

## KOMUNIKAT Z BADAŃ

Jakub Ryszard Stempień\*

### AKTYWNOŚĆ STOWARZYSZEŃ BIEGACZY-AMATORÓW W POLSCE. KILKA UWAG O GENEROWANIU ZASOBÓW KAPITAŁU SPOŁECZNEGO<sup>1</sup>

**Abstrakt.** W artykule zostały przedstawione wyniki badania własnego dotyczącego działalności stowarzyszeń biegaczy-amatorów (tzw. klubów biegacza) w Polsce. Badanie zostało wykonane z wykorzystaniem analizy danych zastanych *on-line* (ang. *desk research*), obejmując 99 zidentyfikowanych organizacji tego typu. Pomiar uwzględniał aktywność badanych podmiotów w 2014 i 2015 roku. Zebrane dane dotyczą lokalizacji (województwo, wielkość miejscowości), liczby członków oraz rodzajów działań podejmowanych przez kluby biegacza, w układzie ich współpracy z jednostkami samorządu terytorialnego, innymi organizacjami pozarządowymi oraz firmami komercyjnymi. Uzyskane wyniki mogą być interpretowane w perspektywie teorii kapitału społecznego, w ujęciu proponowanym przez Roberta D. Putnama.

**Słowa kluczowe:** moda na bieganie, kluby biegacza, organizacje pozarządowe, kapitał społeczny.

#### 1. Wprowadzenie

Moda na bieganie może być rozpatrywana na różnych poziomach socjologicznej analizy. Przykładowo, można ją badać, zwracając uwagę przede wszystkim na aspiracje i doświadczenia jednostkowe. Użyteczna może być w takim przypadku perspektywa nietszcheanizmu, pozwalająca na analizowanie aktywności biegaczy-amatorów w kontekście samotworzenia, kreowania zasobów własnej siły fizycznej i duchowej (Stempień 2016a). Można też odwoływać się do wartości poznawczej kulturowej kliszy samotnego długodystansowca (Stempień 2016b; zob. też Czerner 2013). Z drugiej strony, na poziomie makrospołecznym uwagę zwraca masowość biegania, przejawiająca się w jego obecnie bardzo dużej popularności zarówno w Polsce (Omyła-Rudzka 2013: 3–4), jak i za granicą

\* Dr, Zakład Socjologii, Katedra Nauk Humanistycznych, Uniwersytet Medyczny w Łodzi, ul. Lindleya 6, 90-131 Łódź; e-mail: j.r.stempien@wp.pl.

<sup>1</sup> Praca finansowana przez Uniwersytet Medyczny w Łodzi z zadania badawczego nr 502-03/6-074-02/502-64-080.

(Scheerder, Breedveld, Borgers 2015: 8–9; Stempień 2015a: 168–170). Otwarte dla amatorów imprezy biegowe gromadzą na linii startu nierzadko dziesiątki tysięcy ludzi, a udział w takim przedsięwzięciu musi być dla jednostki doświadczeniem niezwykle nie tylko w wymiarze sportowym, lecz także w aspekcie doświadczania siebie jako części „biegnącego tłumu”, „biegnącej masy”.

Oprócz wskazanej wyżej perspektywy mikrosocjologicznej w analizach mody na bieganie – którą można jeszcze uzupełniać o spojrzenie dramaturgiczne, inspirowane dorobkiem Ervinga Goffmana (Stempień 2017b; Wieczorkowska 2017: 168–170) – oraz perspektywy makrosocjologicznej, możliwe jest także skoncentrowanie uwagi na poziomie struktur i procesów średniego rzędu. Bieganie może być tu postrzegane jako aktywność przejawiająca się klasowo, inspirowana ideologicznie, nakierowana na dystynkcję społeczną, pozwalająca na manifestowanie klasowej przynależności i tożsamości (Stempień 2017a; Stempień w druku). Na poziomie mezosocjalnym istotne jest także funkcjonowanie stowarzyszeń biegowych (tzw. klubów biegacza). Ich aktywność może być rozpatrywana w kategoriach generowania zasobów kapitału społecznego, w rozumieniu, jakie proponuje Robert D. Putnam<sup>2</sup>. Autor ten akcentuje, że dla ogólnospołecznych zasobów tego kapitału (użytecznych w sferze działalności gospodarczej, obywatelskiej czy politycznej) znaczenie mają „zwykłe” organizacje pozarządowe (ang. *non-governmental organisations* – NGO), w których ludzie mają okazję doskonalić kompetencje organizatorskie i społeczne (nawiązywanie współpracy, planowanie działań, podział zadań, budżetowanie, podsumowanie i rozliczanie wykonanych prac itd.), w oparciu o normę zaufania (Putnam 2008).

