
„Turizm” 2018, 28/2

Ewa Malchrowicz-Moško

ORCID 0000-0002-7676-1477

Maciej Młodzik

Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu
Wydział Turystyki i Rekreacji
Katedra Humanistycznych Podstaw Turystyki i Rekreacji
malchrowicz@awf.poznan.pl, maciej_mlodzik@wp.pl

Adrianna Banio

ORCID 0000-0001-5514-9177

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Kultury Fizycznej i Promocji Zdrowia
Katedra Teorii i Praktyki Sportu
adrianna.banio@wp.pl

Adam Omorczyk

Uniwersytet Śląski w Katowicach
Wydział Nauk Społecznych
adam.omorczyk@gmail.com

TRIATHLON JAKO FORMA KONSUMPCJI SPORTOWEJ – MOTYWACJE DO UDZIAŁU

Abstrakt: W artykule zaprezentowano triathlon jako nowoczesną formę konsumpcji sportowej. W części teoretycznej opisano znaczenie imprez triathlonowych dla rozwoju turystyki oraz promocji zdrowia i aktywności fizycznej. W części empirycznej przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych podczas imprezy Triathlon Środa Wielkopolska 2018. Ustalono profil społeczno-demograficzny uczestnika imprezy (N = 109) oraz jego motywację do wzięcia w niej udziału. Informacje zawarte w artykule mogą mieć duże znaczenie dla osób zaangażowanych w rozwój sportu i turystyki w małych miejscowościach w Polsce.

Słowa kluczowe: triathlon, promocja aktywności fizycznej, turystyka sportowa.

1. WPROWADZENIE

Triathlon, inaczej trójbój, to konkurencja sportowa, która łączy w sobie trzy dyscypliny – pływanie, bieganie i jazdę na rowerze. Celem takiego połączenia jest nie tylko utrudnienie całości zawodów, ale również uatrakcyjnienie ich, zwłaszcza dla potencjalnego obserwatora. Pierwsza edycja triathlonu odbyła się w 1974 r. w Stanach Zjednoczonych, w Polsce zaś – 10 lat później w Poznaniu. Jako dyscyplina olimpijska triathlon pojawił się dopiero na igrzyskach olimpijskich w Sydney w 2000 r. Nie jest to jeszcze bardzo popularna konkurencja, jednak – jak zostanie wskazane w dalszej części tekstu – z roku na rok cieszy się ona coraz większym powodzeniem. Z tego powodu głównym celem niniejszego artykułu jest wnikliwe przyjrzenie

się zjawisku triathlonu i ustalenie profilu społeczno-demograficznego jego uczestników oraz sprawdzenie, jakie motywy skłaniają Polaków do brania w nim udziału. Są to istotne informacje dla osób zaangażowanych w organizację sportu i turystyki w miastach, dlatego też, wybierając jako *case study* Triathlon Środa Wielkopolska 2018, dodatkowo sprawdzono, jak udział w imprezie triathlonowej wpływa na promocję zdrowia i aktywności fizycznej.

W ostatnich latach można zaobserwować dynamiczny wzrost znaczenia sportu i rekreacji w życiu człowieka ponowoczesnego, a także zwiększenie zainteresowania zdrowym stylem życia. Jest to efekt m.in. rozwoju w społeczeństwach zachodnich ideologii healthizmu

(CRAWFORD 2006). Termin ten, ukuty przez Roberta Crawforda na początku lat 80. XX w., oznacza koncentrację (często nadmierną) na zdrowiu i medycynie tradycyjnej zwłaszcza w społeczeństwach zachodnich (BOROWIEC, LIGNOWSKA 2012). Dla współczesnego konsumenta dóbr kultury sport i turystyka, jako składowe stylu życia, stają się istotnym wyznacznikiem zasad, reguł i wartości. Ich przestrzeganie i pielęgnowanie stwarza przesłanki dla wielowymiarowego rozwoju człowieka zarówno w sferze fizycznej, jak i duchowej. Postępowy człowiek, usprawniający swoje ciało w czasie wolnym, doświadcza dynamicznych przeobrażeń w wymiarze fizyczno-duchowym. W społeczeństwach nowoczesnych (zwłaszcza na Zachodzie) osoby deklarujące się jako aktywne, rozwijają się ponad przeciętną normę ludzkiej aktywności i kreatywności. W tej sytuacji istotne jest omówienie zagadnienia turystyki sportowej jako zjawiska społeczno-kulturowego, oddziałującego na środowisko przyrodniczo-kulturowe i gospodarce człowieka i sprzyjającego samorealizacji oraz urzeczywistnianiu preferowanego dziś stylu życia. Promowanie aktywnego stylu życia jest ważnym elementem polityki społecznej wielu państw. Istotną rolę w tym procesie odgrywają środki masowego przekazu oraz masowe imprezy sportowo-rekreacyjne, skierowane do sportowców amatorów. *Eventy* te stały się ważnym elementem rozwoju turystyki sportowej – dziś jednej z najszybciej rozwijających się gałęzi branży turystycznej. Pomagają one także miastom i regionom w poprawie wizerunku miejsca (*marketing place*). Dlatego istotne jest badanie przyczyn uczestnictwa w imprezach sportowych, zarówno w kontekście kultury fizycznej i promocji zdrowia, jak i turystyki i żywienia gospodarczego regionów turystycznych.

