczysz w aktywnych formach sportowych bądź turystycznych 51,8% respondentów odpowiedziało, że tak, 25,1% wskazało, że raczej tak, 21,1% - raczej nie, 2% - nie. Proporcje odpowiedzi respondentów są różne [$\chi^2_{(3)} = 100,28; p < 0,001$].



Rycina 2. Badani ze względu na uczestnictwo w aktywnych formach sportowych bądź turystycznych

Źródło: opracowanie własne.

Ankietowani najczęściej wybierają w czasie wolnym aktywność ruchową w postaci: siłowni – 23,2%, jazdy na rowerze – 20,2%, uczestnictwa w zajęciach Fitness – 19,6%, biegania – 17,9%, pływania – 11,9%, gry w piłkę nożną – 4,8 %, sporty walki - 2,4%. wyniki testu zgodności rozkładu były istotne statystycznie [$\chi^2_{(6)} = 46,42; p < 0,001$], zatem proporcje odpowiedzi były różnorodne.

Na pytanie: z jaką częstotliwością uczestniczysz w aktywności rekreacyjno-sportowej w czasie wolnym, 41,2% badanych odpowiedziało – 3 razy w tygodniu i więcej, 16,6% badanych ćwiczy 2 razy w tygodniu, 22,1% - rzadko i niesystematycznie, 17,1% - raz w tygodniu. 3% ankietowanych wskazało, że w ogóle nie uczestniczy w aktywności rekreacyjno-sportowej. Odpowiedzi na to pytanie były zróżnicowane, co potwierdza test zgodności rozkładów [$\chi^2_{(4)} = 75,90; p < 0,001$].

Na pytanie: w jakich formach zajęć rekreacyjno-sportowych w czasie wolnym obecnie uczestniczysz, 54,1% respondentów odpowiedziało, że sami organizują sobie aktywność fizyczną, 16,8% uczestniczy w zajęciach klubu fitness, 11,7% w aktywności organizowanej przez grupę koleżeńską, 7,1% w zajęciach klubu sportowego, 3,1% w aktywności organizowanej przez rodzinę. 7,1 % ankietowanych wskazało, że nie uczestniczy w żadnych zajęciach ruchowych. Test wskazał na istotne statystycznie różnice pomiędzy ilościami wykonywanych, poszczególnych form zajęć ruchowych [$\chi^2_{(5)} = 210,59; p < 0,001$].

Ankietowani na pytanie: jak traktujesz swoje zdrowie wskazali, że nie zajmują się nim tak długo dopóki nic i nie dolega - 61%. systematycznie dbają o zdrowie i dążą do jego rozwoju – 39%. Testem zgodności rozkładów sprawdzono, że różnica ta jest istotna statystycznie [$\chi^2_{(1)} = 9,68; p = 0,002$].

Na pytanie: czy oglądasz transmisje sportowe w telewizji, 32,7% badanych odpowiedziało, że raczej nie, 27,6% - nie, 21,6% - tak, 18,1% - raczej tak. Wynik testu badającego zgodność rozkładów był istotny statystycznie [$\chi^2_{(3)} = 9,95; p = 0,019$], co wskazuje na występowanie przynajmniej jednej różnicy w proporcjach udzielonych odpowiedzi.

Respondenci za najistotniejszą motywację do uczestnictwa w aktywności fizycznej uznali chęć poczucia satysfakcji – 25,1%, odczucie potrzeby organizmu – 24,1%, doświadczenia przyjemności – 20,6% chęć poprawienia wyglądu – 18,6%. Zdrowotną konieczność wskazało – 7,5% badanych, chęć utrzymania kontaktu z określonym gronem osób – 1%. Odpowiedź „inne” zaznaczyło – 3 % ankietowanych wskazując na połączenie powyższych czynników. Testem zgodności rozkładów sprawdzono, że różnica ta jest istotna statystycznie [$\chi^2_{(1)} = 9,68; p = 0,002$].

Na pytanie: która z przeszkód uczestnictwa w aktywności fizycznej jest w Twoim przypadku najważniejsza, 55% badanych wskazało brak czasu, 23% - lenistwo, 6% - zły stan zdrowia, po 3% - brak odpowiedniego towarzystwa i brak pieniędzy 2,5% - niewystarczająca kondycja fizyczna, 2% - zła organizacja ćwiczeń, 2% - brak miejsca gdzie można ćwiczyć. Odpowiedź „inne” zaznaczyło 4% ankietowanych wskazując między innymi na słaby dostęp do obiektów sportowych.