Stowarzyszenia biegowe w Polsce nie stanowiły do tej pory przedmiotu szerzej zakrojonych badań naukowych. Niemniej dostępne dane wskazują, że do takich organizacji należy mniej więcej co czwarty biegacz-amator uczestniczący w zawodach biegowych (Waśkowski 2014: 21; Stempień 2016b: 108). Warto zapytać, jak liczne są tego typu podmioty w naszym kraju? Czym się zajmują i czy są faktycznymi zbiorowymi aktorami, mającymi aspiracje aktywnego udziału w życiu społeczności lokalnej? Jak przedstawia się kwestia współpracy klubów biegacza z innymi instytucjami (samorządowymi, pozarządowymi, rynkowymi)? Wykonane badanie własne pozwala na udzielenie odpowiedzi na te pytania.

---

<sup>2</sup> Putnam pisze, że kapitał społeczny „odnosi się do takich cech organizacji społeczeństwa, jak zaufanie, normy i powiązania, które mogą zwiększyć sprawność społeczeństwa, ułatwiając skoordynowanie działania” (1995: 258).

## 2. Materiał i metody

Podstawą wykonanego badania była analiza danych zastanych *on-line*, dotycząca aktywności klubów biegacza w Polsce. Wykorzystując bazę danych [www.bazy.ngo.pl](http://www.bazy.ngo.pl), od lat grupującą informacje na temat podmiotów sektora pozarządowego w naszym kraju, zidentyfikowano 140 stowarzyszeń biegaczy-amatorów (stan na dzień 2 października 2015 roku). Spośród nich 99 okazało się organizacjami faktycznie aktywnymi, działającymi, realizującymi określone przedsięwzięcia. I to ich dotyczyć będzie prezentowana analiza. Należy podkreślić, że wykonany pomiar nie ma charakteru wyczerpującego, lecz raczej trzeba uznać jego status jako pomiaru dokonanego na pewnej systematycznie i metodycznie dobranej próbie. Bez wątplenia istnieją bowiem polskie kluby biegacza, które nie zostały objęte analizą (gdyż brakuje ich danych w bazie [www.bazy.ngo.pl](http://www.bazy.ngo.pl) itd.). Zakłada się jednak, że wykonane badanie powinno być miarodajne i informować o zjawiskach i tendencjach występujących w obrębie tego segmentu sektora pozarządowego, jaki jest konstytuowany przez stowarzyszenia biegaczy-amatorów.

Informacje na temat działalności klubów biegacza pochodziły przede wszystkim ze stron internetowych tych organizacji. Trzy czwarte klubów (75 przypadków) prowadzi taką stronę. Dodatkowo 9 stowarzyszeń nie miało własnej strony internetowej, lecz udostępniało informacje na swój temat poprzez konto na witrynie Facebook. Natomiast 15 klubów nie miało ani własnej strony internetowej, ani wzmiankowanego konta. Uzupełniającym źródłem danych były wizytówki organizacji w bazie [www.bazy.ngo.pl](http://www.bazy.ngo.pl) oraz informacje zamieszczane na portalu [www.maratonypolskie.pl](http://www.maratonypolskie.pl) (lub innych portalach internetowych poświęconych bieganiu). Korzystano także po prostu z wyszukiwarki [www.google.pl](http://www.google.pl).

Wykonane badanie miało zatem charakter niereaktywny, w rozumieniu Earla Babbie'ego, a więc zostało wykonane bez udziału respondentów, zasadniczo nie ingerowało w obiekty badane i opierało się na analizie stanu rzeczy zastanego (i w żaden sposób niewywołanego) przez badacza (Babbie 2004: 20, 341 i nast.). W analizie wykorzystywano dane różnego rodzaju: wpisy na stronach internetowych, zdjęcia, relacje z imprez biegowych organizowanych przez klub – o ile prowadziły do odpowiedzi na postawione pytania badawcze. Zbierane informacje miały charakter standaryzowany i były kodowane do bazy danych MS Excel, wyposażonej w specjalnie opracowany kwestionariusz. Następnie poddano je analizie, zgodnie z rygorami statystyki opisowej. Prezentowane w dalszej części tekstu dane odnoszą się do aktywności polskich stowarzyszeń biegaczy-amatorów podejmowanej przez nie w 2014 roku (i dodatkowo, w przypadku niektórych kwestii, w 2015 roku).

