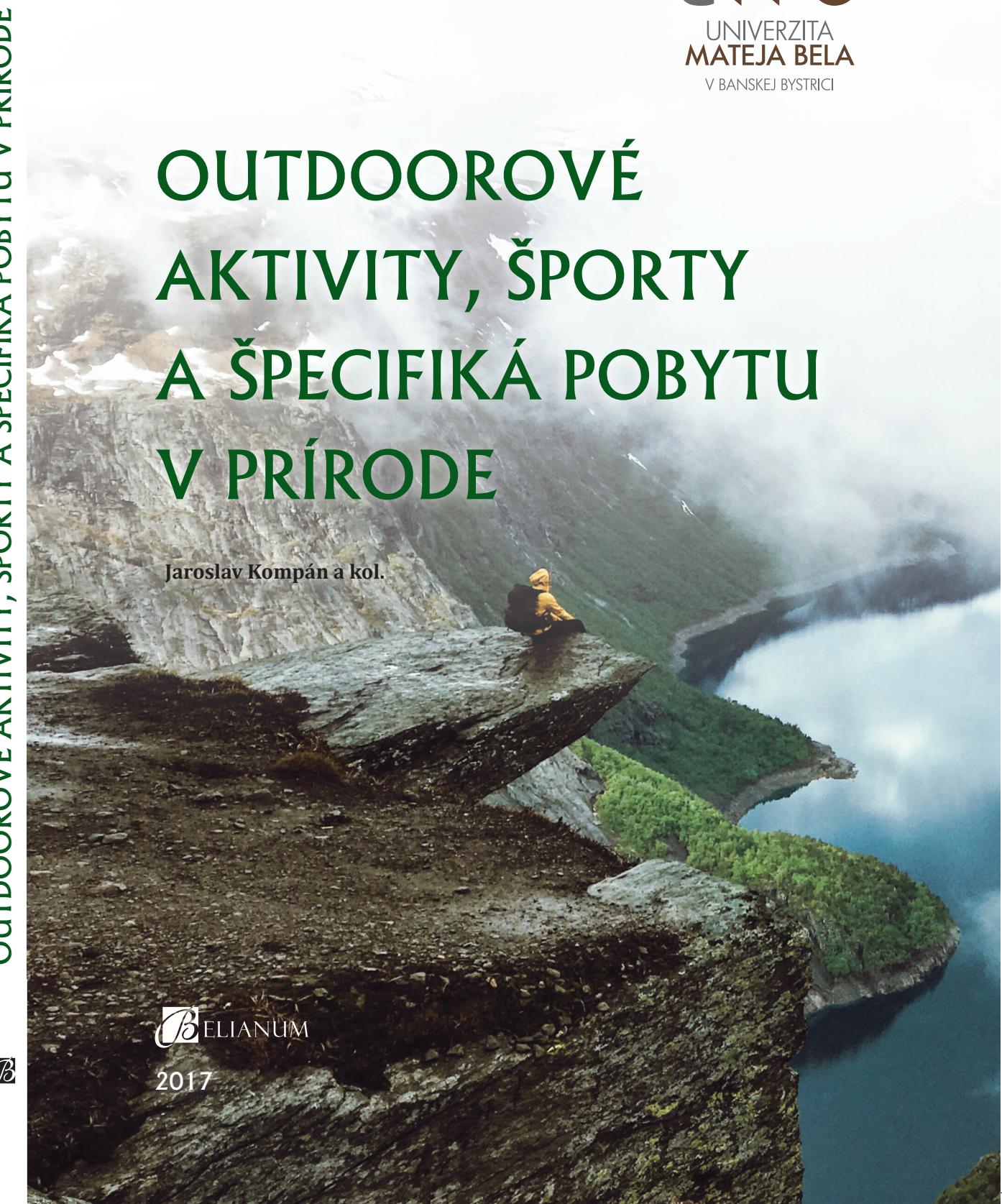


OUTDOOROVÉ AKTIVITY, ŠPORTY A ŠPECIFIKÁ POBYTU V PRÍRODE

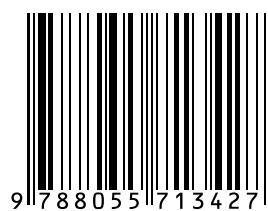
Jaroslav Kompán a kol.



BELIANUM

2017

OUTDOOROVÉ AKTIVITY, ŠPORTY A ŠPECIFIKÁ POBYTU V PRÍRODE



ISBN 978-80-557-1342-7

**Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici
Filozofická fakulta**

**Outdoorové aktivity, športy a špecifika pobytu
v prírode**

Vysokoškolská učebnica

Jaroslav Kompán a kol.



2017

Publikácia je doplnením riešenia problematiky nových trendov outdoorových aktivít mládeže v rámci výskumného projektu KEGA 044UMB-4/2016 Outdoorové aktivity, športy a špecifiká pobytu v prírode

Autori: *PaedDr. Jaroslav Kompán, PhD. (KTVŠ FF UMB, Banská Bystrica)
doc. PaedDr. Štefan Adamčák, PhD. (KTVŠ FF UMB, Banská Bystrica)
PaedDr. Martin Belás, PhD. (KTVŠ UK, Bratislava)
PaedDr. Martin Babiar, PhD. (Outdoor institute, Banská Bystrica)
prof. PaedDr. Karol Görner, PhD. (KTVŠ FF UMB, Banská Bystrica)
Mgr. Slavomír Pačuta (Outdoor institute, Banská Bystrica)*

Recenzenti: *PaedDr. Jaroslav Krajčovič, PhD.
doc. PaedDr. Dušan Kutlík, PhD.
PaedDr. Peter Mandzák, PhD.*

Vydavateľ: Belianum Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici
Edícia: Filozofická fakulta

ISBN 978-80-557-1342-7

PREDHOVOR

„Outdoor je skutočne významným fenoménom v modernej západnej spoločnosti“. Tako znala jedna z najdôležitejších informácií na záverečnej konferencii projektu EQFOA (European Qualification Framework for Outdoor Animators – Európsky kvalifikačný rámec outdoorových animátorov) z roku 2008 vo fínskom Vierumäki (Babiar - Baczek -Kompán, 2013).