2. WPŁYW MASOWYCH IMPREZ SPORTOWO-REKREACYJNYCH NA PROMOCJĘ ZDROWIA ORAZ ROZWÓJ TURYSTYKI – PRZEGLĄD TEORETYCZNY

Prowadzenie aktywnego stylu życia staje się w Polsce bardzo modne. Przez socjologów jest ono pozytywne za cechę dystynktywną klasy średniej (BOROWIEC, LIGNOWSKA 2012, STEMPIEŃ 2016). Można uznać, iż jest to pozytywne zjawisko, ponieważ brak aktywności fizycznej uznaje się obecnie za jeden z głównych czynników rozwoju wielu chorób cywilizacyjnych – cukrzyca, otyłość, nadciśnienia, chorób układu sercowo-naczyniowego itd. Wspomniane schorzenia przyczyniają się z kolei do generowania wysokich kosztów dla państwa – bezpośrednich, tj. opieki zdrowotnej, oraz pośrednich, tj. zmniejszenia produkcji spowodowanego chorobą i związaną z nią niezdolnością do pracy lub przedwczesną śmiercią (WARBURTON, NICOL, BRE-

DIN 2006). Dlatego dąży się do tego, aby społeczeństwo, także polskie, było aktywne fizycznie. Według World Health Organization (Światowa Organizacja Zdrowia) dorośli powinni przez co najmniej 150 minut tygodniowo podejmować wysiłek fizyczny o umiarkowanej intensywności lub przez minimum 75 minut tygodniowo – aktywność o wysokiej intensywności (www.who.int). Naukowcy oraz pracownicy służby zdrowia od lat poszukują odpowiedzi na pytanie, dlaczego niektóre osoby są aktywne fizycznie, podczas gdy inne nie. Motywy podejmowania aktywności fizycznej są bardzo złożone, a motywacja jest kluczowym czynnikiem wpływającym na aktywizację i utrzymanie zachowań jednostek (AALTONEN i in. 2012).

Od kilkunastu lat w Polsce rozwija się ideologia *healthismu*. Zakres tego trendu społecznego jest niezwykle zjawiskiem, rozpatrywanym na wielu poziomach, ze względu na szereg składających się na nie czynników (także interdyscyplinarnych). Wydaje się, że aktywność fizyczna Polaków w ostatnich dwóch dekadach wzrosła. Pozytywne zmiany zaczęły być dostrzegalne już po przemianach politycznych w Polsce w 1989 r. Wcześniej Polacy byli narodem, który w porównaniu do społeczeństw zachodnich wykazywał znacznie niższą aktywność fizyczną. Po wstąpieniu do Unii Europejskiej Polska znalazła się na końcu listy krajów Europy pod względem aktywności fizycznej. Aktualnie zajmuje miejsce pośrodku tej listy. Na wzrost aktywności fizycznej Polaków wpłynęły czynniki społeczne, kulturowe i ekonomiczne. Obecnie obywatele Polski są lepiej wykształceni, zamożniejsi, mają więcej wolnego czasu niż kiedyś, a ponadto przenoszą się do miast, w których dynamicznie rozwinęła się infrastruktura sportowa – baseny, kluby fitness i ścieżki rowerowe. Jeszcze kilkanaście lat temu Polacy pracowali głównie fizycznie (np. na roli, w fabrykach), dlatego po pracy nie myśleli już o bieganiu czy pływaniu. Dzisiaj proporcje te zmieniają się na rzecz pracy intelektualnej (np. w biurach, zdalnie z domu). Ponadto poprzez sposób spędzania wolnego czasu ludzie podkreślają swój status społeczny. Sport i turystyka sportowa stały się charakterystyczną cechą klasy średniej w Polsce. Bardzo widoczne jest zwłaszcza nastanie mody na bieganie. W ostatnich latach na znaczeniu i popularności zyskują także wymagające, ekstremalne formy aktywności sportowej, takie jak np. triathlon.

Polacy wciąż są jednak bardziej podobni do mniej aktywnych sportowo mieszkańców krajów Europy południowej (m.in. Grecja), niż choćby do państw skandynawskich, w których aktywna jest zdecydowana większość mieszkańców (BIERNAT, PIĄTKOWSKA 2012). Można też z przekorą stwierdzić, że Polacy są triathlonistami – ich ulubione dyscypliny to: bieganie (33% osób aktywnych fizycznie), pływanie (29%) i jazda na rowerze (53%) (*Aktywność fizyczna Polaków TNS Polska 2015*). Warto jednak zaznaczyć, że moda na zdrowy

