

Magdalena Kwiek

Plogging – ekotrend w rekreacji w opinii studentów

Streszczenie

Trendy związane z dbałością o środowisko, ochroną przyrody i propagowaniem ekologicznych rozwiązań w życiu codziennym coraz częściej widoczne są również w turystyce i rekreacji. Jednym z popularniejszych wśród biegaczy jest plogging, czyli połączenie biegania i zbierania śmieci. Na świecie oraz w Polsce odbywa się coraz więcej ploggingowych imprez, a w mediach społecznościowych tworzy się coraz więcej lokalnych grup ploggingowych. Wśród 158 studentów Turystyki i rekreacji Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie przeprowadzono anonimową ankietę, której celem było poznanie opinii na temat stanu wiedzy studentów dotyczącej ploggingu, jego popularności i przydatności w Polsce, a także ocena niektórych zachowań badanych osób związanych z dbałością o otoczenie. Niewielka grupa badanych słyszała wcześniej o idei ploggingu. Większość studentów uważa plogging za bardzo dobrą inicjatywę, lecz niewielka tylko część przyłączyłaby się do tego typu aktywności. Znaczna część studentów nie zbiera śmieci pozostawionych przez innych, a za zły stan czystości terenów rekreacyjnych winią m.in. zbyt małą dostępność koszy na śmieci oraz niski stan świadomości społecznej.

Plogging – an ecotrend in recreation in the opinion of students

Abstract

Trends related to care for the environment, nature protection and promotion of ecological solutions in everyday life are also increasingly visible in tourism and recreation. One of the most popular among runners is plogging, which is a combination of running and collecting rubbish. There are more and more plogging events in the world and in Poland, and more and more local plogging groups are created in social media. An anonymous questionnaire was conducted among 158 students of Tourism and Recreation, the purpose of which was to find out the opinion on the state of knowledge of these students about plogging, popularity and usefulness in Poland, as well as to evaluate some of the behaviors of respondents related to caring for the environment. A small group of respondents had heard about the idea of plogging before. Most students find plogging a very good initiative, but a small minority of them would join to this type of activity. A significant number of them do not collect rubbish left by others, and blame the poor cleanliness of recreational areas, among others, on insufficient availability of litter bins and low level of public awareness.

Słowa kluczowe: plogging, ekoturystyka, bieganie, zbieranie śmieci

Keywords: plogging, ecotourism, running, cleaning up the garbage

Otrzymano: 12.03. 2022

Received: 12.03. 2022

Zaakceptowano: 24.03.2022

Accepted: 24.03.2022

Sugerowana cytacja / Suggested citation: Kwiek, M. (2022). Plogging – ekotrend w rekreacji w opinii studentów. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica*, 18,125–138, doi: 10.24917/20845456.18.8

Wstęp

Współcześnie turystyka rozwija się na styku zjawisk i procesów gospodarczych, kulturowych, społecznych oraz technologicznych. Przenikając się, tworzą one dynamiczne i zróżnicowane uwarunkowania wpływające zarówno na usługi i produkty turystyczne, jak również na potrzeby, doświadczenia i zachowania turystów. Szczególną cechą tych zmian jest interferencja oraz relacyjność, czyli przeobrażanie się turystyki pod wpływem czynników spoza niej samej. Są to związki, jakie łączą ją z nowymi technologiami, zjawiskami społeczno-ekonomicznymi oraz fenomenami kultury. Innymi słowy, by dziś rozumieć i zmieniać turystykę, konieczne jest przekraczanie jej granic i efektywne wykorzystanie potencjału istniejącego w jej otoczeniu (Wasyluk 2020).

Ważną częścią rynku turystycznego są młodzi ludzie, zwłaszcza należący do tzw. pokolenia Z, urodzeni po 1990 roku oraz Millenialsi, urodzeni po 2000 r. Wartość rynku turystycznego tych osób w 2009 r. szacowano na blisko 190 mld dolarów, w 2014 r. – na 286 mld., a w 2020 r. prognozowana wartość miała przewyższyć 400 mld dolarów. Jako konsumenci członkowie pokolenie Z i Millenialsów charakteryzują się relatywnie dużą ilością wolnego czasu, mobilnością i ciekawością świata, lubią poznawać nowe kultury, być blisko natury i lokalnej społeczności. Są to też generacje najbardziej zorientowane technologicznie, urodzone w cyfrowym świecie, a jednocześnie mocniej zaangażowane w problematykę ekologii, globalnego ocieplenia, głodu, wojen i kryzysów społecznych. (Dębski 2020; Żarczyńska-Dobiesz, Chomątowska 2014).

Te wszystkie cechy sprawiają, że obecni 20- i 30-latkowie chętnie korzystają z dostępnych nowinek technologicznych ułatwiających codzienne funkcjonowanie, lecz zarazem zwracają oni uwagę na to, czy ich produkcja lub wykorzystanie nie wpływają destrukcyjnie na środowisko przyrodnicze. Młodzi konsumenci bardzo świadomie wybierają produkty, sprawdzają czy stoją one w zgodzie z nowoczesnymi trendami ekologicznymi. „Zero waste”, czyli styl życia bez produkowania odpadów, bez śmieci i wyrzucania resztek jest aktualnie najbardziej popularnym wśród młodego pokolenia.

