

Tvorba produktů cestovního ruchu vázaných na přírodní dědictví venkova

(studijní materiály k akci)



TENTO PROJEKT

„Kulturní dědictví venkova a venkovský cestovní ruch“

JE SPOLUFINANCOVÁN EVROPSKOU UNIÍ

Z EVROPSKÉHO ZEMĚDĚLSKÉHO FONDU PRO ROZVOJ VENKOVA

v rámci opatření III.3.1 Vzdělání a informace

Programu rozvoje venkova ČR



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí.

Obsah:

Tvorba produktů cestovního ruchu se zaměřením na balíčky zážitků vázané na přírodní dědictví venkova	3
1. Zážitková turistika.....	3
1.1. Vymezení pojmu	3
1.2. Specifika zážitkové turistiky.....	3
1.3. Zážitková turistika a ochrana přírodního a kulturního dědictví, principy šetrné turistiky	4
2. Zážitková pedagogika – teoretické zdroje inspirace pro zážitkovou turistiku.....	5
2.1. Vymezení pojmů zážitkové pedagogiky	5
2.2. Koncepce zónového učení v zážitkové pedagogice	6
2.3. Dramaturgie zážitkových programů	7
2.4. Učební proces „t/c – m – i – a – r – e“ v prožitkovém (činnostním) učení	8
2.5. Dělení prožitkových (činnostních) aktivit z hlediska cílů.....	9
2.6. Zařazení jednotlivých aktivit do scénáře programu	11
2.7. Reflexe (review, rozbor).....	11
3. Zásady při tvorbě produktu zážitkové turistiky	
3.1. Co patří do zážitkového balíčku?	13
3.2. Analýza destinace	14

Tvorba produktů cestovního ruchu se zaměřením na balíčky zážitků vázané na přírodní dědictví venkova

1. Zážitková turistika



1.1. Vymezení pojmu

Zážitková turistika je poměrně novým oborem cestovního ruchu. Kromě poznávání přináší také emocionální vjemy. Nabídne turistovi nejen prohlídku vybrané atrakce, ale i možnost vlastní aktivní účasti. Využívá se hlavně tam, kde k danému místu existuje zajímavý příběh, či v prostředí, kde je možné návštěvníka aktivně zapojit. Typickým příkladem mohou být výroby alkoholických nápojů – po prohlídce výroby si zde návštěvníci mohou zkusit vyrobit svůj vlastní nápoj.

Zprostředkovat „zážitek“ je dnes trendem jak pro cestovní kanceláře, tak i pro regiony a obce, kteří chtějí, aby turisté v daném místě zůstali co nejdéle. Na rozdíl od klasické turistiky, u níž stačí pouze dostat se na vybranou lokalitu a pořádně si ji pak prohlédnout, zážitková turistika chce od návštěvníků mnohem víc. Účastník se stává nikoliv pouze pasivním příjemcem informací, ale sám se **aktivně zúčastňuje dějů**. Musí počítat s tím, že při prohlídce nebudou

zaměstnány pouze jeho oči, ale i sluch, čich, chuť a hmat. Turisté si dnes nechtějí jen prohlížet památky. Preferují také zážitky, dobrodružství a aktivní přístup k objevování krás. Tomuto trendu vychází vstříc i firmy. Typickým **příkladem** jsou stále populárnější prohlídkové trasy různých továren, industriálních provozů nebo netradičních pracovišť. I v přírodě se můžeme s „produkty“ zážitkové turistiky setkat čím dál tím častěji. Zde může posloužit příkladem zážitková **naučná trasa na šumavský Březník**. Trasu můžete projít s průvodcem národního parku. Dozvíte se mnohé zejména o tvorbě přirozeného lesa a důsledcích kůrovcové kalamity. Trasa vede jedním z nejvíce zničených míst, kde zůstaly po dřívě vzrostlých stromech jen mrtvá torza. Samostatnou kapitolou zážitkové turistiky je **agroturistika** a její odnože. Lidé z měst vítají možnost trávit svůj volný čas na „opravdové zemědělské farmě“. Zde po dohodě s majiteli mohou pomáhat i s některými jednoduchými pracemi. Některé farmy nabízí možnost zkusit pomoci při dojení krav, jízdy na koních nebo podle roční doby i možnost vyzkoušet ostříhat si ovci.

Jedna z definic zážitkové turistiky: Jednoznačně osobní, subjektivní zážitek návštěvníka je podpořen jeho interaktivitou. Cílem zážitkové turistiky je nabídnout návštěvníkům skutečně aktivní formy poznávání, které jsou založeny na silném emotivním zážitku.

1.2. Specifika zážitkového cestovního ruchu

- A. **Osobní, subjektivní** – Nikdy nemůžeme oslovit 100% zákazníků, protože každý prožívá události po svém. Musíme také počítat s rizikem, že vzbudíme v návštěvníkovi určité očekávání, ve skutečnosti pak může dojít k rozčarování a „nenaplnění“ zážitku (tedy služby, kterou si návštěvník koupil).
- B. **Aktivní zapojení** – Zážitková turistika přechází od pasivních forem poznávání (výklad) k prožití na vlastní kůži (experiment). Pracuje se smyslovým vnímáním (hmat, sluch, čich), s psychickým a fyzickým vypětím (adrenalin).
- C. **Rizika práce s návštěvníkem** – Profesionálně odvedený balíček může velmi hluboce zasáhnout zákazníka, což může být výhodou, ale také obrovským rizikem, na které je potřeba se předem připravit. U některých druhů aktivit hrozí také fyzické zranění (např. adrenalinové stezky, lanová

centra, ferratové cesty) a je zde předem potřeba řešit pojištění nebo podepsání reversu (souhlas se vstupem na vlastní nebezpečí).