i aktywny tryb życia jest obecna w Polsce od dłuższego czasu. Imprezy biegowe są organizowane już nawet w małych polskich miastach. Wśród aktywnych fizycznie Polaków zmieniają się sposób konsumpcji i wybierane formy aktywności fizycznej. Pod tym względem zmierzamy ku zachodnim wzorcom. Sport masowy i udział w masowych imprezach sportowych rozwija się w Polsce dynamicznie. Coraz częściej Polacy stają się też turystami sportowymi. Udział w organizowanych, masowych imprezach sportowych i rekreacyjnych jest obecnie niezwykle atrakcyjną formą rekreacji fizycznej. Widać to przede wszystkim na przykładzie imprez sportowych, takich jak maratony i półmaratony, które mają istotny wpływ na ożywienie turystyczne miast i regionów i w których frekwencja w Polsce w ostatnich latach wzrosła o kilkaset procent: Poznań Półmaraton (wzrost od 2008 r. o 800%), Poznań Triathlon (wzrost od 2013 r. o 300%), Poznań Bike Challenge (wzrost od 2014 r. o 40%), Poznań Maraton (wzrost od 2000 r. o 900%) (opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych od organizatorów wydarzeń, wrzesień 2018 r.). Od 2000 r. znacznie wzrosła liczba zorganizowanych imprez i zawodników biorących w nich udział. Każdego roku w kraju odbywa się ponad 15 dużych maratonów (mowa tu tylko o tych maratonach, w których uczestniczą tysiące osób). Poznań jest przykładem miasta, które ma bardzo szeroką ofertę imprez sportowych. W mieście i w Wielkopolsce co roku jest organizowanych ponad 500 wydarzeń na różnych poziomach, co stawia ten region w czołówce organizatorów imprez biegowych w kraju. Ze względu na tę tendencję badacze zwracają uwagę na kwestię motywacji biegaczy, zwłaszcza że w kontekście codziennego życia zarówno trening, jak i przygotowania do wyjazdu na imprezę sportową są swego rodzaju luksusem. Odbywanie treningów jest bardzo wyczerpujące, a osoby zaangażowane w triathlon stawiają sobie szczególnie wysokie wymagania co do wysiłku fizycznego.

Promocja zdrowia i aktywności fizycznej to ważna funkcja współczesnych wydarzeń sportowych. Według Eurobarometru regularną aktywność w Polsce wciąż podejmuje tylko 27% społeczeństwa, co daje nam miejsce pośrodku listy państw Unii Europejskiej. Zgodnie z raportem CBOS główną przyczyną uprawiania sportu przez Polaków jest zdrowie (70%) i przyjemność (61%). Blisko co druga osoba podejmująca aktywność fizyczną deklaruje, że ćwiczy dla lepszego samopoczucia, żeby odreagować stres i być w dobrej formie (47%). Analizując wyniki badań przeprowadzonych w ramach Projektu Społecznego 2012 na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki, można zaobserwować duże zróżnicowanie pod względem częstotliwości podejmowania aktywności fizycznej przez mieszkańców poszczególnych województw (BIERNAT, PIĄTKOWSKA 2012). Wyniki te pokazały, że jedynie w dwóch województwach (wielkopolskim i dolnośląskim) w bada-

niu wzięło udział więcej osób aktywnych (uprawiających sport codziennie lub często) niż nieaktywnych. Z raportu analitycznego *Ocena korzyści społecznych inwestycji w sport w odniesieniu do ponoszonych kosztów*, wykonanego w 2016 roku przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, wynika, że osoby młode są aktywne znacznie częściej niż osoby starsze (Ministerstwo Sportu i Turystyki 2016). Wraz z wiekiem poziom aktywności maleje i zmniejsza się jej intensywność. W grupie wiekowej 15–24 lat odsetek osób o najniższym poziomie aktywności fizycznej wynosi 38%. W grupie wiekowej 55–64 lat jest to 72%, a w grupie 75–84 lat – 95%. W tym zaś całkowicie nieaktywnych fizycznie jest odpowiednio 24%, 61% oraz 91% badanych. Adekwatnie wraz z wiekiem maleje odsetek osób o najwyższym poziomie aktywności fizycznej. Wśród osób w wieku 15–24 lat stanowią one 39%, zaś w grupie 55–64 lat – 12%. Oprócz wieku kolejnym czynnikiem istotnie różnicującym poziom aktywności fizycznej jest wykształcenie. Obserwujemy, że odsetek osób aktywnych fizycznie w grupie badanych z wykształceniem wyższym jest zdecydowanie większy niż w całej populacji i wynosi 53%. Przeciętny czas poświęcany przez Polaków na aktywność fizyczną w czasie wolnym wynosi 2 godziny 50 minut tygodniowo (BIERNAT, PIĄTKOWSKA 2012). Dane te znajdują odzwierciedlenie w opublikowanym w 2013 r. raporcie CBOS *Aktywność fizyczna Polaków*, opracowanym przez MAŁGORZATĘ OMYŁĘ-RUDZKĄ (2013). Można natomiast zauważyć różnicę między zawartymi w dwóch raportach informacjami na temat aktywności fizycznej kobiet i mężczyzn. Zgodnie z raportem Ministerstwa odsetek ćwiczących wśród obu płci jest taki sam, natomiast wyniki opublikowane przez CBOS świadczą o tym, że mężczyźni częściej niż kobiety podejmują aktywność fizyczną. W celu zachęcenia przedstawicieli jak największej liczby grup społecznych do aktywności fizycznej w świecie sportu pojawia się współcześnie wiele nowych dyscyplin, a te, które już istnieją, podlegają dalszej dywersyfikacji. Przykładem nowej propozycji dla sportowców amatorów mogą być triatlony, które przed ich uczestnikami stawiają wysokie wymagania fizyczne oraz psychiczne. Triathlon może być traktowany jako nowoczesna forma konsumpcji sportowej.