Według Zero Waste International Alliance: „Zero Waste” jest celem, który jest etyczny, ekonomiczny, skuteczny i wizjonerski, aby prowadzić ludzi ku zmianie stylu życia i praktyk, które naśladują naturalne cykle odnawiania się, gdzie wszelki materiał, którego się pozbyto jest zaprojektowany tak, by być zasobem

do wykorzystania przez innych. Zero Waste oznaczana takie projektowanie i zarządzanie produktami oraz procesami, aby systematycznie eliminować szkodliwość odpadów i materiałów oraz zmniejszać ich objętość, przetwarzać i odzyskiwać wszystkie zasoby, nie spalać ich ani nie zakopywać. Zero Waste wyeliminuje uwalnianie szkodliwych substancji do ziemi, wody czy też powietrza, które są zagrożeniem dla zdrowia człowieka, zwierząt, roślin i całej planety (Korst 2012, www.zero-waste.pl)

Moda na bycie „eko” i „zero waste” przekłada się na wszystkie sfery życia, również na te związane ze zdrowiem, podróżowaniem, podejmowaniem aktywności sportowej i rekreacyjnej. W obliczu coraz szybciej postępującej degradacji środowiska przyrodniczego uczestnicy szeroko pojętej turystyki i rekreacji przykładają coraz większą uwagę do swoich wyborów, wzrasta również ich zapotrzebowanie na różnego rodzaju ekoinnovacje, które mają na celu osłabienie bądź redukcję destrukcyjnych oddziaływań ludzkich. Turyści z pokolenia Z i Millenialsi doceniają znaczenie firm, które rozumieją wartość wdrażania ekologicznych praktyk biznesowych. Szukają również takich, które stosują ekologiczne procedury mające na celu zmniejszenie zapotrzebowania na elementy środowiska naturalnego (Sofronov 2018).

Ekotrendy w sporcie, turystyce i rekreacji

Innowacyjność ekologiczna w turystyce i rekreacji skutkuje m.in. możliwością wprowadzenia na rynki nowych produktów i usług. Większość z innowacyjnych opracowań ma na celu sprostanie oczekiwaniom konsumentów i unowocześnienie otaczającego ich środowiska, przy jednoczesnym zachowaniu w naturalnym stanie ekosystemów przyrodniczych i rozwijaniu gospodarki zgodnie z zasadami trwałego, zrównoważonego rozwoju oraz kreowania postępu cywilizacyjnego przyjaznego środowisku. Działania proekologiczne i ekoinnovacyjność łączą interes ekonomiczny i sferę ekologii. Jest to sytuacja korzystna i atrakcyjna nie tylko dla polityków i rządzących, ale także dla przedsiębiorstw oraz społeczeństwa (Krupa 2014).

W ostatnich latach zmieniło się nie tylko otoczenie turystyki, lecz również preferencje samych turystów. Zmieniły się oczekiwania turystów, których nie zadowalają już dotychczasowe formy biernego wypoczynku w luksusowych hotelach, określane powszechnie 3×S (sea, sun, sand). Coraz więcej z nich poszukuje miejsc, obiektów i usług zgodnych z zasadami turystyki zrównoważonej (Wasyłuk 2020), czyli takiej, która uwzględnia wymogi zachowania równowagi pomiędzy trzema filarami rozwoju zrównoważonego: rozwojem ekonomicznym, trwałym użytkowaniem zasobów przyrodniczych oraz poszanowaniem wartości społecznych i kulturowych. Turystyka zrównoważona jest więc przyjazna środowisku przyrodniczemu, społecznościom lokalnym, turystom, jak również działającym na rynku turystycznym usługodawcom. Dbając o poszanowanie interesów wszystkich wyżej wymienionych stron, turystyka zrównoważona podtrzymuje ekologiczną, społeczną i ekonomiczną integralność terenów. Ekoturystyka jako jedna z jej form jest zwykle traktowana, jako bardziej restrykcyjne podejście do turystyki zrównoważonej, ze względu na przykładanie większej wagi do ochrony środowiska (Adamski 2016). Ekoturystyka zwykle odbywa się w małych grupach o dokładnie

sprecyzowanym profilu zainteresowań lub jest formą turystyki rodzinnej. Podczas wypraw ekoturystycznych turysta korzysta głównie z bazy noclegowej i gastronomicznej dostępnej na terenie gospodarstw agroturystycznych i ekoturystycznych, kładąc duży nacisk na możliwość poznania cech danego regionu, przyrodniczych i kulturowych. Aktywność ekoturysty polega nie tylko na aktywności fizycznej realizowanej poprzez wycieczki: piesze, konne, rowerowe czy spływy kajakowe, lecz także na aktywności intelektualnej, związanej z poznawaniem przyrody i tradycji regionu. Ekoturysty z założenia korzystają z usług miejscowych przewodników i lokalnych biur podróży co sprzyja aktywizacji społeczności lokalnej i kształtowaniu specyficznego produktu turystycznego będącego odpowiedzią na nowe zapotrzebowanie rynku (Woś 2009). Przykładami ekoturystyki może być agroturystyka, turystyka zielarska, różne formy turystyki kulinarnej (biroturystyka, enoturystyka), a także turystyka kreatywna dająca możliwość rozwijania własnego potencjału twórczego (ang. *creative tourism*) przez aktywny udział turystów w kursach i warsztatach edukacyjnych, związanych np.: z zasobami wsi, ekosystemem leśnym i gospodarką wodną (Gralak i Kacprzak 2021; Klepacka-Dunajko i Kałuża 2015).

Ekotrendy w działalności sportowej widzimy na wielu płaszczyznach. Wiążą się one m.in. z organizacją imprez masowych, w trakcie których w jednym miejscu i czasie obecne są dziesiątki tysięcy dysponentów dóbr (zawodników, kibiców, przedstawicieli sztabu szkoleniowego, służb medycznych, porządkowych, mediów itp.). Powstaje wtedy też ogromna liczba produktów, które (zdaniem osób nimi gospodarujących) są odpadami. Tego typu sytuacja niesie więc sporo zagrożeń, takich jak: zbyt mała liczba służb sprzątających, które nie są w stanie w krótkim czasie usunąć dużej ilości odpadów; możliwość wykorzystania opakowania po zużytej produkcie do zakłócenia widowiska (np. rzucanie butelką w stronę sportowców, działaczy, kibiców); powstanie dużej liczby szkodliwych odpadów w jednym czasie (np. potłuczone butelki) Rosnąca świadomość ważności ochrony środowiska sprawiła, że zaczęto poszukiwać nowych metod i koncepcji pozwalających na zrównoważoną organizację imprez sportowych, takich jak logistyka zwrotna, ekologistyka czy „zielona” logistyka (Gralak i Kacprzak 2021).