- D. **Náročnější na lektory / animátory / průvodce** – Zážiteková turistika vyžaduje osobnost s charismatem, komunikativní, schopnou popularizovat vědecké výsledky, pracovat s prožitky jednotlivců a se skupinovou dynamikou.
- E. **Počáteční investice** – Vybudování interaktivní, hravé a originální expozice či přírodní stezky je jistě nákladnější než klasické řešení (včetně oprav).
- F. **Autenticita** – Zážitek autentické tradice nebo divočiny je podstatný pro to, aby produkt byl důvěryhodný (tj. aby nebyl směšný – „hra na jako“ vypadá jako kašpařina).
- G. **Dobrodružství a tajemství** – Dobrý produkt zážitkové turistiky velmi důmyslně a s rozmyslem pracuje s dobrodružstvím a tajemstvím – část odkrývá, zbytek může aktivně hledat návštěvník sám.

1.3. Zážiteková turistika a ochrana přírodního a kulturního dědictví

Produkty zážitkové turistiky se často využívají pro prezentaci přírodního a kulturního dědictví regionu, protože to je velmi efektivní způsob, jak návštěvníkovi umožnit poznat hodnotu regionu (zpřístupnit informace a poznatky) a na druhé straně jej přimět k jeho ochraně či alespoň minimalizaci poškození. Produkty tedy často splňují **principy šetrné turistiky**. Šetrný či udržitelný turismus znamená: „V první řadě se snaž neškodit“. To je základ pro správnou správu destinace. Udržitelný turismus nezneužívá svůj produkt - svou destinaci. Snaží se vyhnout syndromu „umilovat k smrti“. Obchodníci a další stakeholdeři předjímají rozvojový tlak a aplikují limity a techniky managementu, které zachovávají přírodní stanoviště, tradice a zvyky, přitažlivost krajiny a místní kulturu. Environmentálně uvědomělí cestovatelé upřednostňují byznys, který minimalizuje znečištění, plýtvání, spotřebu energie, spotřebu vody, nepříznivé chemikálie a nepřiměřené noční svícení. Šterný turismus respektuje místní kulturu a tradice. Návštěvníci se učí a pozorují místní zvyky, naučí se užívat několik slov a frázi místního jazyka. Rezidenti se učí jednat a zacházet s očekáváním návštěvníka, jež může být jiné než jejich. Cílem šetrného turismu je kvalita, nikoli kvantita. Komunity měří úspěch v turistice nikoli nárůstem počtu turistů, ale délkou pobytu, distribucí utracených peněz a kvalitou zážitku.

Jedním z „druhů“ šetrného turismu zaměřeného na „zažítí“ a ochranu přírodního dědictví je **geoturismus**. Geoturismus do světového slovníku zavedl National Geographic (chápáno ve smyslu GEOgrafickém). **Geoturismus je definován jako turismus, který nenarušuje geografický charakter dané turistické oblasti, ale snaží se zohledňovat a zlepšovat její životní prostředí, kulturu, krásu, tradice a kvalitu života místních obyvatel.** Geoturismus zahrnuje koncept šetrného turismu, který říká, že destinace by měla zůstat zachována pro příští generace, a umožňuje jen takový rozvoj, který chrání charakter lokality. Geoturismus přijímá i zásadu svého bratrance, ekoturismu, že příjmy z turismu se mají věnovat na zachování a ochranu přírody, ale aplikuje ji nejen na přírodu, ale i na kulturu, krajinu a historii, na všechny zvláštnosti daného místa. Geoturismus tím, že staví na geografickém charakteru, přidává k zásadám udržitelnosti **„cit pro místo“**. Chce vytvořit typ turistiky, která zdůrazňuje zvláštnosti a specifika dané lokality, z níž má užitek jak návštěvník, tak místní obyvatel. Geoturismus je **synergický**: všechny prvky geografického charakteru dohromady vytvářejí **turistický zážitek**, který je bohatší, než souhrn jeho dílčích částí, vábí návštěvníky s rozdílnými zájmy. Geoturismus zapojuje komunitu. Místní podniky a občanské spolky pracují dohromady, aby mohly prosazovat a poskytovat **autentický** zážitek návštěvníkovi. Geoturismus se snaží informovat jak návštěvníky, tak hostitele. Místní obyvatelé objevují své vlastní tradice a dědictví. Poznávají, jak něco, co považují za běžné a všední, může být naopak navýsost zajímavé pro návštěvníka odjinud. Jak se postupně místní obyvatelé stávají pyšnými na svou lokalitu a dokáží ji čím dál lépe prezentovat, mají z návštěvy větší prospěch i turisté. V geoturismu jde o **ekonomický profit místních**. Obchodníci v cestovním ruchu se snaží využívat místních lidských zdrojů, služeb, zboží a dodávek. Geoturismus podporuje **integritu místa**. Vyspělí cestovatelé vyhledávají obchody, které zdůrazňují charakter lokality, jsou **stylové**. Příjmy z turismu zvyšují

tyto lokálně vnímané hodnoty. Geoturismus znamená **návraty a multiplikaci**. Zapálení návštěvníci se odnáší domů nové znalosti, vyprávějí příběhy z cest svým přátelům a příbuzným s tím, že to musí vyzkoušet na vlastní kůži – to znamená pokračující byznys pro destinaci.

Geoturismus v užším geologickém smyslu je rozvíjen v rámci sítě evropských **geoparků s vazbou na UNESCO**, jako světové geologické dědictví. Geoturismus se může odehrávat na následujících typech území: skalní města, krasová území, archeologická a paleontologická naleziště, vulkanické jevy, staré doly včetně důlních zařízení.

Smysl a zaměření geoparků UNESCO a geoturismu:

- udržitelnost rozvoje jako hlavní teze geoparku
- role místní komunity
- role geoturismu a dalších šetrných forem CR
- interpretace geologických hodnot území.

2. Zážiteková pedagogika - teoretické zdroje inspirace pro zážitkovou turistiku

2.1. Vymezení pojmů zážitkové pedagogiky

Zážiteková pedagogika je teoretické postavení a analýza takových výchovných procesů, které pracují s navozováním, rozbořením a reflexí prožitkových událostí za účelem získání zkušeností přenositelných do dalšího života. Prožitek je jejím prostředkem – nikoli cílem.