Tento fakt podporujú aj výsledky reportu Vocasport z roku 2004, ktorý preukázal, že „outdoor“ v EÚ zamestnáva \pm 250 000 ľudí na plný úväzok a predpoklad z roku 2012 bol až \pm 400 000 (Smulders, , 2008).

Naša spoločnosť po vstupe do Európskej únie zaznamenala výrazný posun. Možnosti cestovania a zároveň rozvoj cestovného ruchu priniesol nové postoje k vnímaniu voľnočasových aktivít v prírode. Zvýšená dostupnosť aktivít, medializácia a zdieľanie zážitkov prostredníctvom multimédií zvýšil záujem o outdoorové aktivity a športy u všetkých skupín obyvateľstva. Komercionalizácia služieb a vytvorenie produktov transformovaných do ponuky cestovného ruchu zmenila pohľad na celú problematiku. Slovensko disponuje celým spektrom prírodných podmienok a turistickej infraštruktúry, ktorá má čo ponúknut' záujemcom o tieto aktivity. Je len samozrejmosťou, že takto ponúkané služby si vyžadujú kvalitné zázemie odborníkov realizujúcich tieto aktivity či komerčným alebo nekomerčným spôsobom. Legislatíva Slovenskej republiky prešla za posledné obdobie výraznými zmenami, ktoré upravujú pôsobenie odborníkov v tomto odvetví, ako aj samotnú realizáciu outdoorových aktivít a športov. Táto publikácia okrem sumarizácie poznatkov v jednotlivých oblastiach má ambície poskytnúť odbornej verejnosti nové pohľady na problematiku a upriamiť zrak na vývojové trendy a smery.

Autori

OBSAH

PREDHOVOR.....	3
1 Spoločenský význam outdoorových športov a aktivít	7
1.1 Zdravie, rekreácia, ekonomika	8
1.2 Outdoorové animácie	11
1.3 Poznanie a filozofia pobytu v prírode.....	15
2 Outdoorové aktivity a športy.....	25
2.1 Outdoorové športy v prírode	27
3 História turistiky a outdoorových aktivít.....	31
4 Turistické aktivity.....	39
4.1 Obsah turistiky	41
4.1.1 Pohybová zložka	41
4.1.2 Kultúrno-poznávacie činnosti.....	43
4.1.3 Odborno-technické činnosti.....	45
4.1.3.1 Príprava, plánovanie a organizácia turistických aktivít	45
4.1.3.2 Táborenie a základné tábornícke zručnosti, ochrana prírody	47
4.1.3.3 Topografia, práca s mapou, GPS, orientácia v teréne	47
4.1.3.4 Výstroj a vybavenie pre pobyt v prírode.....	59
4.1.3.5 Nebezpečenstvo na horách, technika a taktika pohybu v horskom teréne	66
4.1.3.6 Zdravotnícka problematika, poskytovanie prvej pomoci.....	80
4.1.3.7 Základy meteorológie a predpovedania počasia	83
4.2 Pešia turistika	87
4.3 Vysokohorská turistika.....	93
4.4 Vodná turistika	95
4.5 Cykloturistika a cyklistické športy.....	115
4.6 Lyžiarska turistika a beh na lyžiach	134
5 Odborné vzdelávanie v outdoore.....	163
5.1 Odborník v športe	163
5.2 Odborník vo vzdelávaní-učiteľ'.....	168
5.3 Outdoorový animátor	169
5.4 Outdoor activities.....	174
5.5 Zážitková pedagogika	175
6 Outdoorové vzdelávanie detí a mládeže.....	183
6.1 Ochrana života a zdravia	185
6.2 Školy v prírode	187
6.3 Sezónne činnosti	189
6.4 Environmentálna výchova.....	191
6.5 Geocaching	193
6.6 Adaptačné programy pre žiakov a študentov	198
6.7 Medzinárodná cena vojvodu z Edinburghu -DofE.....	200
MENNÝ REGISTER.....	207

1 SPOLOČENSKÝ VÝZNAM OUTDOOROVÝCH ŠPORTOV A AKTIVÍT

Ked' sa obzrieme ešte do nedávnej minulosti, pohybové aktivity v prírode mimo športov v prírode boli vnímané predovšetkým ako turistické aktivity. V staršej literatúre sa môžeme stretnúť s mnohými definíciami turistiky. Prevažná väčšina sa opiera o definíciu Svetovej organizácie turistiky (WTO): „Turistika zahŕňa všeobecné činnosti osôb, ktoré cestujú s cieľom pasívneho, alebo aktívneho odpočinku na dobu, ktorá neprekročí jeden kalendárny rok bez prerušenia cesty.“ (Gaworecki, 2003 s. 20). Turistické a pohybové aktivity v prírode sa stali neoddeliteľnou súčasťou celosvetového cestovného ruchu a majú rozsiahly spoločenský, politický, hospodársky a kultúrny význam.