Według A. ALDRIDGE'A (2006) termin „konsumpcja” powiązany jest z wszelkimi dobrami oraz usługami. Jego znaczenie ukształtowało się głównie pod wpływem przekształcenia się współczesnego społeczeństwa produkcyjnego w ponowoczesne społeczeństwo konsumpcyjne, ukierunkowane na poszukiwanie doznań i wrażeń (SCHULZE 1992). Te przemiany społeczne zbiegły się w czasie z rozwojem nowożytnego sportu i spowodowały jego stopniowe włączanie w główny nurt kultury konsumpcji. Konsumpcja sportowa w wąskim ujęciu może obejmować udział kibiców w imprezach sportowych na żywo (konsumpcja bezpośrednia)

lub za pośrednictwem mediów (konsumpcja pośrednia). Natomiast w szerszym ujęciu konsumpcję sportową należy traktować jako uczestnictwo w usługach sportowo-rekreacyjnych. Sport jest produktem, na który cały czas rośnie popyt i który zaspokaja wiele potrzeb emocjonalnych współczesnego człowieka. Kierunek zmian rozwojowych w dzisiejszej aktywności sportowo-rekreacyjnej określa się bowiem mianem przejścia „od rekreacji do ekscytacji”. Jesteśmy obecnie świadkami powstawania silnie zindywidualizowanych i niekiedy zaskakujących preferencji społecznych w wyborze rodzajów aktywności sportowo-rekreacyjnej, coraz częściej nacechowanych poszukiwaniem nowych, bardziej ekscytujących oraz ekstremalnych form ekspresji (WALCZAK, GRACZ, TOMCZAK 2011). Przejawem takich tendencji jest triathlon. Obserwowane w ostatnich latach zmiany trendów globalnych, prowadzące do wzrostu zainteresowania zdrowym stylem życia i aktywnością fizyczną, pojawianie się mody na nowe dyscypliny sportowe i rywalizacja o pozyskanie uczestników, w tym turystów sportowych, powodują wzrost znaczenia badań nad przyczynami udziału ludzi w danych imprezach sportowych, które w założeniu mają być formą zachęcania społeczeństwa polskiego do aktywności fizycznej.

3. METODY I BAZA DANYCH

Badanie z wykorzystaniem metody sondażu diagnostycznego i techniki wywiadu standaryzowanego (narzędzie – kwestionariusz wywiadu standaryzowanego) przeprowadzono wśród 109 uczestników imprezy Triathlon Środa Wielkopolska (N = 109), która odbyła się w sierpniu 2018 r. Malownicze położenie Jeziora Średzkiego, z pełną infrastrukturą w postaci mariny i okalających jezioro ścieżek, stwarza doskonałe warunki do przeprowadzenia wyścigów. W 2018 r. zawodnicy rywalizowali na dystansach: $\frac{1}{8}$ (28,25 km), $\frac{1}{4}$ (56,5 km), sztafeta na dystansie $\frac{1}{4}$ (56,5 km) oraz w wyścigach Kids Family, przeprowadzanych w dość oryginalnej formie, jako że była to konkurencja, w której startowali dorośli wraz z dziećmi. Na zawodników czekała między innymi bardzo szybka trasa kolarska i widowiskowa trasa biegowa, wiodąca promenadą wzdłuż brzegu jeziora i przystani jachtowej. Dzięki dobrej lokalizacji strefy zmian (umiejscowionej dla wszystkich etapów triathlonu w jednym miejscu – obok linii startu i mety) kibice, nie ruszając się z miejsca, bez trudu mogli śledzić przebieg rywalizacji w pięknej scenarii nad Jeziorem Średzkim, gdyż wszystkie odcinki wyścigu były stamtąd dobrze widoczne.

Cały dystans $\frac{1}{8}$ Iron Man (28,25 km, w tym: 475 m pływania, 22,5 km jazdy na rowerze, 5,275 km biegu) pokonało 109 uczestników. Dystans $\frac{1}{4}$ Iron Man (56,50 km, w tym: 950 m pływania, 45 km jazdy na

rowerze, 10,55 km biegu) pokonało 134 uczestników. Z dystansem $\frac{1}{4}$ Iron Man (56,50 km sztafety) mierzyły się drużyny składające się z trzech zawodników, z których każdy brał udział w pokonaniu odcinka przypisanego do jednej dyscypliny i po odbyciu tej trasy przekazywał następnemu osobie z drużyny chip w strefie zmian. Łącznie sztafetę męską, damską i damsko-męską ukończyły 32 zespoły (96 osób).

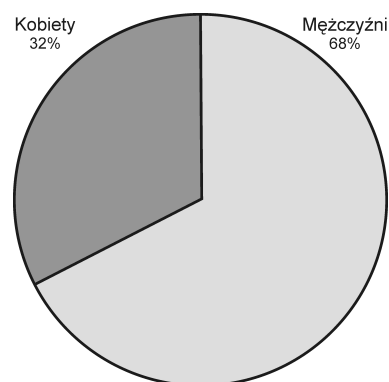
Po raz pierwszy na tegorocznym triathlonie odbyły się Kids Family – wyścigi rodzinne w duetach tworzonych przez dziecko oraz rodzica/opiekuna, polegające na tym, iż najpierw członkowie duetu mieli za zadanie przepłynąć określony dystans dwuosobowym kajakiem turystycznym, następnie dziecko jechało na rowerze, a opiekun w tym czasie jeździł na rowerze stacjonarnym, zapewnionym przez organizatora. Na koniec członkowie duetu razem musieli pokonać dystans biegowy. W zawodach wystartowało 28 duetów.