Prožitek je okamžik přítomné aktivity (tělesné i myšlenkové), akcentuje více aktivitu než pasivitu prožívání. Jestliže prožitek uplyne do minulosti a my se k němu vracíme (vzpomínáme), označujeme ho jako **zážitek**.

Výchova prožitkem (dobrodružstvím, skrze fyzicky náročné programy) si klade za cíl zvýšit připravenost a odolnost dítěte na každodenní životní stresy (např. ztráta dokladů, klíčů, ztráta cesty) a traumatizující životní události. Umožňuje rozvoj sebepojetí, sociálních vztahů a vztahů k životnímu prostředí. K tomuto rozvoji je velmi důležitá sebereflexe a reflexe sociální interakce.

Typickými aktivitami jsou výpravy do obtížně přístupného terénu, trénink přežívání v přírodě, náročné vodácké akce, simulovaná slepota, simulace živelných katastrof apod.

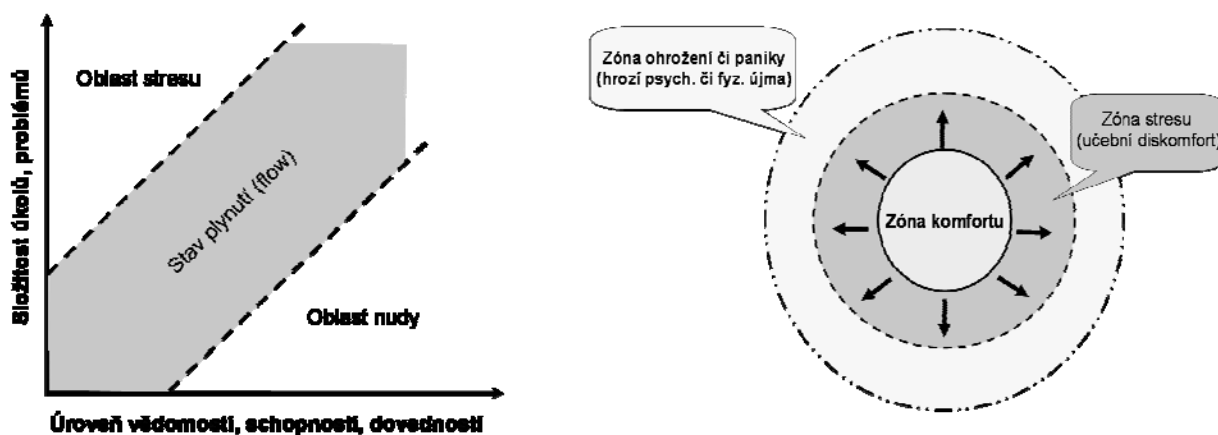
Reflexe (review, debriefing) je zpětný rozbor proběhlé situace, ve kterém účastníci analyzují dění v čase aktivity a následně zobecňují vzešlé zkušenosti tak, aby je mohli použít v další činnosti. Důraz je kladen spíše na proces než na výsledek.

Outdoor znamená v překladu „provozovaný venku“, „ve volné přírodě“. Často se používá spojení **outdoor training**, které označuje kurz či trénink, založený na prožitkových principech (činnostním učení) a odehrávající se převážně (ale nejen) v přírodě.

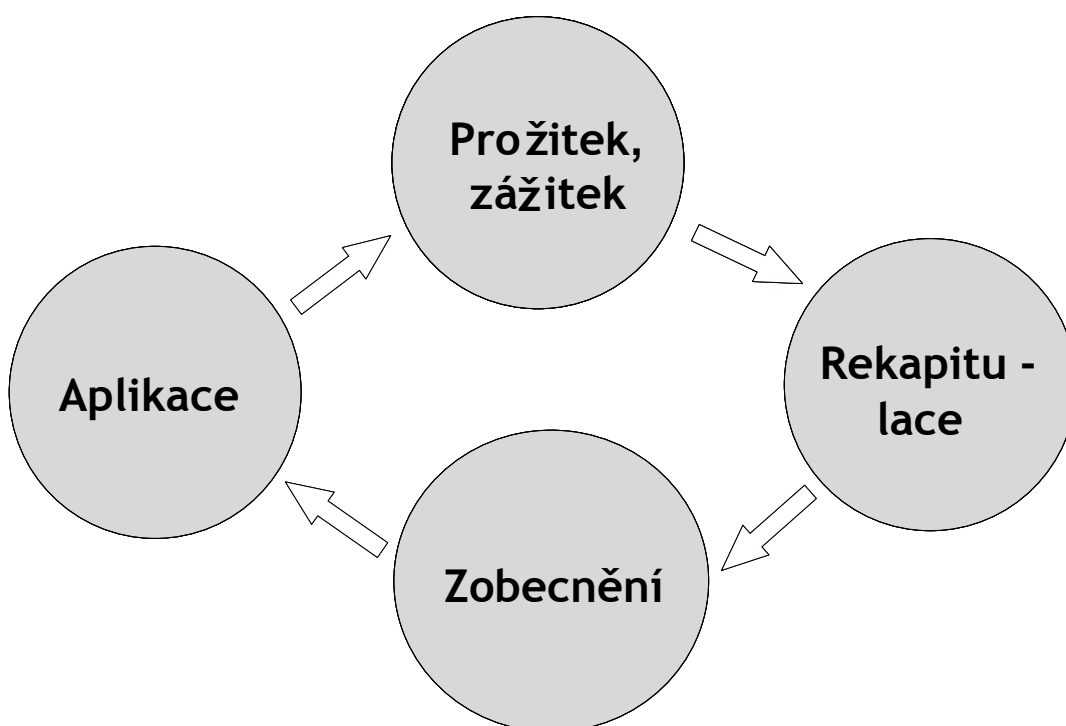
Činnostní učení (experiential learning) staví na jednoduchém principu toho, že nejlépe si uchováme v paměti a posléze i vybavujeme poznatky, které jsme získali na základě vlastní (emočně podbarvené) zkušenosti či autentického osobního zážitku. Převod takto získaných poznatků a zkušeností do praxe je podporován zpětnými rozbory (reflexí) moderovanými instruktory, učiteli či lektory.