Aj táto oblast' v posledných desaťročiach zmenila svoje smerovanie, ako aj rýchlosť rozvoja. Do popredia sa dostal z tohto pohľadu širší pojem „outdoor“. Outdoor, pôvodne anglické slovo (out – mimo, za; door – dvere, vonkajší, konaný pod šírym nebom) si už prevzal celý rad jazykov. Tu sa nedá nezopakovať myšlienku z predhovoru:

„Outdoor je skutočne významným fenoménom v modernej západnej spoločnosti“. Takto znala jedna z najdôležitejších informácií na záverečnej konferencii projektu EQFOA (European Qualification Framework for Outdoor Animators – Európsky kvalifikačný rámc o outdoorových animátorov) z roku 2008 vo fínskom Vierumäki (Babiar - Baczek -Kompán, 2013).

Tento fakt podporujú aj výsledky reportu Vocasport z roku 2004, ktorý preukázal, že „outdoor“ v EÚ zamestnáva \pm 250 000 ľudí na plný úväzok a predpoklad z roku 2012 bol až \pm 400 000 (Smulders, 2008).

Projekt EQFOA mal intenzívny dopad na uvedomenie si toho, aké obrovské možnosti outdoor ponúka, až bola založená EC-OE (European Confederation of Outdoor Employers – Európska konfederácia outdoorových zamestnávateľov) v roku 2008. Vznikla ako iniciatíva organizácií, ktoré realizovali projekt EQFOA a stala sa strešou organizáciou zastupujúcou outdoor na poli EÚ. Odvtedy badať intenzívny vývoj a výskum v oblasti outdoorových aktivít v Európe. EC-OE viedla a participovala na troch významných dlhodobých výskumoch. Prvým bol už spomínaný EQFOA v rokoch 2006-2008, d'alej CLO2 v rokoch 2008-2010 (Professionalising training and mobility for outdoor animators in Europe, bridging the gap between sector competences and learning outcomes – Profesionalizácia odbornej prípravy a mobility outdoorových animátorov v Európe, preklenutie prieplasti medzi kompetenciemi odvetvia a výsledkami vzdelávania) a posledným je projekt ELESA (European Learning Syllabus for Outdoor Animators – Európske vzdelávanie osnovy pre outdoorových animátorov) v rokoch 2013-2015.

Problematika outdoorových aktivít zaznamenala v posledných rokoch veľký boom. Stali sa synonymom moderného a aktívneho životného štýlu. Na Slovensku to ovplyvnila hlavne rozvíjajúca sa infraštruktúra cestovného ruchu, atraktivita samotných aktivít a športov, dostupnosť rôznorodého outdoorového vybavenia, rozšírenie podujatí propagujúcich šport, outdoorové aktivity regionálneho charakteru, ale hlavne množstvo

informácií dostupných cez rôzne médiá. Komercionalizácia priniesla do nášho života hon na zážitky, dostupnosť a možnosť cestovania do tých najvzdialenejších a najmenej prístupných oblastí sveta. Tieto „neobmedzené“ možnosti ale vzbudzujú dojem ľahkosti, jednoduchosti, dostupnosti, čo spôsobuje stratu úcty a rešpektu voči prírodným silám či precenenia vlastných možností a schopnosti.

Pojem „outdoor“ už aj v našej spoločnosti zdomácnel a našiel svoje miesto. Najpreferovanejším spojením a významom je „outdoor“ previazaný na prírodu, aktivity v prírode (outdoor activities), športy v prírode, ale aj oblečenie a obuv na šport v prírode, vybavenie pre aktivity a športy, športoviská v exteriéri atď. Už tu je zrejmý jeho presah do viacerých oblastí pričom sa tento termín ktorý prešiel svojou vlastnou históriaou a jeho význam sa neustále vyvíja.

1.1 ZDRAVIE, REKREÁCIA, EKONOMIKA

Z pohľadu spoločenského a hospodárskeho významu je pojem outdoor prepojený na cestovný ruch a služby. Stratégia rozvoja cestovného ruchu v SR do roku 2020 je zameraná na podporu aktívneho cestovného ruchu, so zameraním najmä na ekoturizmus, kúpel'ny a zdravotný cestovný ruch, agroturistiku a vidiecky cestovný ruch, a to v silnej väzbe na participáciu územnej samosprávy. Strategický cieľ preto možno definovať ako potrebu zvyšovania konkurencieschopnosti cestovného ruchu pri lepšom využívaní jeho potenciálu, so zámerom vyrovnávať regionálne disparity a vytvárať nové pracovné príležitosti. Navrhovaná stratégia vychádza z predpokladu, že do roku 2016 sa bude cestovný ruch podieľať na tvorbe HDP vo výške 2,8 % (v súčasnosti je to 2,45 %) a v roku 2020 3,2 %.

Kultúrny, historický a prírodný potenciál cestovného ruchu na Slovensku z dlhodobého hľadiska predurčuje hlavné druhy cestovného ruchu, ktorými sú:

- **Letný cestovný ruch.** Motívom je predovšetkým pobyt pri vode (termálne kúpaliská, akvaparky, vodné plochy), oddych, turistika v horských strediskách, ale aj relax, súčasne rastie snaha o získavanie nových poznatkov, poznávanie nových krajov a oblastí. Nemenej dôležitou je otázka potreby pohybu ako súčasti zdravého životného štýlu. Z územného hľadiska to znamená, že cestovný ruch sa môže rozvíjať na Slovensku aj na územiacach, ktoré sa doteraz málo využívali, ale za predpokladu dostatočne silného dopytu.