Organizatorzy wielkoformatowych zawodów sportowych, mistrzostw świata, Igrzysk Olimpijskich coraz częściej wprowadzają ekologiczne rozwiązania techniczno-organizacyjne takie jak:

- Punkty na trasach biegów, na których można nalać wodę do własnych kubków lub kubki „jadalne”.
- Kary za śmiecenie na trasie.
- Zminimalizowane pakiety startowe w lnianych torbach.
- Możliwie największy odzysk materiałów, które posłużyły do budowy obiektów, a nie są niezbędne po turnieju, np. Rozkładane trybuny, specjalistyczne oświetlenie, podgrzewana nawierzchnia, profesjonalny system nagłaśniający, centra dla mediów oraz sztabów szkoleniowych, boczne boiska treningowe itp.
- Remont obiektów sportowych i ośrodków przygotowawczych, które uległy nie-znacznej, (częściowej lub całkowitej) degradacji na skutek organizacji imprezy lub działalności kibiców, np. toalety stacjonarne oraz przenośne, punkty gastronomiczne, pomieszczenia socjalno-bytowe, szatnie, przebieralnie.
- Odzysk, recykling wszelkich materiałów, które po wydarzeniu będą nadawały się do ponownego zagospodarowania zgodnie z zasadami gospodarowania

odpada-mi, np. recykling odpadów powstałych w trakcie rozgrywek, tj. butelki plastikowe, jednorazowe sztućce, pamiątki, okolicznościowe stroje i wystrój wnętrz.

- Ponowne wykorzystanie, które jest najważniejszym procesem następującym po samej imprezie. Nowo obiekty są w większości wielofunkcyjne, a zatem – winny być ponownie zagospodarowane.
- Ocalenie specjalnie przygotowanych do turnieju obiektów i urządzeń, które mogą mieć ponowne zastosowanie bądź mogą być użyte w ponownych edycjach rozgrywek (<https://lifemanagerka.pl/>, Żuryński 2014).

Ekotrendy w sporcie wiążą się również z odzieżą sportową. Ubrania sportowe produkowane z materiałów sztucznych są trwałe, dobrze radzą sobie z odprowadzaniem wilgoci, szybko schną, nie blakną na słońcu, nie wymagają też prasowania, a dzięki elastycznym dodatkom, świetnie dopasowują się do ciała. Coraz więcej firm zaczyna jednak tworzyć ubrania wykonane z materiałów pozyskanych drogą recyklingu. Przykładowo z wyłowionych z morza, zniszczonych sieci rybackich, powstaje materiał na odzież sportową ECONYL®. Najpierw odzyskuje, sortuje i oczyszcza się odpady w celu odzyskania z nich nylonu, a następnie wytwarza się regenerowany ECONYL®, z którego powstają na przykład kostiumy kąpielowe. Wiele ubrań treningowych powstaje z dzianin i tkanin wykonanych z włókien z przetworzonych plastikowych butelek PET (<https://giparawear.com>, <https://lifemanagerka.pl>).

Piszząc o modzie w kontekście śmieci i ekologii, nie można też zapominać o wykorzystaniu śmieci nieprzetworzonych przed ich wtórnym wykorzystaniem, takich jak używana odzież, wyposażenie domów, meble, sprzęty domowe, części samochodowe czy sprzęt sportowy i rekreacyjny, które trafiają ze specjalnych kontenerów, „wystawek”, strychów, piwnic, a nawet śmietników praktycznie wprost do ponownego obiegu. Popularność w wielu dziedzinach życia, (także w sporcie i rekreacji), zyskuje również tzw. Sharing, czyli udostępnianie do użytkowania samochodów, rowerów, hulajnóg czy segwayów (Frączkiewicz 2017; Kamińska 2017).

Innowacyjne działania ekologiczne w sporcie widać także w inicjatywach podejmowanych przez różne organizacje samorządowe, ekologiczne, kluby sportowe lub działaczy indywidualnych, których celem jest propagowanie aktywnego stylu życia w zgodzie z naturą, dbałość o środowisko naturalne i poprawa jego stanu. Najczęściej wyraża się to poprzez imprezy sportowo-rekreacyjne połączone z kampaniami ekologicznymi, zbiórką materiałów do recyklingu czy porządkowaniem lasów, parków i terenów rekreacyjnych. Jak podają organizatorzy niektórych wydarzeń, podczas największych akcji uczestnicy zbierają nawet 2 tony śmieci (<https://festiwalbiegowy.pl>).

W mediach społecznościowych co jakiś czas pojawiają się nowe akcje skierowane przede wszystkim do młodych aktywnych osób, którym nie jest obojętny stan najbliższego otoczenia. Do takich wydarzeń należy m.in. trash challenge, który szybko rozprzestrzenił się w świecie. Śmieciowe „wyzwanie”, to akcja internetowa, popularna w mediach społecznościowych. Zarówno wśród młodszych, jak i starszych użytkowników Internetu pojawiło się wielu chętnych, którzy wraz z rodziną i przyjaciółmi postanowili wybrać się na spacer i pozbierać śmieci ze swojej okolicy, robiąc tym samym krok w stronę czystej planety. Choć wyzwanie ze zbieraniem odpadów zyskało popularność już jakiś czas temu, do dziś na Facebooku i Instagramie pojawiają się zdjęcia oznaczone jako #trashchallenge. Zarówno

w dużych miastach, jak i na wsi ludzie chętnie wybierają się na spacer, podczas których sprzątają śmieci w najbliższej okolicy, a później dzielą się zdjęciami dokumentującymi wykonanie zadania z wyzwania.

Coraz większą popularność zdobywa także aktywność ruchowa będąca połączeniem biegania (joggingu) i zbierania śmieci – plogging.