2.2. Koncepce zónového učení v zážitkové pedagogice

To, zda nás učení baví, je mimo jiné dáno obtížností úkolu, tím, jaké emoce v nás vyvolává, a aktuální úrovni našich vědomostí, schopností a dovedností. Kam optimálně zaměřovat své cíle, ukazuje graf na pravé straně. Jinými slovy, obtížnost a „zajímavost“ úkolů (problémů) ve vzdělávacím procesu je třeba pečlivě volit. Pokud zvolíme nízkou obtížnost, studenti se budou nudit. Vysoká obtížnost vede ke stresu. To ukazují obrázky dole.



KOLBŮV CYKLUS UČENÍ



Zóna komfortu obsahuje zkušenosti, vědomosti a dovednosti, získávané během našeho života. Do zóny komfortu patří naše „ustálené“, „běžné“ chování. Jakmile řešíme nějakou situaci novým neobvyklým způsobem, dostáváme se na „tenký led“ (do zóny stresu). Pokud by byly na nás kladeny příliš vysoké nároky a my překročili hranice „zóny stresu“ hrozí nám „újma“.

Když zpracováváme své prožitky, měníme je ve zkušenosti, které uplatňujeme v dalších situacích. Tak velmi často procházíme Kolbovým cyklem učení. Nezáleží již na tom, zda tento proces probíhá nahlas v nějaké skupině s lektorem anebo v duchu, když jedeme domů z práce. Projítí tímto cyklem je klíčové pro další uplatnění získaných zkušeností a proto by rozhodně nemělo při prožitkovém učení chybět. Nejčastěji pomáháme žákům projít tímto cyklem pomocí reflexe.

Příklady jednotlivých fází:

1. prožitek, zážitek: Spálím se o kamna – prožiji si bolest a úlek při doteku o rozpálený kov.
2. rekapitulace: Pomyslím si: „Au, to bolelo. Co se to vlastně stalo? Aha, já jsem si sáhl na horká kamna a spálil jsem se.“
3. zobecnění: „Pokud si nechci způsobit bolest, nesmím se holou kůží dotýkat rozpálených předmětů.“
4. aplikace: „Příště, až půjdu kolem něčeho horkého, vyhnu se. A při sundávání hrnce z plotny si raději vždy vezmu chňapku nebo alespoň hadr.“

2.3. Dramaturgie zážitkových programů

Kvalitu zážitkového programu ovlivňuje celá škála faktorů. Měli bychom je mít na mysli, pokud se rozhodneme takový program připravovat. O tom, zda bude program zdařilý či nikoliv, rozhoduje zejména:

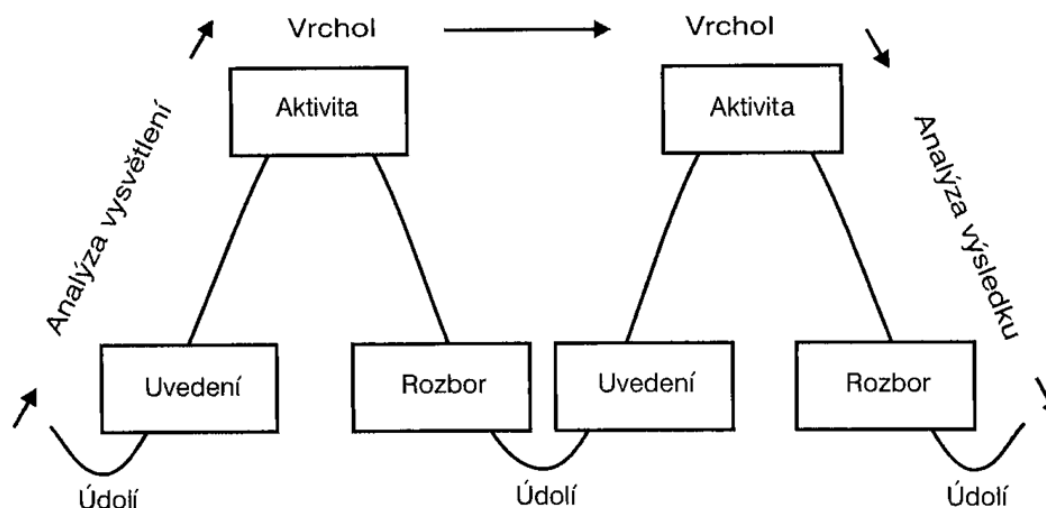
Struktura kurzu: Dříve než začneme s tvorbou programu, měli bychom se zamyslet nad jeho strukturou. Tedy především nad tím: „O čem má kurz být?“ „Jakými tématy či problémy se má zabývat?“ „ Proč ho děláme?“. Až po zodpovězení těchto otázek vybíráme vhodné programové prostředky (diskuze, přednášky, hry...).

Náplň: Náplň zážitkových programů (sociálně, fyzicky, kreativně či psychologicky zaměřených; individuálních nebo skupinových), které využívají všechny smysly, zahrnují reflexi a emoční, intelektuální a spirituální ohledy, by měla být vyvážená. Důležitý je moment překvapení a změny v tempu (rytmu) kurzu. Komplexita (složitost) uváděných aktivit by se měla postupně zvyšovat, např. drobná dramatická hříčka je následována větší hrou s rolemi, na závěr příprava velkého divadelního představení.

Atmosféra, prostředí: Během programu je nutné zachovat fyzickou a psychickou bezpečnost účastníků a vytvořit pozitivní a inspirativní prostředí. Důležité je také „zarámování“ aktivit např. do jednoho tématu, které se vine celým kurzem. Vhodně zvolené téma účastníky motivuje a inspiruje.