- **Zimný cestovný ruch.** Po rozsiahlych investíciách do horských stredísk cestovného ruchu v posledných rokoch má Slovensko konkurencieschopnú ponuku pre stredoeurópsky trh cestovného ruchu s výnimkou Rakúska. Tá vychádza nielen z geografických podmienok, ale aj z vybudovaných kapacít. Pri rozvoji zimného cestovného ruchu je nevyhnutné vo zvýšenej miere rešpektovať požiadavky na ochranu prírody, keďže mnohé strediská sa nachádzajú v blízkosti, resp. priamo v chránených krajinných oblastiach. Osobitnou kapitolou sú naše Tatry, kde je neustále otváraná otázka zonácie z pohľadu rozvoja ale aj udržateľnosti cestovného ruchu. Súčasne je pri rozvoji horských stredísk cestovného ruchu potrebné rešpektovať klimatické zmeny a

lyžiarske zariadenia budovať v minimálnej nadmorskej výške údolnej stanice 700 – 800 metrov nad morom.

- **Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch.** Slovenské kúpeľníctvo malo aj po spoločensko-politických zmenách v roku 1989 predpoklad byť „vlajkovou loďou“ cestovného ruchu. Prírodné liečebné kúpele majú nezastupiteľnú úlohu v prevencii chorôb. Kúpeľná liečba pomáha predchádzať civilizačným ochoreniam. Mnohé slovenské liečebné kúpele zaraďujú do svojho programu služby wellness, víkendové pobytu na skrášľovanie, odbúravanie stresu a pod., a to aj pod lekárskym dozorom. Súčasne bola na Slovensku vytvorená pomerne široká sieť termálnych kúpalísk a akvaparkov. V súlade s trendami dopytu rozvinuli ponuku služieb wellness okrem prírodných liečebných kúpeľov aj hotely. Na účely zdravotného cestovného ruchu sú využívané aj iné prírodné danosti, ako napríklad jaskyne. Slovensko má pritom sprístupnených 12 jaskýň.

- **Kultúrny a mestský cestovný ruch.** V tomto smere má Slovensko pomerne veľký, avšak málo využívaný potenciál. Prekážkou je predovšetkým stavebno-technický stav historických pamiatok. Nedostatočne rozvinutým produkтом sú organizované podujatia (kalendár podujatí – kultúrnych, športových, obchodných), ktorých nositeľom sú mestá a obce (plánovacia a realizačná úroveň). Prekážkou je aj slabá a nedostatočná prezentačná a propagačná aktivita doma alebo v zahraničí (marketing organizácie cestovného ruchu). Ako perspektívny a ekonomicky lukratívny je kongresový cestovný ruch, keďže vyžaduje nielen služby spojené priamo s organizovaním kongresov, konferencií a podujatí obdobného charakteru, ale aj služby doplnkového charakteru. Pre rozvoj kongresového cestovného ruchu má Slovensko vhodné materiálne predpoklady v hoteloch (už uskutočnené modernizácie hotelov), ktoré by mali takéto služby ponúkať najmä v mimosezónnom období, za predpokladu vysokej kvality služieb vrátane sprievodných programov.

- **Vidiecky cestovný ruch a agroturistika.** Vidiecky cestovný ruch je spojený predovšetkým s jednoduchšími formami ubytovania (ubytovanie v súkromí, penziónoch a pod.) vo vidieckej krajine s možnosťou poznávania života na vidiek. Súčasťou vidieckeho cestovného ruchu je agroturistika spojená s pobytom na sedliackom dvore. Vo svete ide o pomerne široko využívaný druh cestovného ruchu, v podmienkach Slovenska však o relatívne nerozvinutý. Situácia je dôsledkom predchádzajúcich období, kedy u nás existovalo štátne a družstevné hospodárenie na pôde a prerušila sa tradícia súkromného podnikania v agrosektore. Je preto potrebné využívať skúsenosti a poznatky z okolitých krajín. Vzhľadom na geografickú rôznorodosť a bohatstvo Slovenska možnosti predstavujú aj geoparky a geoturistika.

Globálnym cieľom trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu na Slovensku je stabilizovať jeho postavenie v štruktúre odvetví národného hospodárstva a utvárať predpoklady pre jeho efektívny a dlhodobý rozvoj ako faktora hospodárskeho, sociálneho, kultúrneho a environmentálneho rozvoja spoločnosti.

Prírodné podmienky na vykonávanie turistických aktivít a športov v prírode sú na Slovensku veľmi dobré, iba zaostáva technická infraštruktúra a služby. Nesmierne

dôležité je zameranie sa na domáce obyvateľstvo, jeho motiváciu pre celoživotné vzdelávanie, poznávaniu a ochranu kultúrno-prírodného bohatstva Slovenska.

Chápanie outdooru môže byť rôzne a úplne inak sa naň pozerajú obchodníci, športovci, cestovné kancelárie, vzdelávacie organizácie i ochrancovia prírody. Čo však outdoor skutočne je a ako ho môžeme – ak je to vôbec možné – presne definovať?

Zjednodušene môžeme povedať – outdoor je príroda a outdoorové aktivity sú aktivity v prírode. Aj keď sa v rôznych krajinách pre túto oblasť preferuje iný názov (napr. turistika, hiking, trekking, friluftsliv a pod.) a využíva iný obsah (túry, vychádzky, dlhodobé putovanie, kempovanie, hry v prírode a mnohé iné), spoločne sa ujalo a začalo byť populárne práve slovo outdoor, ktoré sa už udomácnilo aj v našom jazyku. Na jednej strane je možno škoda, že prichádzame o pestrost jazyka, na druhej to však považujeme za výhodu – ako niečo, čo spája a prináša úžitok všetkým zainteresovaným.