Plogging

Nowy trend w sporcie zapoczątkował w 2016 r. szwedzki aktywista Erik Ahlström, a jego nazwa pochodzi od kombinacji słowa „plocka”, znaczącego po szwedzku podnosić lub zbierać i angielskiego „jogging”, które weszło już do użycia w całej Europie. Plogging wpisuje się proekologiczne działania, które mocno się rozwijają. Erik Ahlström chciał zrobić porządek na zaśmieconych ulicach Sztokholmu, zaczął je więc zbierać w trakcie biegania. Do tego samego zachęcał swoich znajomych, zatem grupa sprzątających biegaczy zaczęła się powiększać. W 2017 Ahlström założył w Szwecji stowarzyszenie Plogga.se, które stopniowo rozrosło się na cały świat. Plogga/Plogging szybko stało się nowym słowem w krajach takich, jak Belgia, Holandia, Dania, Norwegia, Wyspy Owcze, Francja, Włochy i zostało włączone do słownika języka angielskiego. Założyciel Ploggi oraz jego przedstawiciele cały czas bardzo aktywnie promują ideę ploggingu podczas licznych wykładów, kampanii telewizyjnych, radiowych, szkoleń, warsztatów i eventów na wszystkich kontynentach (plogga.se). Zasięg działań Plogga.se jest ogromny. W większych miastach biegacze regularnie umawiają się na biegi połączone ze zbieraniem śmieci. Coraz częściej przy okazji innych eventów sportowych i ekologicznych są organizowane imprezy ploggingowe, na których uczestnicy ruszają w trasę z workami (<http://www.ekocentryczka.pl>).

W 2018 r. w Hermosillo w Meksyku pobito światowy rekord w ploggowaniu, w 2019 r. miała miejsce światowa premiera Plogga podczas Mistrzostw Świata w Narciarstwie Alpejskim w Åre, i w tym samym roku roku Plogga uczestniczyła w Outdoor ISPO w Monachium, Planet Earth Games i Love Trails w Walii, stworzono też nową konkurencję (klasa plogging), podczas słynnego nocnego maratonu w Antwerpii. W 2021 r. Plogga i Erik Ahlström zdobyli w Moskwie „Geograficzny Oscar” przyznany przez Rosyjskie Towarzystwo Geograficzne (www.plogga.se). Również w Polsce w 2021 r. w wielu miastach odbyło się kilkanaście imprez biegowych z cyklu PLogging – World Cleanup Day oraz Biegamy w lesie i na Sosinie, VI Festiwal Biegów Górskich Gorce ultra-trail PGE Ultramaraton Nadbużański oraz Trashmageddon 2021 – ekstremalne zawody w sprzątaniu lasu (<https://www.magazynbieganie.pl>)

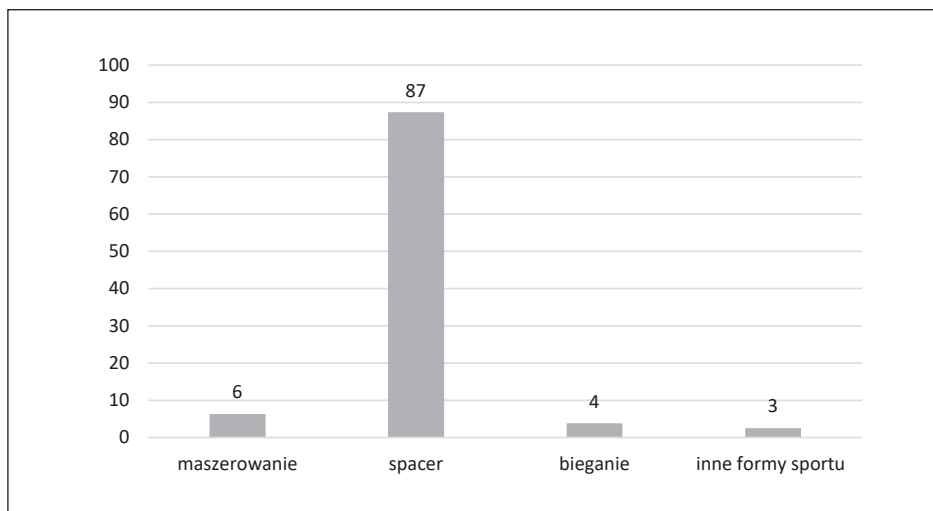
Idea „sprzątania świata” nie dotyczy tylko biegaczy. Spacerowicze również mogą przyczynić się do czystszej otoczenia – w sieci zaczął nawet funkcjonować termin „plalking” (od „plocka” i „walking” – ang. *chodzenie*). Coraz częściej również grzybiarze wyruszają na poszukiwanie grzybów połączone ze zbieraniem śmieci i wracają z lasu z pełnymi siatkami jednych i drugich (<https://sklep.jack-wolfskin.pl/blog/plogging>). W kolejnych rozdziałach przedstawiono wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród studentów Turystyki i rekreacji dotyczące ich opinii o ploggingu jako nowej formie aktywności.

Materiał i metody

Anonimowa ankieta online została przeprowadzona na przełomie listopada i grudnia 2021 roku wśród 158 studentów Turystyki i rekreacji Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. W dobrowolnym badaniu wzięły udział osoby z I, II i III roku studiów dziennych, w wieku od 18 do 26 lat. Ankieta zawierała pytania zamknięte jednokrotnego wyboru, dotyczące aktywności sportowo – rekreacyjnej respondentów, znajomości idei ploggingu i opinii na temat przydatności tego typu aktywności oraz niektórych zachowań związanych z dbaniem o środowisko. Wyniki podano w wartościach procentowych.