Dzieci miały również okazję wystartować w konkurencji Tri Kids, która była rozgrywana w 4 kategoriach wiekowych na zasadzie duathlonu:

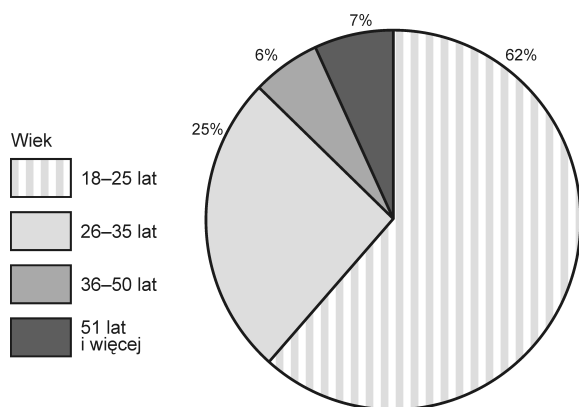
- Kategoria D (roczniki 2005–2007) – jazda na rowerze na odcinku 2000 m, bieg na 800 m;
- Kategoria C (roczniki 2008–2009) – jazda na rowerze na odcinku 1000 m, bieg na 400 m;
- Kategoria B (roczniki 2010–2011) – jazda na rowerze na odcinku 500 m, bieg na 200 m;
- Kategoria A (roczniki 2012–2015) – jazda na rowerze na odcinku 200 m, bieg na 100 m.

W tych zawodach wystartowało 69 uczestników.

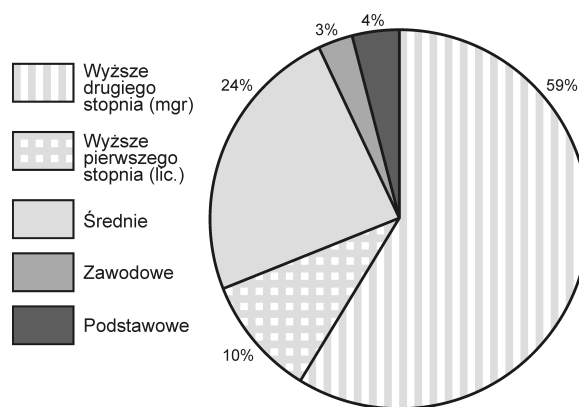
Udało się ustalić profil społeczno-demograficzny osób biorących udział w triathlonie. Uczestnikami imprezy byli przede wszystkim mężczyźni (68%) (rys. 1), w wieku 18-25 lat (62%) (rys. 2), posiadający wykształcenie wyższe (59%) (rys. 3), aktywni zawodowo (73%) (rys. 4), z miasta liczącego powyżej 500 tys. mieszkańców (35%) (rys. 5). Byli to zwykle uczestnicy, którzy przyjechali do Środy Wielkopolskiej często w towarzystwie swoich kibiców. Impreza sportowa miała zatem pozytywny wpływ na ożywienie turystyczne.



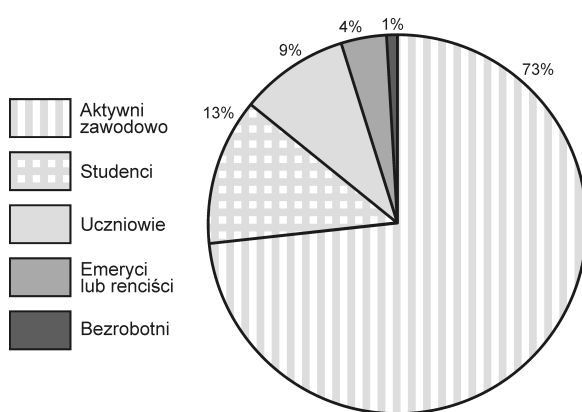
Rys. 1. Płeć uczestników imprezy Triathlon Środa Wielkopolska
Źródło rys. 1-9: opracowanie własne



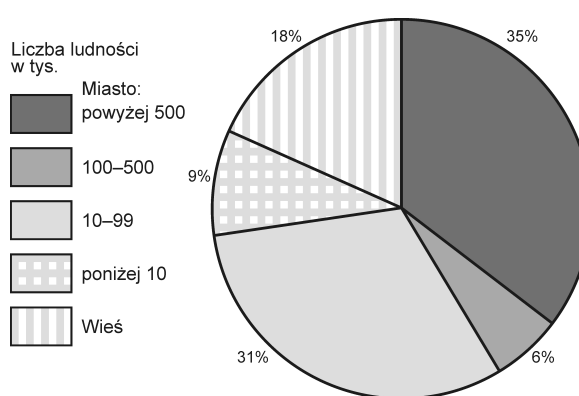
Rys. 2. Wiek uczestników imprezy Triathlon Środa Wielkopolska