### 3. Wyniki badania

Nie jest zaskakujące, że liczebnościowy rozwój klubów biegacza pozostaje w związku z dynamiką rozwoju „biegowego boomu”. Wyróżnić bowiem można – na podstawie rocznej liczby imprez biegowych w kraju oraz (traktowanej jako pewien wskaźnik) liczby uczestników Maratonu Warszawskiego – cztery okresy narastania zjawiska mody na bieganie w naszym kraju. Okresom tym, wymienionym niżej, odpowiadałyby cztery specyficzne kohorty polskich biegaczy-amatorów:

- 1) etap gładkiej tafli wody (przed 2003 rokiem);
- 2) etap niskiej fali (lata 2003–2007);
- 3) etap wzbierającej fali (lata 2008–2011);
- 4) etap wysokiej fali (po 2011 roku) (Stempień 2015b: 451–453).

**Tabela 1.** Stowarzyszenia biegaczy-amatorów w Polsce według roku założenia

Rok założenia klubu biegacza	Liczba wskazań
Przed 2003 r.	13
2003–2007	14
2008–2011	28
Po 2011 r.	44
Brak danych	–
Razem	99

Źródło: badanie własne.

Zatem, jak pokazano w tabeli 1, w okresie pierwszym, gdy rozpowszechnienie biegania w naszym kraju było niewielkie, założono tylko 13 stowarzyszeń, a więc blisko co ósme z liczby istniejących po 2011 roku. W okresie 2003–2007 (tzw. „niska fala”), gdy można już mówić o początkach polskiej mody na bieganie, założono dalszych 14 klubów. W okresie kolejnym (nazwanym okresem „wzbierającej fali”), choć trwał on o jeden rok krócej od poprzedniego, powstało dwukrotnie więcej organizacji; najbardziej jednak znaczący okazał się – co chyba zrozumiałe – okres czwarty, będący czasem wysokiej popularności biegania (etap „wysokiej fali”). Wówczas założono prawie połowę (44 przypadki) wszystkich badanych podmiotów. Kluby biegacza są więc na ogół (biorąc pod uwagę medianę równą 2011 oraz średnią arytmetyczną wynoszącą 2009) organizacjami młodymi, liczącymi w chwili realizacji badania (2015 rok) nie więcej niż kilka lat. Różnią się tym samym od typowej polskiej organizacji pozarządowej; średnia „wieku” w przypadku polskiego sektora non-profit jest bowiem znacznie wyższa.

Jak informują badacze ze Stowarzyszenia Klon/Jawor, „obecnie stowarzyszenia i fundacje istniejące 11 lub więcej lat stanowią już 43% sektora. Jednocześnie systematycznie zmniejsza się grupa organizacji «najmłodszych», działających nie więcej niż 5 lat” (Adamiak, Charycka, Gumkowska 2016: 30).

**Tabela 2.** Stowarzyszenia biegaczy-amatorów w Polsce według liczby członków

Członkowie klubów biegacza	Liczba wskazań
Poniżej 20 osób	26
20–50 osób	40
Powyżej 50 osób	20
Brak danych	13
Razem	99

Źródło: badanie własne.

Do klubów biegacza należy na ogół około dwudziestu paru do trzydziestu paru osób. Średnia arytmetyczna liczby członków wyniosła 36,1 osób, zaś mediana była równa 27 osób. Oznacza to, że pod względem liczebności stowarzyszenia biegaczy-amatorów przypominają przeciętną polską organizację pozarządową (Adamiak, Charycka, Gumkowska 2016: 48), której wszyscy członkowie mogą się wzajemnie znać i wspólnie spotykać. Pokazuje to zarazem charakter klubów biegacza jako organizacji dość kameralnych, niewielkich, grupujących najczęściej pasjonatów biegania z danego terenu. Na to ostatnie wskazuje fakt, że tylko 20 spośród 99 badanych organizacji w swoich nazwach nie wskazało nazwy miejscowości lub regionu, z którymi byłyby związane i na których terenie prowadzą swoją działalność.

**Tabela 3.** Stowarzyszenia biegaczy-amatorów w Polsce według lokalizacji

Lokalizacja klubów biegacza	Liczba wskazań
1	2
Według województw	
Dolnośląskie	11
Kujawsko-pomorskie	4
Lubelskie	4
Lubuskie	2
Łódzkie	8

Tabela 3 (cd.)