Wyniki

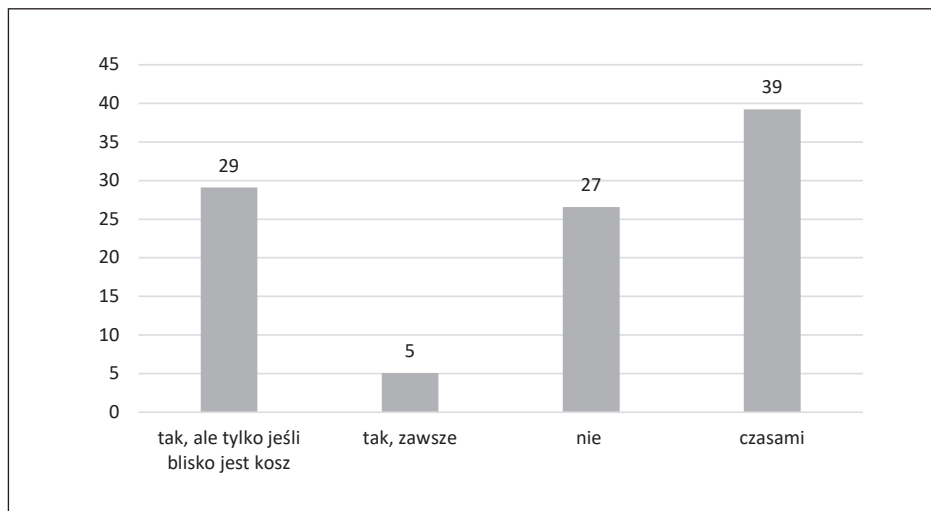
Studenci Turystyki i rekreacji z racji swoich zainteresowań są w większości aktywni w czasie wolnym, chętnie odwiedzają różnego rodzaju tereny rekreacyjne (w tym chronione), które często są udostępniane w celach turystycznych i sportowo – rekreacyjnych. Najczęstszą aktywnością na tych terenach badanych są spacery (ryc. 1).



Ryc. 1. Jakie formy aktywności studenci najczęściej podejmują na terenach rekreacyjnych?

Źródło: opracowanie własne

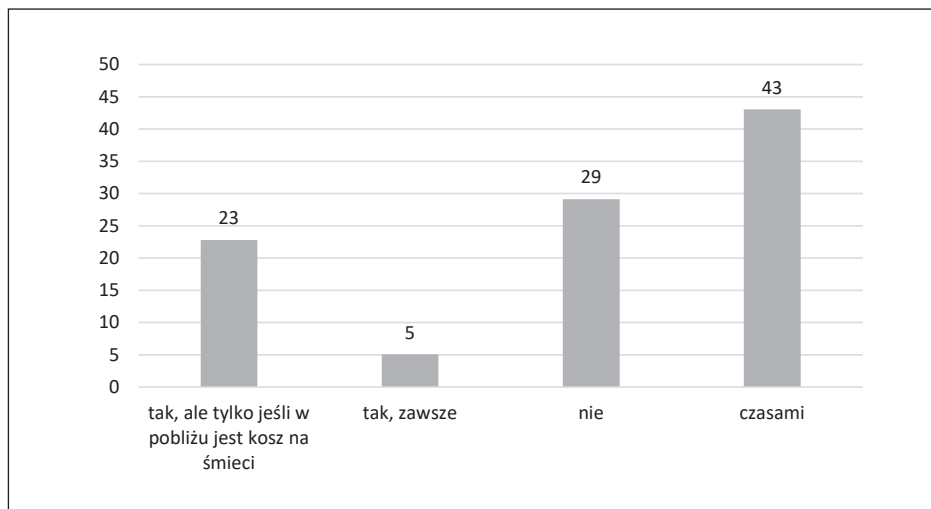
Podczas spacerów i innych form rekreacji na obszarach do tego przeznaczonych zdecydowana większość studentów jest skłonna podnieść i wyrzucić napotkane po drodze śmieci, jednak niewielu spośród nich robi to zawsze, a 29% tylko wtedy, gdy w niewielkiej odległości znajduje się kosz na śmieci. Dość duża grupa, bo 27% badanych nie zbiera zaś wcale pozostawionych przez innych śmieci (ryc.2).



Ryc. 2. Czy studenci podnoszą napotkane śmieci podczas podejmowanej aktywności sportowo-rekreacyjnej?

Źródło: opracowanie własne

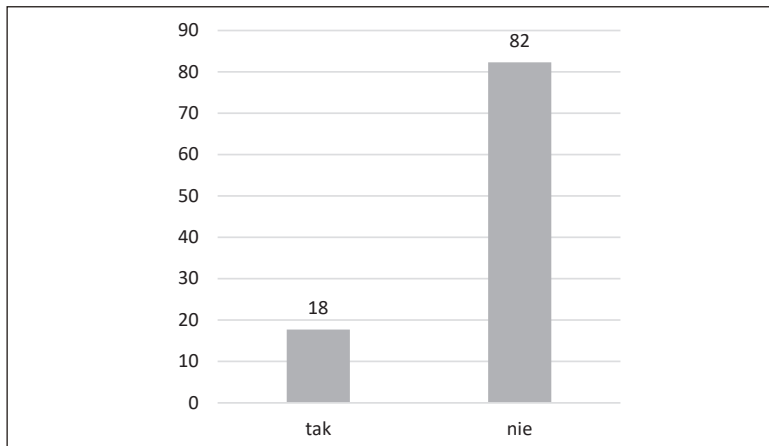
Bardzo podobnie respondenci reagują na śmieci napotkane w miejscach publicznych: na ulicy, w środkach transportu w czasie drogi do domu, szkoły czy miejsca pracy. Nieco mniej osób deklaruje wyrzucenie śmieci do pobliskiego kosza i o 2% więcej osób niż w parku nie schyli się po śmieci na ulicy lub w autobusie (ryc.3).



Ryc. 3. Czy studenci podnoszą śmieci napotkane podczas drogi do domu/pracy/szkoły?