Rys. 3. Wykształcenie uczestników imprezy Triathlon Środa Wielkopolska



Rys. 4. Sytuacja zawodowa uczestników imprezy Triathlon Środa Wielkopolska



Rys. 5. Miejsce zamieszkania uczestników imprezy Triathlon Środa Wielkopolska

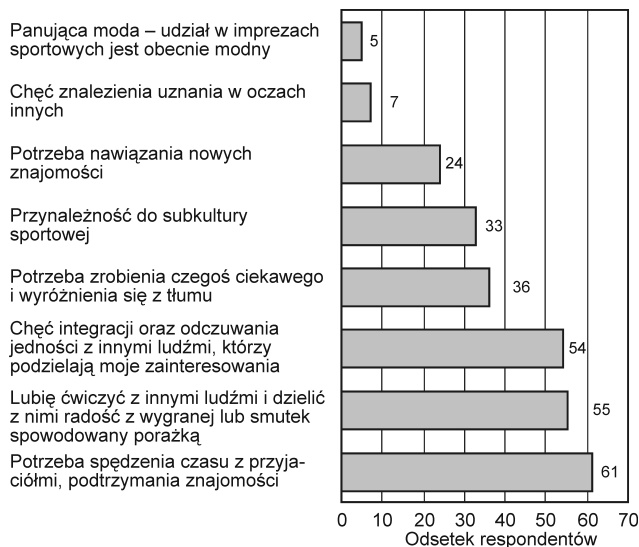
Respondentów zapytano o to, jakie są najważniejsze motywy, którymi się kierowali, decydując się na wzięcie udziału w imprezie Triathlon Środa Wielkopolska. Powody wzięcia udziału w tym wydarzeniu sportowym zostały podzielone na cztery grupy w zakresie następujących orientacji: społecznej (rys. 6), psychologiczno-emocjonalnej (rys. 7), ukierunkowanej na sport i rywalizację (rys. 8) oraz fizyczno-zdrowotnej (rys. 9). Podczas wypełniania ankiety można było wybrać w sumie maksymalnie pięć odpowiedzi w każdej grupie. Wyniki badań przedstawiono według kolejności najczęściej wskazywanych motywów.

Wśród najczęściej wymienianych powodów wzięcia udziału w triathlonie znalazły się następujące: chęć sprawdzenia samego siebie – 71% (chęć wygranej z przeciwnikiem była znacznie rzadziej wskazywana), chęć utrzymania dobrej kondycji fizycznej (65%), potrzeby społeczne – chęć spędzenia czasu z przyjaciółmi i podtrzymania znajomości (61%) oraz potrzeba zabawy, odstresowania się, ucieczki od codzienności – 60%. Okazuje się, że branie udziału w imprezie służy nie tylko zaspokajaniu potrzeb związanych z troską o zdrowie i kondycję fizyczną, ale pełni też ważne funkcje społeczne – jest formą dbania o kontakty i relacje z innymi ludźmi. Może to wynikać z faktu, że żyjemy obecnie

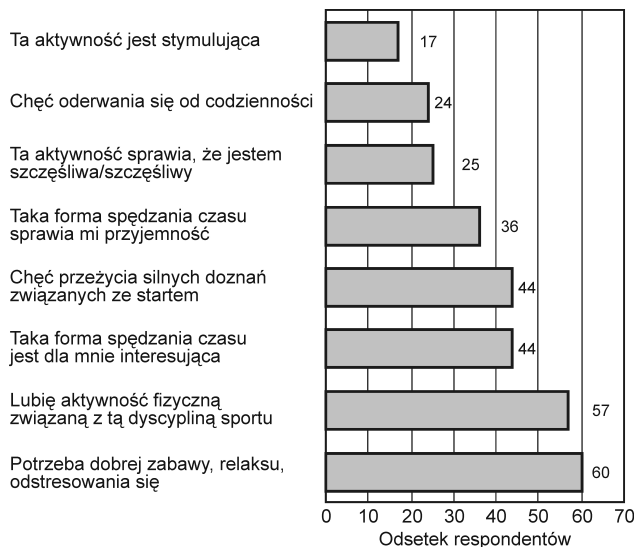
w kulturze indywidualizmu i nie mamy obecnie wielu okazji do zachowań kolektywnych, a imprezy sportowe stwarzają okazję do pocucia się częścią jakiejś wspólnoty. Najważniejszym motywem okazała się jednak chęć sprawdzenia samego siebie, co jest zgodne ze współczesnymi tendencjami obserwowanymi w sporcie: sportowcy przechodzą od rekreacji w stronę ekscytacji i wyznaczają sobie coraz trudniejsze do osiągnięcia cele w zakresie kultury fizycznej.

Ankietowanych zapytano także o to, czy planują w przyszłości wziąć udział w kolejnej edycji imprezy Triathlon Środa Wielkopolska. Odpowiedzi są optymistyczne dla organizatorów wydarzenia oraz w kontekście rozwoju turystyki sportowej: 41% ankietowanych uznało, że z pewnością weźmie kolejny raz udział w imprezie, 34% – z dużą dozą prawdopodobieństwa, 18% zaznaczyło odpowiedź „może”, 5% – „raczej nie”, a 1% respondentów odpowiedziało, że na pewno już nie wystąpi w takiej imprezie.