1	2
Małopolskie	7
Mazowieckie	8
Opolskie	1
Podkarpackie	7
Podlaskie	1
Pomorskie	5
Śląskie	9
Świętokrzyskie	1
Warmińsko-mazurskie	5
Wielkopolskie	19
Zachodniopomorskie	7
Brak danych	–
Razem	99
Według wielkości miejscowości	
Miasto powyżej 500 000 mieszk.	9
Miasto 100 000–500 000 mieszk.	5
Miasto poniżej 100 000 mieszk.	73
Wieś	12
Brak danych	–
Razem	99

Źródło: badanie własne.

Polskie kluby biegacza przypominają ogół polskich NGO nie tylko pod względem typowej liczebności organizacji, ale i pod względem lokalizacji na mapie województw kraju. Najwięcej stowarzyszeń biegaczy-amatorów jest bowiem w tych województwach, w których w ogóle sektor pozarządowy ma najwięcej podmiotów (zarówno w liczbach bezwzględnych, jak i w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców). I tak, co piąty klub biegacza (19 przypadków) działa na terenie województwa wielkopolskiego, a co dziewiąty (11 przypadków) na terenie województwa dolnośląskiego. Relatywnie dużo klubów funkcjonuje w województwach: śląskim, mazowieckim i łódzkim. Natomiast najmniej stowarzyszeń

biegowych znaleziono w przypadku województw: świętokrzyskiego, opolskiego, podlaskiego (w każdym tylko po jednej organizacji) oraz lubuskiego. Te cztery regiony są zarazem regionami o najmniejszej ogólnej liczbie organizacji pozarządowych (Adamiak, Charycka, Gumkowska 2016: 28–29). Szczegółowe informacje zestawiono w tabeli 3.

Podkreślić też należy, że kluby biegacza powstają i działają raczej w niewielkich miastach lub nawet na wsiach. W dużych miastach, liczących powyżej 100 tysięcy mieszkańców, funkcjonuje tylko 14 zidentyfikowanych stowarzyszeń biegaczy-amatorów. Prawie trzy czwarte działa w mniejszych miastach, a co ósme – na wsi (zob. tab. 3).

Jak pokazano w tabeli 4, ponad połowa (58 przypadków) stowarzyszeń objętych prezentowanym badaniem, zorganizowała w 2014 roku przynajmniej jedną imprezę biegową (zawody biegowe) otwartą dla biegaczy spoza klubu. Przeważnie były to przedsięwzięcia wymagające dużo trudu i zaangażowania, współpracy członków stowarzyszenia ze sobą oraz z partnerami z otoczenia społecznego klubu. Były to zarazem inicjatywy o relatywnie dużym zasięgu, służące popularyzacji biegania i integracji społeczności biegaczy. Na to wszystko wskazuje kilka faktów.

Po pierwsze, w przypadku prawie połowy zorganizowanych zawodów biegowych (28 imprez) liczba uczestników przekraczała 200 osób<sup>3</sup>. Średnia arytmetyczna wynosiła w tym wypadku 367,8, zaś mediana – 184. Są to wartości znaczące. Pokazują bowiem, że w imprezach organizowanych przez kluby biegacza startuje na ogół dziesięciokrotnie więcej osób, niż liczy sam klub-organizator. Sportowa i logistyczna „obsługa” takiego przedsięwzięcia wymaga dużego zaangażowania i kompetencji ze strony członków stowarzyszenia. Poza tym wydaje się, że kilkusetosobowa impreza biegowa jest ważnym wydarzeniem dla regionalnej społeczności biegowej oraz dla samej społeczności lokalnej, która gości taką imprezę. Kluby biegacza podejmują więc wyzwanie organizowania przedsięwzięć o sporym społecznym znaczeniu.

Po drugie, większość imprez (31 przypadków) odbywała się w scenerii ulicznej, w formule biegu ulicznego (a dodatkowo cztery – na szosach). Organizacja takiego przedsięwzięcia wymaga współpracy z Policją (w sprawie zabezpieczenia trasy i zapewnienia objazdów) oraz z organami samorządowymi. To również wskazuje na kompetencje i zaangażowanie (wręcz entuzjazm) członków stowarzyszeń biegowych, którzy są w stanie realizować takie przedsięwzięcia, poświęcając swój wolny czas.