Dyskusja i wnioski

Badania miały na celu poznanie uczestnictwa praktyków public relations w aktywności rekreacyjno-sportowej. Ogół społeczeństwa wykazuje coraz większe zainteresowanie tą dziedziną życia. 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 formie treningu zdrowotnego, kierując się motywami zdrowotnymi oraz dbałością o estetyczny wygląd ciała. 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 zachęcają do zainteresowania się aktywnością ruchową. Mimo to część badań podważa optymizm Polaków związany z uczestnictwem w aktywności sportowo-rekreacyjnej.

Michał Lenartowicz stwierdza, że uczestnictwo to zależy od takich zmiennej jak: wiek, płeć, oraz miejsce zamieszkania, a także, co nie mniej ważne, wykształcenie, wykonywany zawód i dochody. Wskazuje również, że udział Polaków

w kulturze fizycznej, kształtuje się na poziomie od 20% do 50%. Plasuje to Polskę na dalekim miejscu, w porównaniu do krajów „starej” Unii Europejskiej. Jednakże jest to i tak lepszy wynik, niż jeszcze kilka/kilkanaście lat temu [10].

Z badania Głównego Urzędu Statystycznego z 2016 roku nad uczestnictwem Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej wynika, że odsetek uczestniczących wynosi 46% w tym 22% badanych uczestniczyła regularnie a 26% sporadycznie.

Otrzymane wyniki badań własnych pokazują, że praktycy public relations z Warszawy uzyskują bardzo wysokie wyniki na tle populacji Polaków. Praktycy public relations licznie spędzają swój czas wolny uczestnicząc w aktywności rekreacyjno-sportowej. Ponad połowa z nich sama organizuje sobie aktywność ruchową w postaci jazdy na rowerze i biegania. Wśród zorganizowanych form ruchu wymienia się przede wszystkim fitness i ćwiczenia na siłowni. Prawie połowa respondentów ćwiczy trzy razy w tygodniu. Wśród przeszkód w uczestnictwa w aktywności rekreacyjno-sportowej wymienia się przede wszystkim brak czasu i lenistwo..

Przedstawione wyniki badań empirycznych potwierdzają tezę, że specjaliści public relations charakteryzują się wysokim poziomem uczestnictwa w aktywności rekreacyjno-sportowej. Świadczy to także o tym, że badana grupa zawodowa, jako reprezentacja nowej polskiej klasy średniej bierze udział w promowaniu pozytywnych postaw i zachowań w dziedzinie kultury fizycznej w polskim społeczeństwie. Uzyskane dane wyniki mogą być inspiracją dalszych badań.

Piśmiennictwo

1. Sztompka P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Kraków, Znak. 2003.
2. Dziubiński Z., Krawczyk Z. (red.), *Socjologia kultury fizycznej*. Warszawa, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Warszawie. 2012.
3. Knecht Z., *Public relations w administracji publicznej*. Warszawa, Wydawnictwo C.H. Beck. 2006.
4. Mika S., *Psychologia społeczna*. Warszawa, Państwowe Wydawnictwo Naukowe. 1987.
5. Grunig J., Hunt T., *Managing public relations*. New York, Holt, Rinehart and Winston. 1984.
6. Olędzki J., *Public relations w komunikacji społecznej*. W: J. Olędzki, D. Tworzydło (red.), *Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*. Warszawa, Państwowe Wydawnictwo Naukowe. 2006, s. 17-48.
7. Katz D., Stotland E., *A preliminary statement to a theory of attitude structure and change*. W: S. Koch (red.), *Psychology: A study of a Science*. New York, McGraw Hill. 2012. Vol. 3, s. 423-475.
8. Aronson E., Wilson T., Akert R., *Psychologia społeczna. Serce i umysł*. Poznań, Zysk i S-ka. 1997.
9. Babbie E., *Podstawy badań społecznych*. Warszawa, Państwowe Wydawnictwo Naukowe. 2008.

10. Lenartowicz M., *Klasowe uwarunkowania sportu i rekreacji ruchowej z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu*. Warszawa, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Warszawie. 2012

PHYSICAL FITNESS AMONG PUBLIC RELATIONS PRACTITIONERS

Summary

Keywords: *recreational and sports activity, public relations*

Socio-economic transformations in Poland, have resulted in a change of the social structure which has decisively influenced alterations in attitudes and behavior of Polish society. Emerging of new professions, such as PR professionals, have had a major impact on those changes. The research included 200 PR professionals working in Warsaw. The conclusion was that respondents spend their free time participating in sports and sport-related activities. Among the organized forms of exercises most popular were fitness and gym exercises. Among the obstacles for systematic physical fitness participation respondents pointed out the lack of time and laziness. Conclusions show that PR professionals consider physical fitness to be important among other activities, and think of it as a source of pleasure and health important for many aspects of their life, including physical, psychological and relationship-related.