Účastnická skupina: Ideální je různorodá skupina účastníků, která má zájem účastnit se jednotlivých aktivit, otevřít se a naslouchat druhým. Faktorem, který výrazně ovlivňuje motivaci účastníků je i dobrovolnost či povinnost účasti na daném programu. Náplň programu by tedy měla být tvořena i s ohledem na to, zda je skupina účastníků již motivovaná anebo nikoliv.

Efektivní zážitkový program ukazuje model „dobrodružné vlny¹“. Dobrodružná vlna se skládá ze série vrcholů a údolí, ve kterých se střídá aktivita a vzrušení s periodami klidu.



Praktické uplatnění „vln“ však není tak jednoduché, protože pracujeme s vlnami sociálními, fyzickými, kreativními a psychologickými, které se proplétají a každá z nich má své vrcholy a svá údolí.

2.4. Učební proces „t/c – m – i – a – r – e“ v prožitkovém (činnostním) učení

Při přípravě prožitkového programu nám může být vodítkem učební proces T/C-M-I-A-R-E, který vychází z Kolbova cyklu učení. Na tomto procesu jsou založeny veškeré metody zážitkové pedagogiky.

Téma / Cíl(e):

Na počátku učebního procesu je nutné stanovení cíle, tedy ujasnění toho, kam budeme učebním procesem směřovat. Při stanovování cílů často vycházíme z nějakého obecnějšího tématu. Téma bývá vyjádřeno jedním nebo několika málo slovy (podstatnými jmény), která jsou celým komplexem znalostí, dovedností či postojů (např. komunikace, spolupráce, sebereflexe, přežití, práce na stroji). Toto téma ještě není cílem. Je příliš obecné. Téma je přetvořeno na cíl tím, že je naprosto konkrétně zformulováno. Cíl je také termínovaný a hlavně měřitelný (např. dle tzv. SMART). Pro příklad: V oblasti osobnostní a sociální výchovy jsou základními a obecnými tématy osobnostní kvality, sociální a morální dovednosti. Cílem pak může být: „Účastníci provedou reflexi toho, jak pracují se svými emocemi.“, „Účastníci procvičí provádění hodnotícího rozhovoru.“ nebo „Účastníci uvedou, jaký je jejich žebříček hodnot.“.

Metody:

Na základě konkrétních cílů pak vymýšlíme a vybíráme z pestré palety činnostních metod různé aktivity, kterými lze dané cíle naplnit. Pro výběr aktivit lze s úspěchem použít nejrůznější metodickou literaturu (sborníky aktivit). Aktivity doporučujeme vybírat podle cílů: Aktivity vhodné pro dosažení prožitků, naučení znalostem, trénování dovednostem a vedoucím ke změně postojů.

Instrukce:

Aktivitu je třeba „uvést v život“, je třeba ji „zadat“ a stimulovat skupinu (např. žáky) k jejímu provedení. Motivace, výklad pravidel, zaměření (zcitlivění) na cíle, atd. to vše se děje během instrukce. Zlatá metodická zásada zní: Nejprve vysvětlit pravidla, pak dát prostor pro dotazy a pak účastníky vyzvat ke shrnutí.

Akce, Aktivita:

V této fázi samotná aktivita probíhá. Účastníci se s ní nějak „popasují“. Lektor či pedagog by měl být v průběhu aktivity přítomen a dělat si deskriptivní (popisné) poznámky, které posléze využije v rozboru (reflexi).



Reflexe

V průběhu aktivity se něco přihodí, stane. V reflexi (review, debriefingu, rozboru) dochází ke zpřítomnění zkušenosti účastníků (žáků) a promýšlení toho, jak tato získaná zkušenost může ovlivnit praxi. Reflexi vedeme k předem stanoveným cílům aktivit. Reflexe tak zajistí učební přínos. Příklady otázek pro reflexi k výše uvedeným cílům: „Jak jste spokojeni s tím, jak pracujete se svými emocemi?“, „Co byste ještě chtěli do svého repertoáru práce s emocemi zařadit?“, „Které konkrétní zásady je nejdůležitější dodržovat při vedení hodnotícího rozhovoru?“, „Jak se díváte na hmotné hodnoty, zejména peníze?“, „Na jakém místě jsou nebo byly uvedeny

ve Vašem žebříčku hodnot a z jakého důvodu právě na tomto místě?“.

Evaluace:

Chceme-li zjistit efektivitu našeho snažení (dosahování cílů), je vhodné posoudit výsledky zpětné vazby. Obrázek o naplnění cílů nám může poskytnout evaluační dotazník nebo rozhovor s účastníky. Běžné otázky, které klademe na závěr programu, zní: „Jak jste byli s programem spokojeni?“, „Jakou práci odvedl lektor?“, „Co Vás nejvíce zaujalo?“, „Co byste navrhovali změnit?“, „Jak jste se orientovali v programu/strukturu kurzu?“ apod.

2.5. Dělení prožitkových (činnostních) aktivit z hlediska cílů

Hry lze klasifikovat dle nejrůznějších kritérií, např. dle prostředí (terénní hry, hry do místnosti, hry do města...), pravidel (strukturované, nestrukturované hry...) nebo podle cílů. Budeme-li vycházet z procesu učení T/CMIARE, budou nás primárně zajímat cíle jednotlivých typů aktivit.

Icebreakers

Krátké, často fyzické aktivity, sloužící k „prolomení ledu“ na počátku programu. Jejich cílem je sblížení účastníků, podpoření a navázání bližších sociálních kontaktů a „rozbití“ neverbálních zámek. K icebreakům patří zejména:

- různé typy honiček a „běhaček“,
- různé typy „touchingů“ (či „šahaček“),
- různé typy „slepáren“.

V dalších částech programu se pak obdobné aktivity označují jako „warming up activities“, protože slouží spíše jako rozcvička k probuzení a nastartování účastníků, než ke sblížování.