Po trzecie, trasa co piątego biegu organizowanego przez klub biegacza (12 przypadków) posiadała atest Polskiego Związku Lekkiej Atletyki (lub atest międzynarodowy). Oznacza to, że związek potwierdzał, iż dystans zawodów

---

<sup>3</sup> W sytuacji, gdy dany klub zorganizował w 2014 roku więcej niż jedną imprezę biegową, do bazy danych wpisywano wartość uśrednioną (mediana) liczby uczestników.

został zmierzony dokładnie i wynosi właśnie tyle, ile deklarują organizatorzy (przykładowo, w przypadku maratonu nie mniej i nie więcej tylko 42 kilometry i 195 metrów). Jest to ważne dla profesjonalistów oraz tych amatorów, którzy swoją przygodę z bieganiem traktują w kategoriach sportowych. Pozwala bowiem na pomiar uzyskanego wyniku na konkretnym dystansie (i np. ustanowienie życiowego rekordu). Uzyskanie atestu PZLA wymaga nie tylko współpracy ze związkiem, ale i precyzyjnego zaplanowania samej trasy. Ponownie niezbędną jest kompetencja i umiejętność współdziałania.

**Tabela 4.** Imprezy biegowe organizowane przez stowarzyszenia biegaczy-amatorów w Polsce w 2014 r.

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
1	2
Organizacja przynajmniej jednej imprezy biegowej w 2014 r.	
Tak	58
Nie	41
Brak danych	–
Razem	99
Liczba uczestników imprezy biegowej	
Poniżej 100 osób	12
100–200 osób	18
201–300 osób	6
301–400 osób	4
Powyżej 400 osób	18
Brak danych	–
Razem	58
Typ trasy imprezy biegowej	
Bieg uliczny	31
Cross-las	14
Szosa	4
Inne (stadion, trasa parkowa)	4
Brak danych	5
Razem	58



1	2
Przynajmniej jedna z imprez klubu posiadała atest Polskiego Związku Lekkiej Atletyki (lub międzynarodowej organizacji lekkoatletycznej)	
Tak	12
Nie	46
Brak danych	–
Razem	58
Zorganizowanie przez klub zawodów dziecięcych lub młodzieżowych (np. jako bieg towarzyszący imprezie głównej dla dorosłych)	
Tak	24
Nie	34
Brak danych	–
Razem	58

Źródło: badanie własne.

Wreszcie, po czwarte, dwie piąte imprez (24 przypadki) zorganizowanych przez kluby biegacza w 2014 roku przewidywało czy uwzględniało start najmłodszych entuzjastów biegania, czyli dzieci i młodzieży. Mogły to być albo osobne imprezy *stricte* dedykowane niepełnoletnim, albo wydarzenia towarzyszące biegom głównym dla dorosłych. Istotne jest, że członkowie klubów biegacza chcą popularyzować swoją pasję także wśród najmłodszych, co powinno przynieść też swoje efekty w zakresie integracji społeczności samych biegaczy czy też społeczności lokalnej. Działoby się tak dlatego, że biegi dziecięce często organizowane są w formule możliwie atrakcyjnych pikników sportowych (Stempień 2014), a do biegania zachęcane są całe rodziny.

**Tabela 5.** Aktywność prospołeczna stowarzyszeń biegaczy-amatorów w Polsce w latach 2014–2015

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
1	2
Działania na rzecz społeczności biegaczy	
Tak	15
Nie/brak danych nt. działań	84
Razem	99

Tabela 5 (cd.)

1	2
Działania na rzecz społeczności lokalnej	
Tak	26
Nie/brak danych nt. działań	73
Razem	99

Źródło: badanie własne.

Poza organizowaniem, otwartych dla wszystkich chętnych, zawodów biegowych, kluby biegacza podejmują także inne działania na rzecz społeczności biegaczy oraz na rzecz społeczności lokalnej. I tak, 15 klubów w okresie 2014–2015 realizowało pewne aktywności adresowane do ogółu biegaczy (nie zaś tylko do członków stowarzyszenia). Najczęściej chodziło o organizację przedsięwzięcia typu grand prix (obejmującego cykl imprez biegowych), rozgrywanego w skali danej miejscowości czy regionu, co ilustrują poniższe przykłady:

- organizacja Grand Prix Wschodniej Wielkopolski;
- organizacja Grand Prix Ziemi Garwolińskiej;
- współorganizacja Grand Prix w Widłach Wisły i Sanu 2015;
- organizacja Jesiennego Grand Prix Mińska Mazowieckiego w biegach przełajowych.