Prvým spoločným znakom, základným kameňom outdooru je teda definitívne príroda. Čo d'alej sa však pod týmto slovom skrýva? Nemenej dôležitým prvkom je do určitej miery odolnosť – obsiahnutá napríklad v outdoorových hodinkách, kde podľa názvu predpokladáme, že by mali byť nerozbitné. K týmto dvom by sme ešte mohli prirátať odlišnosť – snahu robiť veci inak, opačne ako bežný, komerčný, mainstreamový prúd. Odolnosť a odlišnosť – ako keby chceli už v názve povedať: „Stop! – zákaz vjazdu, toto nie je určené pre každého“ a akýmsi nepriamym spôsobom od nich odradiť ľudí už hned od začiatku. Outdoor a aktivity v prírode by sme však s určitosťou nemali brať ako niečo, čoho sa treba báť a kam radšej nechodiť. Práve naopak. Človek by mal chodiť do prírody, a to čím častejšie, aby práve týmto spôsobom spomínanú odolnosť získal (Babiar - Baczek -Kompán, 2013).

Na základe načrtutých súvislostí by sme outdoor mohli charakterizovať ako:

- **Špecifické prostredie** – príroda; aj keď je našim pôvodným, prirodzeným prostredím, pre moderného človeka je dostatočne špecifické, iné ako to, ktoré si umelo vytvoril a na komfort ktorého si už zvykol.

- **Špecifické aktivity** – ktoré sa nedajú vykonávať v inom než prírodnom prostredí (napr. turistika, horolezectvo a mnohé iné). Aj keď ich človek čiastočne nahradil umelými prvkami, napr. umelými lezeckými stenami, príroda a prírodný kameň sa nedá ničím nahradí – spýtajte sa horolezcov... .

- **Špecifický druh vzdelávania** – iný ako v bežnej škole, v súčasnosti označovaný aj ako neformálny, ktorý chce vzdelávať inak, priamo, zážitkom, v tom správnom prostredí, v prírode, kde si človek môže to, čo sa naučil, oveľa lepšie zapamätať.

- **Špecifický životný štýl** – nie tuctový, komerčný, mainstreamový spôsob života, ale hľadanie vlastnej cesty – odlišné hodnoty, záujmy, oblečenie, hudba, odlišný typ dovolenky – opäť v spojení s prírodou. Tu sa môže deliť na dve oblasti – viac športovo zameranú, vyhľadávanie netradičných miest, kam sa dá ísť, do hôr, na bicykle, na kajaky a podobne a na oblast návratu k prírode – odklon od komercionalizácie, hľadanie trvalo udržateľného spôsobu života, preferovanie lokálnych a sezónnych zdrojov stravovania a pod. V mnohých prvkoch sa ale tieto dve oblasti vzájomne prelínajú.

Je známe, že šport a telesná výchova disponujú mnohými produktmi a tak svojim spôsobom prispievajú k tvorbe hrubého domáceho produktu. Na Slovensku zatiaľ nie sú

dostupné relevantné štatistické údaje, ktoré by nám ukázali akým spôsobom a v akom rozsahu k tomu toto odvetvie prispieva. Čáslavová (2000) uvádzá, že v USA je z hľadiska hrubého domáceho produktu „športový priemysel“ považovaný za riadne odvetvie národného hospodárstva. Zahrňuje všetky športové a k športu sa vzťahujúce produkty a t.j. - služby, výrobky, miesta, ľudí a tak isto aj myšlienky ponúkané zákazníkom. Podľa Haláša (2014) vzrástli od roku 2006 do roku 2014 celkové príjmy zo športového trhu zo 107,52 na 146,47 miliárd U.S. dolárov. Cykloturistika a cyklistické športy v mnohých krajinách (Čína, Japonsko, USA, Taliansko,...) do tohto trhu prispievajú výraznou mierou. Na Slovensku nie je pojem „športový priemysel“ v súvislosti s produktmi telesnej výchovy a športu veľmi zaužívaný. U nás si športové odvetvie v porovnaní s vyspelejšími západoeurópskymi krajinami alebo USA ešte nevybudovalo tak široké a funkčné zázemie. Podstatné je však to, že aj napriek slabšiemu zázemiu dokáže tento priemysel aktívne ovplyvniť jednotlivé odvetvia národného hospodárstva a tým spôsobom aj rozvoj regiónov. Vytvára nemalý počet pracovných príležitostí (Halás, 2014).

Hobza (2006) uvádzá nasledovné oblasti:

- Výroba športového vybavenia.
- Predaj a distribúcia športového vybavenia.
- Prevádzka športových zariadení.
- Organizovanie a prevádzka športových akcií a súťaží.
- Obslužné činnosti, napr. suveníry, občerstvenie, atď..
- Prevádzka zariadení pre pohybovú rekreáciu.
- Prevádzka zariadení s pohybovými aktivitami a rekreáciou (cestovný ruch).

1.2 OUTDOOROVÉ ANIMÁCIE

Vízia ich uplatnenia na vzdelávacom a pracovnom trhu

Vývoj v každej sfére života sa v dnešnej dobe hýbe mýľovými krokmi dopredu a inak tomu nie je ani v outdoorovej oblasti. Outdoor ako taký patrí k významným zamestnávateľom v celej Európe, keďže poskytuje prácu takmer pre pol milióna ľudí. Práve preto musí tieto trendy intenzívne vnímať a aktívne reagovať na potreby trhu. Čiastočne na to reaguje aj náš vzdelávací a legislatívny systém a zahŕňa to aj celková „Stratégia rozvoja cestovného ruchu v SR do roku 2020“.