Źródło: opracowanie własne

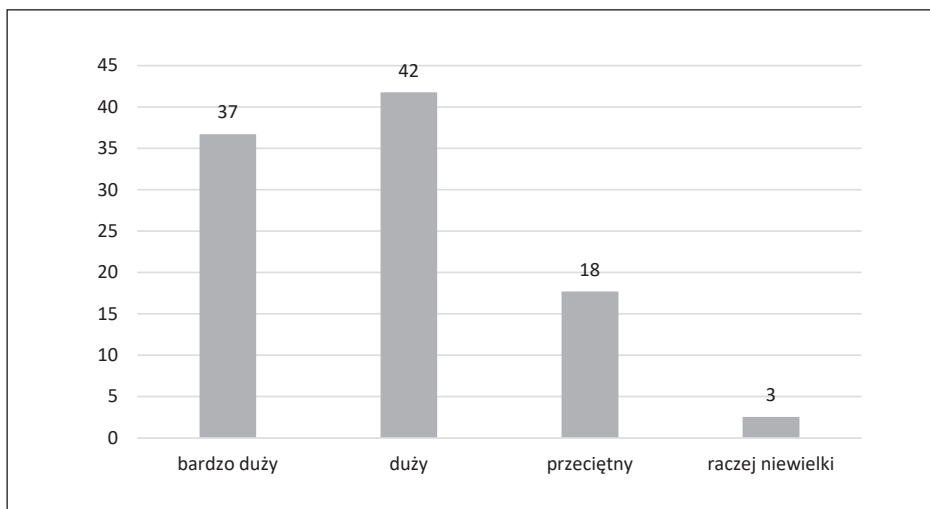
Zdecydowana większość studentów (82%) nigdy nie słyszała o ploggingu, nie wie na czym on polega i z czym jest związany (ryc. 4).



Ryc. 4. Czy studenci wiedzą na czym polega plogging, czy w ogóle słyszeli o tej idei?

Źródło: opracowanie własne

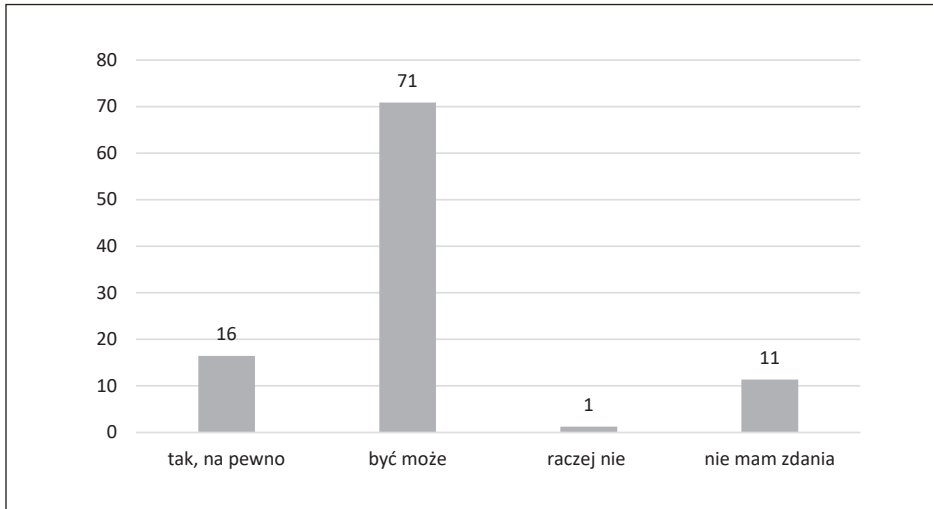
Po krótkim zapoznaniu z ideą ploggingu badanych studentów poproszono o oszacowanie wpływu takiej i podobnych aktywności na poprawę stanu czystości miejsc przeznaczonych do turystyki i rekreacji na świecie. Prawie połowa z nich, 47% oceniła ten wpływ jako duży lub bardzo duży 37%, a tylko 3% nie sądzi, by popularność akcji biegowych połączonych ze zbieraniem śmieci odnosiła znaczący skutek dla środowiska przyrodniczego (ryc. 5).



Ryc. 5. Jak duży wpływ zdaniem studentów plogging może mieć na poprawę stanu czystości terenów sportowo-rekreacyjnych czy obszarów chronionych na świecie?

Źródło: opracowanie własne

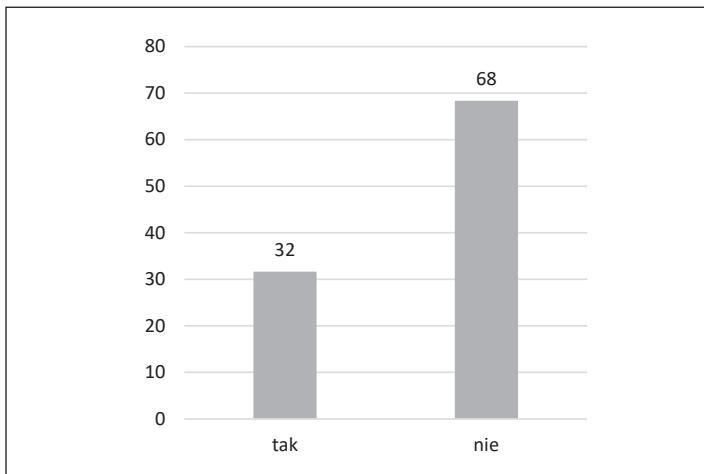
Jeśli chodzi o środowisko naturalne Polski to 16% respondentów potwierdza, że plogging ma szansę stać się w Polsce popularny, nie jest zaś o tym przekonany tylko 1% studentów (ryc. 6).



Ryc. 6. Czy w opinii studentów plogging ma szansę na popularność w Polsce?