Niemniej, oprócz takich cyklicznych przedsięwzięć, część klubów biegacza podejmowała także inne inicjatywy adresowane do biegaczy, takie jak współorganizacja szkółki biegania, realizacja programu „Ścieżki biegowe” czy organizacja tzw. „Sekcji biegowej”, a więc cyklu treningów biegowych.

Ponadto, co czwarty klub biegacza (26 przypadków) mógł poszczycić się realizacją przynajmniej jednego przedsięwzięcia prospołecznego, którego beneficjentami byli członkowie społeczności lokalnej. W sumie takich działań w badanym okresie zidentyfikowano 32, z czego wyraźną większość (23 przypadki) stanowiły działania *stricte* charytatywne, polegające na zbiórce pieniędzy na rzecz osób potrzebujących: chorych, niepełnosprawnych (w tym w pięciu przypadkach w ramach akcji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy)<sup>4</sup>. Poza działaniami charytatywnymi, kluby biegacza realizowały w okresie objętym analizą także inne działania typowo pozarządowe czy obywatelskie. Jako przykłady można podać następujące aktywności:

<sup>4</sup> Wydaje się, że bieganie stanowi specyficzną zachętę czy okazję do realizacji działań charytatywnych. Są one inicjowane nie tylko przez kluby biegacza, ale także przez samodzielnych biegaczy, celebrytów oraz organizatorów imprez biegowych (Sahaj 2017: 207–209; Stempień 2016a; Stempień 2016b: 108–112).

- udział w badaniach testowych na kładce budowanej na Warcie we Wronkach;
- organizacja pikniku patriotyczno-sportowego z okazji Dnia Flagi;
- włączenie w akcję propagującą przekazywanie 1% podatku dla organizacji pożytku publicznego;
- udział w akcji promocji rejestracji w bazie dawców szpiku kostnego;
- organizacja pielgrzymki maratońskiej;
- organizacja Weekendowych Spotkań Biegowych, skierowanych do mieszkańców Sochaczewa;
- organizacja biegu pod hasłem: „Dębno narkotykom mówi: NIE!”.

Stowarzyszenia biegaczy-amatorów nie funkcjonują w izolacji. Zdecydowana większość z nich (71 przypadków) podejmuje współpracę z podmiotami należącymi do przynajmniej jednej z wymienionych niżej kategorii:

- sektor pozarządowy;
- jednostki samorządu terytorialnego;
- sektor rynkowy (firmy komercyjne).

Do kooperacji z podmiotami należącymi do tylko jednej z powyższych kategorii przyznaje się 27 klubów biegacza; do współpracy z instytucjami należącymi do dwóch różnych sektorów – dalszych 25 klubów. Natomiast 19 stowarzyszeń (a więc jedna piąta ogółu) realizuje jednocześnie współpracę z organizacjami pozarządowymi, publicznymi i firmami komercyjnymi. Najbardziej popularna (54 przypadki) jest kooperacja z jednostkami samorządu terytorialnego (np. urząd gminy czy starostwo powiatowe) lub instytucjami im podległymi (np. Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji). Obejmuje ona głównie (48 odnotowanych przypadków) współdziałanie (względnie partnerstwo) przy organizacji konkretnych imprez biegowych, a dodatkowo (4 przypadki) obejmowanie tych imprez patronatem ze strony władz samorządowych i (w jednym przypadku) sponsoring zawodów.

**Tabela 6.** Współpraca stowarzyszeń biegaczy-amatorów w Polsce z otoczeniem społeczno-institutionalnym w latach 2014–2015

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
1	2
Współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego (sektor publiczny)	
Tak	54
Nie/brak danych o współpracy	45
Razem	99
Współpraca z firmami komercyjnymi (sektor rynkowy)	
Tak	51

Tabela 6 (cd.)

1	2
Nie/brak danych o współpracy	48
Razem	99
Współpraca z innymi podmiotami NGO (sektor pozarządowy)	
Tak	29
Nie/brak danych o współpracy	70
Razem	99

Źródło: badanie własne.

Nieco ponad połowa klubów (51 przypadków) współpracuje „z biznesem”. Chodzi tu przede wszystkim o producentów i sprzedawców sprzętu biegowego (odzież, buty, stopery itd.), zaś sama kooperacja każdorazowo przyjmowała formę sponsorowania imprez biegowych organizowanych przez klub lub po prostu sponsorowania działalności klubu.