Táto kapitola sa zaoberá tému outdoorových animácií a animátorov a to z dôvodu, že na Slovensku vidíme v tejto oblasti obrovský potenciál, ktorý môžeme práve cez outdoorových animátorov rozvíjať. Sme presvedčení o tom, že outdoorový animátor je práca budúcnosti a na takto vyškolených a profesionálnych osobách budú v najbližších rokoch stavať svoje podnikateľské aktivity mnohé zariadenia čoraz častejšie. Jej uplatnenie vzhľadom na potreby trhu nájdeme v letnom aj zimnom cestovnom ruchu, kúpeľnom a zdravotnom cestovnom ruchu, kultúrnom a mestskom

cestovnom ruchu ako aj poslednej skupine vidieckemu cestovnému ruchu a agroturistike.

Ešte predtým, ako začneme s našim pohľadom na túto problematiku, považujeme za dôležité objasniť niekoľko faktov, spojených hlavne s intenzívnym výskumom v outdoorovej oblasti v európskom meradle. Faktom je, že v Európe prebehlo v posledných rokoch niekoľko zaujímavých a významných výskumov v pre nás zaujímavej téme outdoorových animátorov. Tu však hned' narážame na nesúlad vo vnímaní tohto pojmu medzi tým európskym a „našim“ nazeraním na outdoorového animátora. Európsky model outdoorového animátora sa zameriava na hard skill – čiže tvrdé zručnosti, zatiaľ čo u nás si outdoorového animátora ceníme pre jeho schopnosť pracovať so soft skills – teda mäkkými zručnosťami.

Túto skutočnosť chápeme tak, že z určitého dôvodu bol pre funkciu človeka, ktorý sa má zaoberať prípravou a realizáciou rôznych outdoorových aktivít a športov a pre ktorého už existuje miesto v európskom vzdelávacom rámci, zvolený pojem „animátor“. Z pohľadu odborníkov pracujúcich v oblasti výchovy a vzdelávania si však pojem animátor nespájame so športom, ale s prípravou a realizáciou výchovno-vzdelávacích a zábavných programov. Preto má pre nás človek s nápisom animátor na chrbte úplne inú výpovednú hodnotu. Z nášho pohľadu bol tento termín zvolený dosť nešťastne, je však predpoklad, že sa táto situácia v európskom meradle nezmení, čo ani nie je našim cieľom dosiahnuť, ale považujeme za potrebné na to upozorniť, aby si dôsledný čitateľ tieto informácie nespájal, resp. nemýlil.

Z pohľadu európskych výskumov boli v outdoorovej oblasti zrealizované tri významné projekty. Prvým z nich bol EQFOA (The European Qualification Framework for Outdoor Animators – Európsky kvalifikačný rámc v outdoorových animátorov), v rokoch 2006-2008. Zameriaval sa predovšetkým na popis funkcií a kompetencií „Outdoorového animátora“ a jeho výsledkami boli tri výstupy: Mapa povolaní, Funkčná mapa a Kompetenčný rámc.

Po ňom nasledujúci projekt CLO2 (Professionalising training and mobility for outdoor animators in Europe, bridging the gap between sector competences and learning outcomes – Profesionalizácia odbornej prípravy a mobility outdoorových animátorov v Európe, preklenutie prieasti medzi kompetenciami odvetvia a výsledkami vzdelávania) prebiehajúci v rokoch 2008-2010 sa zameral na preklenutie zistenej prieasti medzi kompetenciami odvetvia a výsledkami vzdelávania, ktoré mali byť zabezpečené poskytovateľmi vzdelávania. Tento projekt mal výstup: Rámec vzdelávacích výstupov.

Posledným bol projekt ELESA (The European Learning Syllabus for outdoor Animators) v rokoch 2013-2015. Plynulo nadväzoval na svojich dvoch predchodcov a jeho pozornosť sa upriamila na úroveň EQF 5 (EQF – Európsky vzdelávací rámc, pozostávajúci z 8. stupňov), pretože prevažná väčšina pracovníkov v outdoorovom

sektore sa nachádza práve na tejto, piatej úrovni rozvoja. Po diskusiách partneri z projektov EQFOA a CLO2 dospeli k záveru, že „outdoorový sektor“ by sa mal posunúť vpred prostredníctvom rozvoja konkrétneho projektu Európskych vzdelávacích osnov pre outdoorových animátorov. Tiež bolo ozrejmené, že pre zlepšenie mobility pracovníkov ako aj pre propagáciu konceptu celoživotného vzdelávania je európsky prístup ku „vzdelávaniu animátorov“ ten najvhodnejší spôsob ako tieto ciele dosiahnuť. Toto mal na starosti práve projekt ELESA. Takto teda v skratke vyzerá európsky výskum outdoorovej animácie a momentálna situácia v nej. Na Slovensku sa koncepcia outdoorových animácií, riešila iba formou akreditovaného vzdelávania v rámci IUVENTY – Slovenského inštitútu mládeže. Keďže sa snažíme odhadnúť aj vývoj a víziu budúcnosti cestovného ruchu s možnosťou prepojenia na outdoorové aktivity stručne zhrnieme aj charakteristiku animácie. Je to dôležité hlavne ak sa pozrieme aj na trendy vzdelávania a podpory- dotácie z pozície štátu voči vzdelávaniu v outdoore, ako sú školy v prírode či príspevky na lyžiarsky kurz.