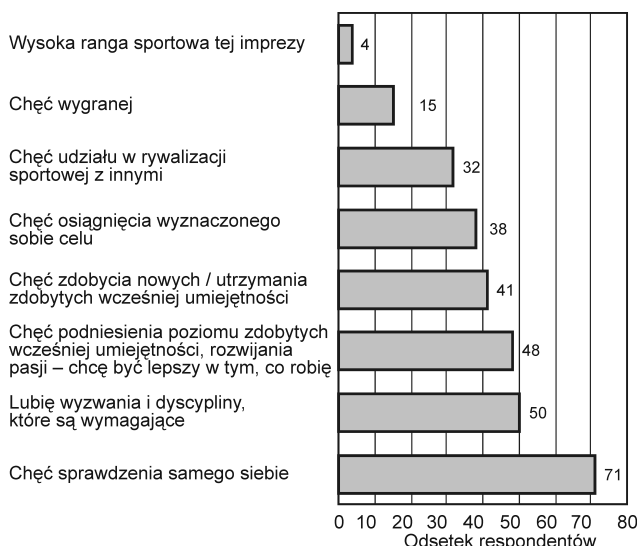
Sprawdzono także, w jakim stopniu udział w evenie Triathlon Środa Wielkopolska zachęcił respondentów do prowadzenia w przyszłości aktywnego trybu życia (w rozumieniu WHO wykonywanie ćwiczeń przez co najmniej 150 minut tygodniowo w odniesieniu do wysiłku o umiarkowanej intensywności lub co najmniej



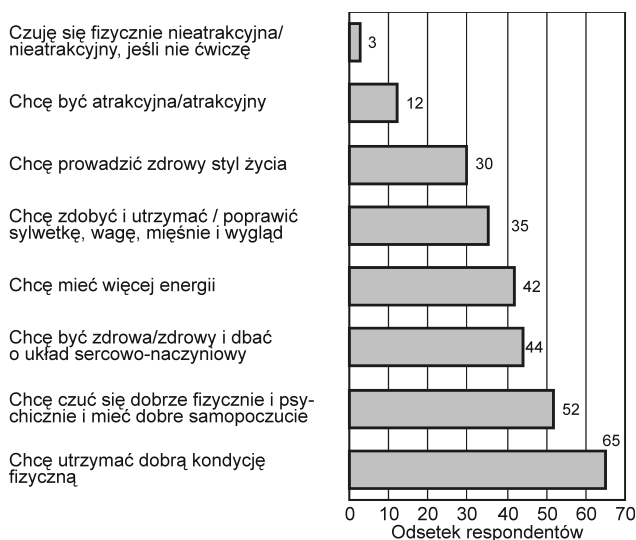
Rys. 6. Motywy związane z relacjami społecznymi



Rys. 7. Motywy związane z odczuciami i emocjami



Rys. 8. Motywy związane z kompetencjami oraz rywalizacją



Rys. 9. Motywy związane z kondycją fizyczną, zdrowiem oraz wyglądem

75 minut tygodniowo w przypadku wysiłku o wysokiej intensywności). Zastosowano siedmiostopniową skalę (tab. 1). Średnia deklaracji ukształtowała się na wysokim poziomie – 5,17 pkt. To bardzo dobry wynik w kontekście promocji zdrowia i aktywności fizycznej.

Tab. 1. Chęć kontynuowania prowadzenia aktywnego trybu życia po udziale w imprezie Triathlon Środa Wielkopolska na podstawie skali 1-7

Skala	1	2	3	4	5	6	7
Liczba osób	3	3	8	16	25	36	18

Objaśnienia: 1 – niewielka chęć, 7 – bardzo duża chęć.

Źródło: opracowanie własne.

4. PODSUMOWANIE

Obserwowana w ostatnich latach zmiana trendów, prowadzących do wzrostu zainteresowania zdrowym stylem życia i aktywnością fizyczną, pojawianie się mody na nowe dyscypliny sportowe i rywalizacja o pozyskanie uczestników, w tym turystów, powodują wzrost znaczenia badań nad aktualnym sposobem postrzegania przez nich danej dyscypliny jako formy zachęcania społeczeństwa do aktywności fizycznej. Zmiany dokonujące się w uwarunkowaniach turystyki, przemiany społeczno-kulturowe w krajach wysoko rozwiniętych ekonomicznie, zwłaszcza w zakresie systemu wartości i stylu życia, wpływają w znaczący sposób na charakter potrzeb i przyczyn uczestniczenia w wyjazdach