Natomiast co trzeci klub biegacza (29 przypadków) współpracuje z innymi podmiotami sektora pozarządowego. W niektórych przypadkach podmioty te są związane z bieganiem (np. inny klub biegacza), jednak na ogół tak nie jest (np. towarzystwo przyjaciół danego regionu). W zdecydowanej większości przypadków (poza siedmioma wyjątkami) współdziałanie polegało na wspólnej organizacji zawodów biegowych (m.in. z hufcami ZHP czy jednostkami Ochotniczej Straży Pożarnej). Spośród wspomnianych wyjątków następujące wydają się szczególnie interesujące i warte przywołania:

- partnerstwo klubu biegacza w programie „Mam haka na raka”;
- współpraca z Fundacją Spełnionych Marzeń przy akcji zbierania środków na leczenie chorego dziecka;
- współpraca z fundacją DKMS przy promocji rejestracji w bazie dawców szpiku kostnego;
- partnerstwo ze Stowarzyszeniem „I Ty Możesz Być Wielki”;
- współpraca z Piotrkowskim Stowarzyszeniem Honorowych Dawców Krwi „Krwinka”.

#### 4. Uwagi końcowe

Jak pokazuje zebrany materiał, w każdym województwie w Polsce działa przynajmniej jedno stowarzyszenie grupujące biegaczy-amatorów. Nierzadko jest ich więcej, w niektórych przypadkach nawet kilkanaście w jednym regionie. Są to organizacje niewielkie (liczące na ogół nie więcej niż 40 osób), lecz prężne

i aktywne. Ich aktywność przejawia się głównie w organizacji imprez biegowych, ale rozpowszechnione są też przedsięwzięcia nakierowane na potrzeby członków społeczności lokalnej. Kluby biegacza chętnie współdziałają nie tylko z firmami komercyjnymi (producenci i sprzedawcy sprzętu sportowego), ale i z jednostkami samorządu terytorialnego oraz innymi podmiotami sektora non-profit.

Uzyskane dane są istotne w perspektywie teorii kapitału społecznego, w rozumieniu Putnama, z uwzględnieniem trzech często wyróżnianych komponentów tego zasobu: sieci komunikacji i uczestnictwa, podzielanych norm i wartości oraz zaufania (Frykowski, Starosta 2008: 38). Przede wszystkim, udokumentowane inicjatywy podejmowane przez kluby biegacza pozwalają na doskonalenie kompetencji organizatorskich (od pomysłu, poprzez plan, jego realizację aż do oceny rezultatów). Wymagają współpracy i zaangażowania możliwie wielu członków stowarzyszenia, którzy muszą je reprezentować w relacjach z innymi podmiotami instytucjonalnymi (współorganizatorami, patronami, sponsorami). Wszystko to stanowi okazję do ćwiczenia umiejętności tworzenia zespołów i udziału w ich pracach, co może być później przydatne na innych niż pozarządowe polach. W ten sposób powinna być też kreowana szczególna dyspozycja jednostek, w postaci ich gotowości do współpracy, bazująca na zgeneralizowanym zaufaniu do innych ludzi.

Co szczególnie ważne, zebrane dane wskazują, że aktywność klubów biegacza nie jest skierowana tylko na potrzeby ich członków, ani nawet na potrzeby innych niezrzeszonych biegaczy-amatorów. Kluby często podejmują bowiem inicjatywy charytatywne lub inne działania nakierowane na potrzeby społeczności lokalnej, stając się jej ważnym podmiotowym aktorem. Można by tu mówić o kreowaniu zasobów kapitału społecznego w jego pomostowej (ang. *bridging*), a nie tylko wiążącej (ang. *bonding*) postaci (Sierocińska 2011; zob. też Frykowski, Starosta 2008). Działania te są zakorzenione w podzielanych wartościach i normach postępowania.