Dynamics, problem solving

Jedná se o týmové úkoly, kdy má skupina účastníků vždy vyřešit nějaký problém. Situace navíc bývá ztížena např. tím, že část účastníků nevidí či nesmí mluvit. Funguje zde tedy synergie týmu a tzv. „pozitivní vzájemná závislost“ jeho členů. Do akce se musí zapojit většina (všichni), aby mohl být úkol vyřešen. Můžeme sem řadit i různé tzv. „konstrukční aktivity“ – tedy hry, kdy je cílem zkonstruovat nějakou stavbu (a pak v ní třeba přespát) či dopravní prostředek (a pak se v něm třeba někam přesunout).

Strategické hry

Spíše delší bloky programů (pár desítek minut až celé dny). Účastníci jsou nuceni plně spolupracovat, plánovat, reagovat na změny. Strategické hry kladou nároky především na trpělivost, vytrvalost a na schopnost kooperace (vedení skupiny, dělení rolí, schopnost řídit skupinovou dynamiku a zejména na komunikační procesy). Mohou se uskutečnit jak uvnitř, tak venku v přírodě („terénní strategické hry“).

Indoorové aktivity

Aktivity, které doplňují program v přírodě (nejen v případě nepříznivého počasí). Často čerpají inspiraci v sociálně psychologickém výcviku (psychohry, metody „tužka – papír“) či v dramatické výchově (nejrůznější typy divadelních a dramatických technik). Můžeme sem řadit i tzv. „komunikační aktivity“ – řešení logických problémů či případových studií.

„Důvěrovky“

Aneb programy zaměřené na rozvoj důvěry. Už od dob Kurta Lewina a „encounterových“ T – groups se do nejrůznějších programů začaly zařazovat aktivity sloužící k rozvoji vzájemné mezilidské důvěry. Sem patří nejrůznější „slepáry“, pády a běhy důvěry, zkrátka programy sloužící k bourání bariér ve skupině.

Outdoor a sportovní aktivity

Jedná se o „outdoorové“ aktivity v užším smyslu slova, tedy programy odehrávající se cele v přírodě s různým stupněm fyzické zátěže. Mohou se samozřejmě odehrávat i v noci. Jedná se především o:

- nejrůznější typy štafetových či jiných závodů,
- cesty za pokladem či za „záchranou“ v „nebezpečí“,
- aktivity typu „survival“ s cílem přežít v „divočině“,
- nejrůznější sportovní aktivity (od raftingu, přes cyklistiku až k horolezectví, bungee jumping a tzv. „lanovým kurzům“, ale i např. výlety na koních či čtyřkolkách, balónové létání...).

Kreativní a umělecké aktivity

Programy sloužící k podpoře kreativity, k překonávání bariér v sobě. Tzv. „sociální tvořivost“ je základní podmínkou pro rozvoj sebevědomé lidské osobnosti. Během těchto aktivit se rozvíjí tvůrčí potenciál lidské osobnosti, ať už se jedná o výtvarné, hudební či dramatické (divadelní) programy (např. divadlo fórum Augusto Boala). Do této kategorie můžeme řadit i tzv. „společenské programy“, tj. aktivity, kde účastníci programu přijmou nějakou společenskou roli (doprovázenou např. i kostýmem) a zúčastní se oslavy nebo soutěže.

Reflexe

Většina výše uvedených programů je rámována rozborem, reflexí. Pomocí otázek, které klade lektor, dospívají účastníci k zajímavým zkušenostem a závěrům, které si sami formulují pro svůj vlastní profesní či osobní život. Reflexe tedy funguje jako akcelerační či katalyzátor učení.

Slowing down activities a rituály

Po fyzicky či psychicky náročných aktivitách či na konci dne je vhodné „zpomalit“. Rituály se svíčkou, tichem či barvami mají svůj nezastupitelný emocionální náboj. Často slouží i jako varianta vnitřní reflexe. Někdy si plnost a množství zážitků uvědomíme pouze v protikladu k „prázdnosti“. Prostotu či prázdnotu mohou aktivity typu „slowing down“ také nabídnout. Některé rituály mohou sloužit také k uzavření celého kurzu.

Výše uvedené aktivity lze libovolně kombinovat a doplňovat. Někdy je těžké říci, do které z kategorií aktivity patří nebo ji lze zařadit do více „kolonek“.

2.6. Zařazení jednotlivých aktivit do scénáře programu

Většinu her lze v zásadě uvést v libovolné době, s libovolnou skupinou a ve většině typů prostředí. Okolnosti však mohou do značné míry ovlivnit výsledky hry. Vyznění hry záleží také na jejím kontextu. Proto bychom vždy měli posuzovat kurz jako celek, který je složen z menších jednotek (např. dní). Každá jednotka má pak svou dramaturgii. Principy uplatňované při výstavbě scénáře kurzu tedy můžeme uplatnit i při plánování jednotlivých dní či aktivit.

Klíčovou otázkou pro zařazení aktivity je opět naplnění cíle, ke kterému směřujeme. Dalším parametrem, který musíme brát v úvahu, je složení a aktuální stav účastnické skupiny (do jaké míry se účastníci znají, jakou mají fyzickou či psychickou kondici – v dané chvíli s ohledem na ostatní aktivity, jaké je věkové složení skupiny...). V úvahu musíme brát také prostředí.

Může se stát, že žádná z aktivit, které známe, se pro náš konkrétní záměr nehodí. V takovém případě můžeme buď vymyslet úplně novou hru anebo některou z existujících her přizpůsobit. Velmi snadno lze obvykle měnit legendu hry (zarámování) a změnit tak motivaci či atmosféru hry. Dále můžeme obměnit intenzitu hry – snížit či zvýšit psychickou či fyzickou zátěž, zkrátit či prodloužit hru, hrát ji za světla místo za tmy apod. Řešitelný je většinou také problém s počtem účastníků. Někdy stačí vytvořit více (či méně) skupin, jindy je třeba přizpůsobit i pravidla hry.