turystycznych. Wzrost zamożności oraz zasobów czasu wolnego sprawia, że coraz więcej osób może podróżować, odkrywać świat, rozwijać swoje zainteresowania hobbyistyczne, w tym również te związane ze sportem. Turyści wyruszają w podróż, aby poznawać, oderwać się od codzienności, przeżyć coś wyjątkowego, a przede wszystkim, by doświadczać. Te potrzeby są dziś zaspokajane m.in. przez turystykę sportową – obecnie jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi turystyki. Nastawienie na przeżycia i doznania, wynikające z mody na zdrowy styl życia oraz eksponowanie ciała, które jest „fit”, wpływa znacząco na zainteresowanie tym rodzajem turystyki. Ważną funkcją imprez sportowych jest również budowanie poczucia wspólnoty ludzi o podobnych poglądach i zbliżonym stylu życia. W związku z tym zauważalny jest rozwój nie tylko oferty aktywnych sposobów spędzania wolnego czasu, ale także samej aktywności wolnoczasowej. Dzięki temu powstaje wiele nowych form turystyki aktywnej oraz nowoczesnych form ruchowych, ponadto modyfikacjom podlegają klasyczne dyscypliny sportowe. W artykule przedstawiono profil społeczno-demograficzny uczestnika nowoczesnej formy konsumpcji sportowej, jaką jest triathlon. Wskazano także główne motywacje ludzi do wzięcia udziału w tego typu zawodach.

Cel niniejszego artykułu został zatem w pełni zrealizowany – poznaliśmy zarówno przekrój demograficzny uczestników triathlonu, jak i – co najważniejsze – ich motywacje do wzięcia udziału w tej imprezie. Wyniki badań przedstawionych w tekście są optymistyczne. Na pytanie, czy uczestnik powróci na kolejne zawody w Środzie Wielkopolskiej, zaledwie 6% respondentów udzieliło negatywnej odpowiedzi, reszta potwierdziła chęć ponownego udziału (z większym lub mniejszym prawdopodobieństwem). Wyniki te świadczą o tym, że w kontekście promocji turystyki i kultury fizycznej warto organizować masowe imprezy sportowo-rekreacyjne w małych miastach, takich jak Środa Wielkopolska, ponieważ tego typu jednostki terytorialne nie mają wielu okazji do podkreślenia swojego znaczenia na turystycznej mapie Polski. Ponadto takie imprezy mogą mieć pozytywny wpływ na postrzeganie kultury fizycznej przez mieszkańców małych miast. Dlatego też turystyka sportowa może być siłą napędową rozwoju społecznego i wzrostu gospodarczego. Do 2020 r. prognozuje się coroczny pięcioprocentowy wzrost dochodów z turystyki sportowej (WEED 2008). Duże imprezy sportowe, jak omawiany w artykule uprawiany często triathlon, mogą zdwersyfikować produkt turystyczny oraz wpłynąć na jego innowacyjność. Można pokusić się o stwierdzenie,

że sport i turystyka są zjawiskami społeczno-gospodarczymi, których znaczenie rośnie. Potrafią one przekształcać się wraz ze zmianami wynikającymi z rozwoju cywilizacyjnego oraz z przemian kulturowych, społecznych, ekonomicznych i technicznych. Są wielowymiarowe i różnorodne, dzięki czemu atrakcyjne dla potencjalnego konsumenta, który w zależności od struktury motywacyjnej, swojej świadomości i postawy, może stać się uczestnikiem i współtwórcą turystyki sportowej.

BIBLIOGRAFIA

- AALTONEN S. i in., 2012, *Motives for and barriers to physical activity in twin pairs discordant for leisure time physical activity for 30 years*, „International Journal of Sports Medicine”, 33, 1, s. 157-163.
- ALDRIDGE A., 2006, *Konsumpcja*, Key Concepts, Warszawa.
- BIERNAT E., PIĄTKOWSKA M., 2012, *Rekreacyjna aktywność fizyczna Polaków na tle Europy. Raport dla Departamentu Analiz i Polityki Sportowej*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- BOROWIEC A., LIGNOWSKA I., 2012, *Is the ideology of healthism a distinctive feature of the middle class in Poland?*, „Culture and Society – Sport in Culture”, 56, 3, s. 95-111.
- CRAWFORD R., 2006, *Health as a meaningful social practice*, „Health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine”, 10, 4, s. 401-420.
- Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2016, *Ocena korzyści społecznych inwestycji w sport w odniesieniu do ponoszonych kosztów. Raport analityczny*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- OMYŁA-RUDZKA M., 2013, *Aktywność fizyczna Polaków*, Centrum Badań Opinii Społecznej, Warszawa.
- SCHULZE G., 1992, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Campus-Verlag, Frankfurt am Main.
- STEMPIEŃ J., 2016, *Bieganie, zwiedzanie i klasa średnia – przygarść socjologicznych uwag i obserwacji o turystyce biegowej*, [w:] M. Kazimierzczak (red.), *Inspiracje sportem w turystyce kulturowej*, Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Poznań, s. 48-59.
- WARBURTON D.E., NICOL C.W., BREDIN S.S., 2006, *Health benefits of physical activity: The evidence*, „Canadian Medical Association Journal”, 174, 6, s. 801-809.
- WALCZAK M., GRACZ J., TOMCZAK M., 2011, *Poszukiwanie doznań jako tendencja we współczesnej aktywności sportowo-rekreacyjnej*, [w:] P. Niedzielski, J. Witek (red.), *Sport i rekreacja a wyzwania współczesnej cywilizacji*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, s. 47-65.
- WEED M., 2008, *Sports tourism experience*, „Journal of Sport and Tourism”, 13, 1, s. 1-4.
- www.who.int.

Artykuł wpłynął:
24 września 2018 r.
Zaakceptowano do druku:
4 listopada 2018 r.