## Bibliografia

- Adamiak P., Charycka B., Gumkowska M. (2016), *Kondycja sektora organizacji pozarządowych w Polsce 2015. Raport z badań*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa
- Babbie E. (2004), *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Czerner A. (2013), *Samotność długodystansowca? Społeczny i kulturowy wymiar sportowego stylu życia*, niepubl. praca doktorska, Instytut Socjologii, Uniwersytet Śląski
- Frykowski M., Starosta P. (2008), *Kapitał społeczny i jego użytkownicy*, „Przegląd Socjologiczny”, nr 57, s. 31–62
- Omyła-Rudzka M. (2013), *Aktywność fizyczna Polaków*, komunikat CBOS nr 4887
- Putnam R. D. (1995), *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak i Fundacja im. S. Batorego, Kraków–Warszawa
- Putnam R. D. (2008), *Samotna gra w kręgle: upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa

- Sahaj T. (2017), *Między terapią a wolnością. Bieganie we współczesnej prozie polskiej*, [w:] J. R. Stempień (red.), *Moda na bieganie – zapiski socjologiczne*, Uniwersytet Medyczny w Łodzi, Łódź
- Scheerder J., Breedveld K., Borgers J. (2015), *Who Is Doing a Run with the Running Boom? The Growth and Governance of One of Europe's Most Popular Sport Activities*, [w:] J. Scheerder, K. Breedveld (eds.), *Running across Europe. The Rise and Size of one of the Largest Sport Markets*, Palgrave Macmillan, Hampshire
- Sierocińska K. (2011), *Kapitał społeczny. Definiowanie, pomiar i typy*, „Studia Ekonomiczne”, nr 1
- Stempień J. R. (2014), *Dziecięce i młodzieżowe zawody biegowe w Polsce w perspektywie socjologii kultury fizycznej*, [w:] B. Wiśniewska-Paź (red.), *Rynek szkół, uczelni i zajęć sportowych oraz jego aktorzy w rzeczywistości wielkomięskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław
- Stempień J. R. (2015a), *“Must be healthy, must be sporty” – experiences of Poland and selected European countries. The case of popularity of running*, [w:] B. Sawicki (ed.), *Promotion of healthy lifestyle in European countries*, Katedra Turystyki i Rekreacji Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie, Lublin
- Stempień J. R. (2015b), *Polska moda na bieganie w świetle analizy kohort. Perspektywa socjologiczna*, [w:] M. Zowisło, J. Kosiewicz (red.), *Sport i turystyka w zwierciadle wartości społecznych*, Akademia Wychowania Fizycznego, Kraków
- Stempień J. R. (2016a), *Ku źródłom polskiej mody na bieganie – perspektywa nietzscheańska*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica”, nr 58, s. 49–71
- Stempień J. R. (2016b), *Wartość poznawcza kulturowej kliszy „samotnego długodystansowca”*, [w:] B. Wiśniewska-Paź, P. Wróblewski (red.), *Społeczeństwo – sport – edukacja*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice
- Stempień J. R. (2017a), *Bieganie jako praktyka dystynktywna. Analiza z wykorzystaniem teorii Pierre'a Bourdieu*, [w:] J. R. Stempień (red.), *Moda na bieganie – zapiski socjologiczne*, Uniwersytet Medyczny w Łodzi, Łódź
- Stempień J. R. (2017b), *Maraton uliczny jako teatrum. Socjologiczne impresje w duchu Ervinga Goffmana*, [w:] M. Hasiuk, E. Kołdrzak (red.), *Kręgi płomienne. Szkice o teatrze i socjologii*, Wydawnictwo Primum Verbum, Łódź
- Stempień J. R. (w druku), *Ideologia healthismu jako fons et origo mody na bieganie*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 2.
- Waśkowski Z. (2014), *Profil polskiego biegacza. Raport z badań*, opracowanie dostępne na stronie internetowej: [www.konferencjabiegowa.pl](http://www.konferencjabiegowa.pl) [dostęp 29.12.2016]
- Wieczorkowska M. (2017), *Jak modnie biegać? Moda na bieganie i jej komercjalizacja*, [w:] J. R. Stempień (red.), *Moda na bieganie – zapiski socjologiczne*, Uniwersytet Medyczny w Łodzi, Łódź
- [www.bazy.ngo.pl](http://www.bazy.ngo.pl)

---

Jakub Ryszard Stempień

## **RUNNING CLUBS IN POLAND. SOME COMMENTS ON CREATING SOCIAL CAPITAL**

**Summary.** The paper presents results of a research focused on Polish running clubs (NGOs for runners and running volunteers). The research method was desk research on-line and the study refers to all 99 identified running clubs in Poland, including their activity in 2014 and 2015. Collected data includes location, number of members and activities undertaken by running clubs (in the perspective of collaboration with local authorities, other NGOs and business). Results of the study may be useful when analyzing the running boom in the perspective of the theory of social capital by Robert D. Putnam.

**Keywords:** running boom, running clubs and running communities, NGOs, social capital.