Źródło: opracowanie własne

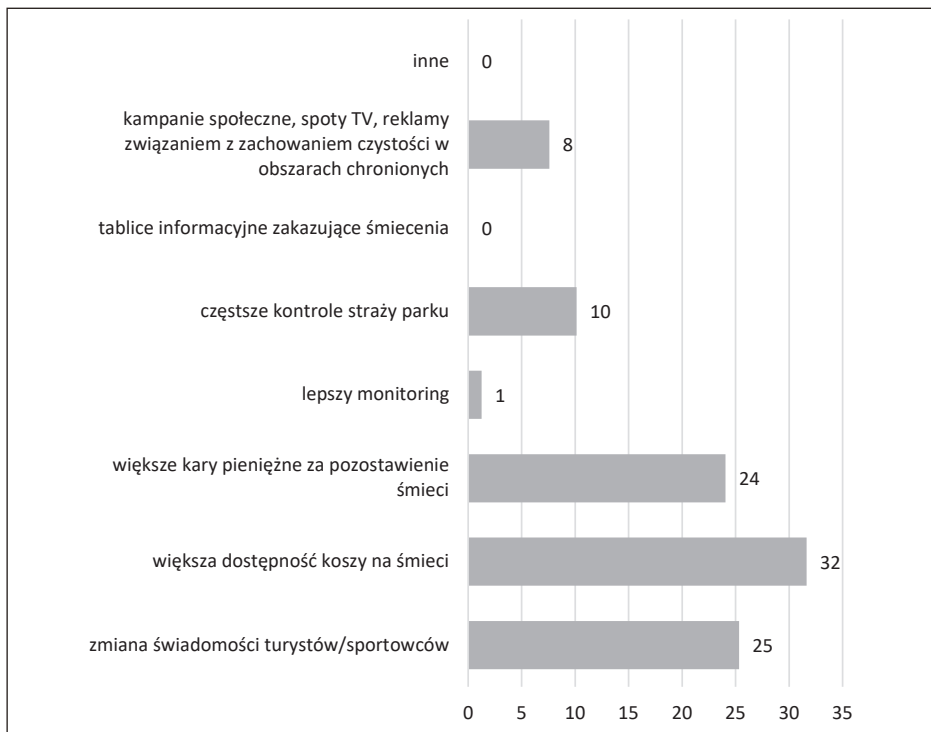
Mimo, iż studenci w zdecydowanej większości przekonani są o pozytywnym wpływie plogingu na stan środowiska, to tylko 32% z nich przyłączyłoby się do takiej akcji i wzięło udział w biegu. Znacznie ponad połowa z nich nie zdecydowałaby się do zbierania śmieci nawet w zorganizowanej grupie (ryc. 7).



Ryc. 7. Czy studenci przyłączyliby się do plogingu?

Źródło: opracowanie własne

Studenci zdają sobie sprawę, że za stan środowiska w największym stopniu odpowiadają turyści i użytkownicy terenów rekreacyjnych, lecz uważają, że to zmiany organizacyjno-prawne (kosze na śmieci, kary pieniężne, kontrole straży) w największym stopniu wpłynęłyby na zmniejszenie liczby odpadów w otoczeniu (ryc. 8).



Ryc. 8. Co w opinii studentów w największym stopniu poprawiłoby stan czystości na obszarach chronionych i rekreacyjnych?

Źródło: opracowanie własne

Podsumowanie

Idea ploggingu czyli połączenia aktywności sportowej (biegania) ze zbieraniem śmieci na rodzimym gruncie jest stosunkowo nowa, lecz stopniowo zyskuje coraz większą popularność zwłaszcza wśród młodych osób. Coraz więcej klubów sportowych, stowarzyszeń i organizacji sportowo-rekreacyjnych zajmujących się promocją zdrowego stylu życia włącza do swoich działań aktywności połączone z dbałością o stan środowiska naturalnego. Podkreślić trzeba także pozytywne znaczenie mediów społecznościowych w propagowaniu tego typu działań. Aplikacje typu Facebook, Twitter, Messenger, Whats App kontaktują ze sobą grupy osób mające wspólne zainteresowania i pasje, które łączy zamiłowanie do sportu, aktywności ruchowej oraz zdrowego i czystego środowiska. Dzięki licznym kampaniom w mediach społecznościowych wzrasta zainteresowanie ekotrendami w sposobie życia,

turystyce i sporcie. Łatwa i wydająca się banalną integracja zbudowana przez Internet, budzi wspólną odpowiedzialność w sferze ekologii. Postęp technologiczny powoduje zmiany w zakresie etyki i obyczajowości. Stąd nowa "moda" na wielkie wydarzenia czy widowiska promowane na licznych stronach internetowych (Śmiechowska i in. 2009).

Przeprowadzone badania ankietowe wskazały, że przedstawiciele młodego pokolenia jakimi są studenci turystyki i rekreacji, są zainteresowani ochroną środowiska i w większości nie jest im obojętny stan czystości ulic, miejsc publicznych i terenów rekreacyjnych. Jednak w praktyce niewielka liczba badanych osób była skłonna przyłączyć się do ploggowania, rzadko kto zbierał śmieci pozostawione przez innych, gdyż przeważnie uważa się, że za stan czystości ulic odpowiedzialne są odpowiednie służby. Według dużej części studentów, stan czystości parków i terenów rekreacyjnych poprawiłby się, gdyby wzrosła dostępność koszy na śmieci.

Z wielu różnych badań dotyczących świadomości społecznej na temat zagrożeń środowiska wynika, że już nawet najmłodszy wiek wie, jakie szkody przynosi środowisku niewłaściwe gospodarowanie odpadami, jak duże i niepotrzebne są straty w świecie zwierząt i roślin z powodu zbyt intensywnej rozbudowy infrastruktury turystycznej i jakie znaczenie dla ludzkości ma zachowanie nieskażonych terenów. Co jest szczególnie ważne, Polacy w coraz większym stopniu dostrzegają związek pomiędzy wpływem własnego postępowania na jakość środowiska. Maleje również grupa osób reprezentujących postawę tzw. ekologicznej obojętności na rzecz wzrostu liczby osób jednoznacznie ekologicznych (Kłós 2015).