Součástí aktivit je reflexe odehrávající se bezprostředně po jejich skončení. Velký význam má zejména u aktivit typu dynamics a u fyzicky či psychicky náročných aktivit. Nestane-li se při hře nic významného (je nutné subjektivně posoudit), lze u drobných hříček typu icebreakers reflexi vynechat.

2.7. Reflexe (review, rozbor)

Jeden z hlavních rozdílů mezi rekreačním a výchovným užitím her a programů spočívá ve využití reflexe. Kurz díky ní dostává důležitou výchovnou a vzdělávací dimenzi. Jedná se o řízený proces hodnocení hry (aktivity, dne, celého kurzu), který využívá zpětnovazebných informací¹ k pozorování a poznávání našeho jednání, k hledání širších souvislostí a významů. Vede nás k tomu, abychom co nejvíce zkušeností získaných ve hře převedli do své běžné praxe. Během reflexe procházíme celý cyklus zkušenostního učení – Kolbův cyklus.

¹ Zpětná vazba je mechanismus, jehož cílem je regulovat chování druhého člověka (upevnit žádoucí a odstranit nežádoucí). Efektivní zpětná vazba musí obsahovat dvě složky: Konkrétní popis chování druhého člověka a pojmenování toho, co ve mně toto chování vyvolalo (pocit, emoci). Např. „Mrzí mne, že jsi nevynešel odpadky.“ „Odevzdali jste domácí úkoly včas a to mne velmi těší.“

Kulturní dědictví venkova a venkovský cestovní ruch

Reflexe by měla probíhat v klidném příjemném prostředí – nejčastěji v místnosti, kde jsme chráněni před vlivy počasí a kde nám i stěny dodávají větší pocit bezpečí. Neznamená to však, že by nebylo možné, provádět reflexi venku. Měl by být zachováván takový útvar, ve kterém na sebe všichni vidí – tedy kruh. Ten nám poskytuje i pocit jisté intimity.

Struktura reflexe

Nejčastěji struktura reflexe kopíruje Kolbův cyklus a skládá se ze čtyř částí: 1) sharingu, 2) ohlédnutí, 3) hodnocení a rozboru (ne)povedeného, 4) plánu změn.

Sharing

Účastníci ventilují své pocity a zážitky ze hry a sdílí je s ostatními. V této části nic nerozebíráme a nehodnotíme, mělo by se jednat o spontánní proces. Účastníci v podstatě subjektivně popisují realitu hry. Tato část je velmi důležitá pro to, aby účastníci vyjádřili nahromaděné emoce a mohli se již v klidu soustředit na další kroky reflexe.

Ohlédnutí

Postupné připomenutí nejdůležitějších bodů hry (přehrávání akce). V podstatě se účastníci snaží vytvořit rekonstrukci děje – objektivně popsat realitu hry.

Hodnocení a rozbor

Účastníci hodnotí, co se jim ve hře povedlo a co ne, kde byly ty klíčové okamžiky, které je posunuly dál.

Plán změn

Vybírání a ujasňování toho, co uděláme příště jinak. Jaká poučení jsme si z této hry vzali a jakým způsobem je uplatníme.

Hru můžeme reflektovat buď jako celek a projít postupně všechny čtyři kroky anebo, je-li aktivita složitější, ji rozdělit na jednotlivé etapy a v rámci každé z nich procházet daný cyklus (příp. některé vynechat, některým věnovat více času apod.). Při tomto stylu se ale vyplácí udělat vždy na začátku reflexe sharing aktivitu jako celku (aby účastníci vyventilovali nahromaděné pocity a rozpovídali se), pak teprve rozebírat jednotlivé etapy. Na závěr pak můžeme vložit shrnující zhodnocení celé hry (co jsme si z ní odnesli, o čem to vlastně bylo, jaké jsou plány změn...).

Po hrách typu „orvo“ (tzn. hry, ve kterých nejde o žádnou týmovou spolupráci či strategii, ale pouze o totální vyždímání sil) je vhodné zařadit reflexi čistě sharingovou, při které dají účastníci průchod své potřebě vypovídat se ze silných zážitků překonávání sama sebe, pocitů bolesti, strachu... Tento typ reflexe se dá dobře použít také u různých dílen, tvořivých programů či u aktivit zaměřených zejména na pocity účastníků (různé psychologické hry).

Příklady různých podob reflexe (kromě diskuse)

Úvodník: Skupinky po dvou až třech lidech obdrží čistý papír, který představuje úvodní stránku novin. Každý se ji snaží vyplnit krátkými články a zprávami, které vyjadřují jeho pocity a zkušenosti po absolvované hře.

Trh pocitů: Každý si zvolí partnera a diskutuje s ním o tom, co se mu na hře líbilo, co se mu zdálo důležité a co ho nejvíce oslovilo. Po určitém stanoveném čase se dvojice vymění.

Kulturní dědictví venkova a venkovský cestovní ruch

Největší zážitek: Skupiny po pěti až deseti lidech si připraví pantomimické vystoupení představující nejdůležitější zážitky.

Moje role: Instruktor připraví seznam rolí, které si mohli účastníci během hry vyzkoušet (např. organizátor, diskutér, pomocník, optimista, pesimista, vůdce, klidás...) a vyvěsí ho na viditelné místo. Potom se ptá jednotlivých hráčů, v jaké roli a jak se v předcházející hře cítili a zda se ta role liší od jejich běžného života.

Tvořivost: Instruktor nechá jednotlivce nebo menší skupinky vyjádřit své prožitky ve hře nebo na akci složením písňe, básně nebo rozsáhlejší scénkou.

Mé místo: Vyznačíme symbolický prostor, který označíme za skupinové centrum. Každý se pak postaví do tohoto prostoru podle toho, jak se ve vztahu ke skupině cítil, jaká byla ve hře jeho role, či zapojení. Může následovat diskuse o rolích.