Vývoj a základná charakteristika animácie voľného času

Animácia voľného času je v súčasnosti už aj na Slovensku dobre znáym pojom. Výrazne sa dnes znížilo percento dovolenkárov, ktorí by animátorov priamo nevideli v akcii alebo o nich minimálne nepočuli. Každý hotel, ktorý chce byť „in“, využíva ich služby a rodiny s deťmi, ktoré si animáciu vyskúšali, sa dokonca priamo rozhodujú o výbere dovolenky podľa aktuálnej ponuky animácií.

Animácia v podobe ako ju poznáme dnes, začala v 80-tych rokoch minulého storočia v hoteloch v Španielsku, Taliansku, Grécku, neskôr v Turecku a na Cypre (College of Tourism and Hotel Management, 2012). Priniesol ju technologický pokrok, ktorého následkom bol zvýšený dopyt po pohodlí a potreba zábavy či zážitku. Vznikla v krajinách, kde sa pohodlie doteraz predáva. Budovanie turistických rezortov a veľkých hotelových komplexov hlavne v prímorských oblastiach a zvýšenie konkurencie, boli ďalším impulzom. Táto služba naznamenala progres a rýchlo sa začala šíriť aj za hranice do Európy a potom do celého sveta.

Dnes sa animácia definuje ako samostatný odbor moderného cestovného ruchu a hotelierstva zaoberajúca sa organizáciou voľnočasových aktivít hostí ubytovaných v rekreačných strediskách a ubytovacích zariadeniach (Babiar - Baczeck -Kompán, 2013).

Animáciou v dnešnej dobe nazývame všetky formy aktivizácie a podpory príjemného spoločenského trávenia času, ktoré sa objavujú na rôznych typoch eventov a stretnutiach ľudí. Etymologicky slovo animácia vychádza z latinského *anima*, čo znamená duša. Z neho odvodené sloveso *anime* znamená oživiť. V tomto zmysle sa animácia chápe ako oživenie, navodenie atmosféry, kreovanie, tvorenie. Tento kontext napĺňa aj v oblasti počítačovej animácie a grafiky (napr. kreslený film, v ktorom sú jednotlivé obrázky „oživené“). Keď za slovo „animácia“ doplníme označenie „voľného času“, hovoríme o aktivizovaní ľudí, teda povzbudzovaní ich k aktívnosti. Animátor preto bude osoba, ktorá má za úlohu človeka skutočne pritiahnúť na také aktivity, ktoré ho jednak „oživia“, ale tiež inšpirujú, rozveselia, rozhýbu a splnia ciel' toho, že sa bude cítiť príjemne a pohodlne.

Je potrebné zdôrazniť, že animácia má aj svoju druhú rovinu a to ekonomickú. Patrí medzi výrazné spôsoby, akým môžu turistické centrá vytvárať zisk. Majiteľovi zariadenia, ktorý bude animátora zamestnávať, musí táto služba zlepšovať finančné výsledky hotela, umožňovať poskytovať kvalitnejšie služby či obstáť v konkurencii. A ako môže hotel prostredníctvom animácie vyrábať profit? Odpovedí je prinajmenšom niekol'ko.

- Animácia zvyšuje konkurencieschopnosť konkrétneho hotela (turistického centra) – vďaka pestrej ponuke animácií získava výhodu nad ostatnými, ktoré sa nachádzajú v jeho okolí, ale animácie vo svojej ponuke nemajú.
- Animácia zvyšuje počet tzv. „turistov – recidivistov“, teda takých, ktorí sa vracajú späť. Ak animátori dokonale zorganizovali voľný čas celej ubytovanej rodine, je to veľká šanca, že sa v budúcnosti do toho istého hotela vráti.
- Animácia zvyšuje príjmy z predaja suvenírov a spomienkových predmetov hotela – tričká, ktoré nosia animátori, si veľmi radi kupujú stovky turistov, ktorí animátora obdivujú alebo sa s ním len spriateli.
- Animácia zvyšuje obraty hotelových barov a klubov, v ktorých sú služby spoplatnené– animátor vedomý si tejto situácie bude realizovať športové súťaže v okolí baru so spoplatnenými nápojmi a na večer bude hostom odporúčať návštevu hotelovej diskotéky, kde sa pri vstupe platí konzumné.

Tieto a ďalšie spôsoby ukazujú, ako sa práca animátorov voľného času odzrkadľuje na konkrétnych ziskoch hotela, ktoré sú mnohokrát oveľa vyššie než mesačný plat animátorov. Z toho jasne vyplýva, že správne skoordinovaná animácia nie je pre hotel nákladom, ale investíciou, ktorá sa oplatí.

Z pohľadu Slovenska a jeho nedávnej histórie je samotný pojem „animácia“ v súvislosti s cestovným ruchom relatívne nový. Kedysi sa pre funkciu animátora používalo pomenovanie kultúrno-osvetový pracovník alebo športový, či kultúrny referent. Pri stretnutiach so stredoškolskými učiteľmi, ktorí dnes vyučujú animáciu, je v niektorých prípadoch cítiť v tomto smere nostalgiu. Tvrdia, že zmenou pomenovania sa znížila vážnosť tejto profesie. Mladým ľuďom však práve tieto pomenovania prídu nemoderné a navyše vyšli z každodenného používania. Boli nahradené novodobým slovom animátor, ktoré súvisí s aktuálnym javom – preberaním cudzích slov do nášho jazyka. Animácia sa rýchlo ujala v eventovej i hotelovej sfére a už niekol'ko rokov sa intenzívne využíva i na Slovensku. Ani ona však zjavne nemusí byť poslednou etapou a už sa aj v slovenčine objavujú novšie varianty popisujúce túto profesiu, ako napr. moderátor či performer.