Literatura

- Adamski, P., Ciapała, S. (2016). Turystyka przyrodnicza, ekoturystyka i turystyka zrównoważona – problemy klasyfikacyjne. *Folia Turistica*, 40/16, 9–26.
- Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski, Raport TNS Polska dla Ministerstwa Środowiska. Warszawa 2012.
- Czym jest zero waste? – kolejna moda? Czy działanie na rzecz środowiska?* <https://zero-waste.pl> [dostęp: 02.02. 2022].
- Dębski, M., Borkowska-Niszczota, M. (2020). Ekologiczne zachowania konsumpcyjne i stosunek do proekologicznych działań w obiektach noclegowych przedstawicieli pokolenia Z. *Turyzm*, 2, 45–53.
- Frączkiewicz, M. (2017). Śmieci modne, czyli wykorzystanie produktów ekologicznych i recyklingowych w modzie i designie. *Studia Etnologiczne i Antropologiczne*, 17, 127–145.
- Gipara recykling. <https://giparawear.com/page/gipara-recykling> [dostęp: 01. 02. 2022].
- Gralak, K., Kacprzak, M. (2021). *Trendy i kierunki rozwoju agroturystyki w kontekście ekonomii doświadczeń*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Kamińska, M. (2017). Gospodarka współdzielenia w Polsce – rezygnacja z posiadania na rzecz konsumpcji opartej na dostępie. *Quarterly Journal*, 3 (22), 165–177.
- Klepacka-Dunajko, I., Kałuża, H. (2015). Agro-ekoturystyka zielarska przykładem markowego produktu turystycznego w Polsce. *Europa Regionum*, 24, 21–28.
- Kłós, L. (2015). Świadomość ekologiczna Polaków – przegląd badań. *Studia i Prace WNEIZ US*, 42/2, 35–44.

- Kocot, A. (2021). Wiedza ekologiczna dzieci w wieku wczesnoszkolnym. V Międzynarodowa konferencja naukowo-praktyczna: Kształcenie i kształtowanie konkurencyjności profesjonalistów w warunkach integracji europejskiej. Ukraina, Mukaczewo 21-22 maja 2021.
- Korst, A. (2012). *The Zero-Waste Lifestyle: Live Well by Throwing Away Less*. Ten Speed Press USA.
- Krupa, J. (2014). Działania proekologiczne w turystyce szansą na jej zrównoważony rozwój. *Zeszyty naukowe. Turystyka i rekreacja*, 1(13), 5–23.
- Plogging. Ekologiczne bieganie*. <http://www.ekocentryczka.pl/2021/07/plogging-ekologiczne-bieganie.html> [dostęp: 12. 12 2021]
- Plogging – jak połączyć bieganie z dbaniem o środowisko?* <https://www.magazynbieganie.pl/plogging-jak-polaczyc-bieganie-z-dbaniem-o-srodowisko/> [dostęp.: 13. 12. 2021].
- Plogging Team: biegaMy dla czystej Polski!* <https://www.festiwalbiegowy.pl/biegajacy-swiat/plogging-team-biegamy-dla-czystej-polski> [dostęp: 25. 01.2022].
- Plogging – wejdź na nowy poziom joggingu!* <https://sklep.jack-wolfskin.pl/blog/plogging> [dostęp: 14. 01.2022].
- Sofronov, B. (2018). Millennials: a new trend for the tourism industry. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 3, 109–122.
- Sport i ekologia – czyli jak być aktywnym w stylu zero waste* <https://lifemanagerka.pl/2019/06/sport-zero-waste> [dostęp: 12. 02. 2022].
- Strumińska-Doktór, A. (2006). Droga do świadomości ekologicznej. *Studia Ecologiae et Bioethicae*, 4, 427–438.
- Śmiechowska, M., Newerli-Guz J., Kąkol J. (2009). *Journal of Research and Application in Agriculture Engineering*, 54(4).
- Wasyluk, P., Kucner, A. (2020). Wykorzystanie trendów w projektowaniu produktów i usług turystycznych na przykładzie Szlaku Kopernikowskiego. *Turystyka Kulturowa*, 1, 28–43.
- Woś, B. (2009). Ekoturystyka szansą zrównoważonego rozwoju terenów wiejskich. *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, 5, 115–122.
- Żarczyńska-Dobiesz, A., Chomątowska, B. (2014). Pokolenie „Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 350, 405–415.
- Żuryński, R. (2014). Organizacja wielkoformatowych imprez sportowych przy uwzględnieniu orientacji ekologicznej. *Nauki o Zarządzaniu*, 18, 111–125.

Notka bibliograficzna o autorze: Magdalena Kwiek, dr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych. Studiowała wychowanie fizyczne z gimnastyką korekcyjną w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Tarnowie, absolwentka wychowania fizycznego na Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie. W 2016 roku obroniła pracę doktorską, tym samym uzyskując tytuł doktora nauk o Kulturze Fizycznej. Od 2019 roku pracuje w Katedrze Turystyki i Badań Regionalnych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, prowadząc między innymi zajęcia z „Podstaw rekreacji”, „Teorii rekreacji”, „Turystyki kwalifikowanej”, „Rekreacyjnych form turystyki”. Czynnym instruktorem wielu dyscyplin sportowo – rekreacyjnych, m.in.: fitness, jogi, kulturystyki, pływania, gimnastyki, piłki nożnej. Główne zainteresowania naukowe to formy rekreacji ruchowej różnych grup społecznych, turystyka i rekreacja dzieci i młodzieży, wykorzystanie

infrastruktury sportowo-rekreacyjnej i jej miejsce w przestrzeni publicznej, hałas w szkole i środowisku.

Biographical note of author: Magdalena Kwiek, Phd. Graduate of Physical Education with corrective gymnastics at the University of Physical Education in Krakow. Since 2019 she has been a research worker, acting as an assistant in the department of Tourism and Regional Studies on the Pedagogical University in Kraków. An active PE teacher and sports instructor. Her main academic interests: physical recreation of various social groups, tourism for children and youth, sports infrastructure in public space, noise at school and in the environment.

ORCID: 0000-0003-2550-9527

e-mail: magdalena.kwiek@up.krakow.pl