Čo však vidíme ako zrejmý nedostatok je, že sa spolu s prebratím pojmu „animátor“ na Slovensko v mnohých prípadoch preniesla jeho pôvodná náplň z miest, kde bol vytvorený – teda od mory. Spoločnosti podnikajúce v tejto oblasti ho často prebrali - okopírovali v pôvodnom znení. Je sice jasným faktom, že máme rozvinutý kúpeľný cestovný ruch i mnohé akvaparky, ktoré sú spojené s vodou, no mnohé iné faktory hrajú proti tomuto spôsobu a pre úspech je potrebné aplikovať verziu animácie upravenú na naše podmienky. Pre túto publikáciu prinášame preto aj pohľad na outdoorového animátora. Dôvodom je to, že Slovensko sa pýsi nádhernou prírodou,

ktorú by bolo škoda „neoživit“ cielenými aktivitami a programami zameranými týmto smerom. A to je ten pravý priestor pre outdoorového animátora.

Outdoorové animácie

Hned' na začiatku tejto kapitoly musíme podotknúť jednu veľmi dôležitú vec – outdoorová animácia ako taká ešte na Slovensku existuje len sporadicky. A určite o nej okrem veľmi úzkeho okruhu ľudí ešte ani veľa ľudí nepočulo. Pretože aj napriek tomu už existuje zopár desiatok ľudí, ktorí vlastnia certifikát z takéhoto a dokonca aj akreditovaného školenia. Podobne tomu bolo aj s dnes už známou a „klasickou“ verziou animácie voľného času, o ktorej sme písali v predchádzajúcich riadkoch, a rovnaký vývoj čaká aj outdoorovú animáciu.

My vidíme outdoorovú animáciu ako najbližší trend, ktorý po preklenutí bodu zlomu na Gausovej krvke bude prinášať veľmi zaujímavé výsledky. K tomu je ale potrebné veľké množstvo drobnej až neviditeľnej práce, ktorá sa už deje. Ako napríklad rozvíjanie jej teórie, praktická práca v teréne, školenie potenciálnych záujemcov a predovšetkým príprava nových druhov vzdelávacích programov postavených na tejto teórii. To všetko dnes už máme, praktizujeme a neustále rozvíjame a pozývame tých, ktorí by mali záujem sa v tejto oblasti rozvíjať, či už čítaním tejto knihy alebo ďalších zdrojov s ňou spojených.

Z nášho pohľadu je **outdoorová animácia** samostatnou oblasťou animácie voľného času, zaoberajúca sa organizáciou voľnočasových programov, ktoré sa vykonávajú predovšetkým vonku na čerstvom vzduchu, v prírode. Tento druh animácie je veľmi významný najmä pre vnútrozemské krajinu, akou je aj Slovensko, ktoré disponuje rozsiahlym prírodným bohatstvom. Jeho využitie v kombinácii s historickými a kultúrnymi pamiatkami prináša jedinečnú ponuku rekreačných a dovolenkových možností, ktoré možno do animačných programov zahrnúť, čím zohráva významnú rolu pri rozvoji cestovného ruchu. Dôležitou úlohou outdoorovej animácie je aj oživenie už existujúcich statických atrakcií, ako napríklad detských ihrísk, lanových centier, lezeckých stien a podobne, ktoré spojením ich hlavnej činnosti s ďalšími prvkami získajú ďalšiu dôležitú pridanú hodnotu. Veľkú pridanú hodnotu môže mať aj pri rozvoji vidieckeho cestovného ruchu a agroturistiky.

1.3 POZNANIE A FILOZOFIA POBYTU V PRÍRODE

Pri zostavovaní stratégie rozvoja tejto špecifickej oblasti cestovného ruchu by sme sa ale mali zamyslieť skôr na to, kto je odberateľom- klientom a aké postoje, záujmy a motívy má. Až na základe tohto poznania môžeme cielene rozvíjať požadované oblasti. Každá oblasť cestovného ruchu je niečím jedinečná, každá môže ponúknuť niečo iné. Zodpovedné osoby v týchto zariadeniach by preto mali začať čo najintenzívnejšie vnímať prírodné okolie, v ktorom sa nachádzajú, uvedomovať si jeho potenciál a iniciovať potrebné kroky k vytvoreniu takých služieb, ktoré by tieto krásy vo svojich programoch prepájali s kultúrnymi a historickými pamiatkami i ľudovými tradíciami.

Autori: © PaedDr. Jaroslav Kompán, PhD. (KTVŠ FF UMB, Banská Bystrica)
© doc. PaedDr. Štefan Adamčák, PhD. (KTVŠ FF UMB, Banská Bystrica)
© PaedDr. Martin Belás, PhD. (KTVŠ UK, Bratislava)
© PaedDr. Martin Babiar, PhD. (Outdoor institute, Banská Bystrica)
© prof. PaedDr. Karol Görner, PhD. (KTVŠ FF UMB, Banská Bystrica)
© Mgr. Slavomír Pačuta (Outdoor institute, Banská Bystrica)

Názov: **Outdoorové aktivity, športy a špecifika pobytu v prírode**
Vysokoškolská učebnica

Recenzenti: *PaedDr. Jaroslav Krajčovič, PhD.*
doc. PaedDr. Dušan Kutlík, PhD.
PaedDr. Peter Mandzák, PhD.

Vydavateľ: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici
Edícia: Filozofická fakulta

Rok vydania: 2017
Vydanie: prvé
Rozsah: 210 strán
Formát: B 5
Náklad: 150 ks

ISBN 978-80-557-1342-7