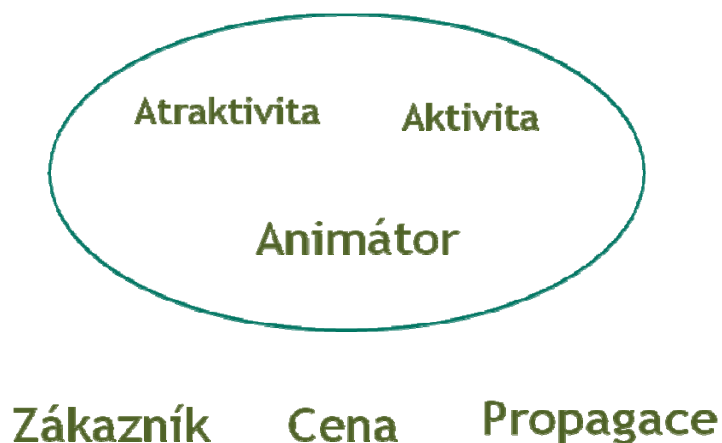
Kresby: Jednotlivci zachytí kresbou něco, co se jim stalo během aktivity. Každý pak svůj obrázek stručně popíše a vyloží.

Role lektora (učitele) v reflexi

Lektor vystupuje v reflexi v roli facilitátora – usnadňuje a směřuje reflexi tak, aby probíhala hladce, bez konfliktů a směřovala žádoucím směrem (upozorňuje na odbočení od daného tématu, např. „To je sice moc zajímavá myšlenka, ale už jsme tím trochu odbočili, pojďme se tedy vrátit k původní otázce.“). K takovému vedení reflexe může pomoci např. stanovení pravidel diskuse: „Všichni jsme kolegové a navzájem se respektujeme, nesouhlas s názorem ostatních je legitimní, neskáčeme si do řeči, každý má právo do diskuse přispět i se jí neúčastnit, řečené věci zůstanou jen mezi námi, každý mluví sám za sebe (tedy místo „my si myslíme“ použijeme „já si myslím“).“ a další dle konkrétních potřeb. Lektor také posouvá komunikaci dále a to tak, že sumarizuje a shrnuje příspěvky, formuluje nejasné myšlenky, pokládá navazující otázky. Dále brání osobním útokům např. tak, že otázky odvrací od napadeného na útočníka. Snaží se účastníky pomocí vhodně kladených otázek dovést k tomu, aby sami přišli na to, co si mají z aktivity odnést.

3. Zásady při tvorbě zážitkového balíčku

3.1. Co patří do zážitkového balíčku?



3.2. Analýza destinace

Pro vytipování vhodných aktivit a atraktivit je nutné na počátku přípravy zážitkových balíčků provést několikabodovou analýzu destinace.

- 1) **Základní profil destinace** stanovuje typický charakter a jedinečnost destinace (tj. co nejvíce charakterizuje destinaci a činí z ní jedinečné místo odlišné od ostatních, např. „malé, ale milé hory“).
- 2) **Potenciál destinace: atraktivita a aktivity.** Analýza potenciálu destinace vytváří souhrn vhodných námětů pro produkty zážitkové turistiky („inventura“ atraktivit a aktivit s vyznačením highligths). Při popisu přírodních a kulturních atraktivit je potřeba přihlídnout k rozsahu jejich ochrany a možnosti využití v cestovním ruchu. Dalšími tématy „inventury“ jsou potenciální aktivity s přihlédnutím k využití různých zařízení a areálů (sport, relax, řemeslné dílny, agroturistika, auto-moto) a další poskytovatelé služeb v cestovním ruchu (ubytovatelé, stravování, průvodcovské služby, informační místa).

Typy místních atraktivit:

- a) Objekt (hrad, zámek, zahrada, tradiční dílna, technické zařízení, provozovny, expozice, muzea, skanzeny)
- b) Událost (historická, kulturní, přírodní)
- c) Významná osobnost (historická, současná)
- d) Tradiční výroba (technologie)
- e) Přírodní lokalita (krajina, přírodní útvar)
- f) Moderní areály (sportovní haly a areály, adrenalinové parky, golfové hřiště, lázně a wellnes, posilovny, interaktivní stezky a areály atd.)

Typy zážitkových aktivit:

- a) **Adrenalin a sport** – tandemový seskok, buble zorbing, let kluzákem, střelba ze samopalů, paintball, vysoká lana, řízení tanku, let balónem
- b) **Relaxace a pohoda, krása a wellnes** – různé druhy koupelí, masáží, zábalů, kosmetických procedur, změny vizáže
- c) **Romantika** – romantické večere v netradičních prostorách (astronomická věž, vyhlídky a rozhledny, akvárium, exkluzivní hotely), večerní plavby na parníku, plavby na jachtě
- d) **Gastronomie a gurmánské zážitky** – exotické kuchyně (thajská, ..), středověká žranice, uvařit si vlastní pivo nebo jiné jídlo s šéfkuchařem, návštěvy provozoven (pivovary) nebo večere na exkluzivních místech
- e) **Tradice a hobby** – fotografování, den v nahrávacím studiu – muzika, řemeslné dílny (keramika, malování na hedvábí), jiná profese (popelář, fotomodelka)
- f) **Auto moto** – terénní vozy, motorky, čtyřkolky v náročných terénech, exkluzivní značky aut, škola smyku, staré modely, jízda v tanku, bagrem

V nepřeberném rozsahu je nabízejí „firmy na zážitky“. Převažuje zde důraz na nezvyklé činnosti, ale destinace je potlačena.

Typy zážitkových atraktivit v oblasti přírodního dědictví:

- a) přírodní lokality (krajinné celky, přírodní útvary)
- b) chráněné oblasti a druhy
- c) přírodní události a katastrofy (geologická minulost, povodně...) a jejich stopy v krajině
- d) interaktivní expozice a muzea

e) interaktivní naučné stezky a venkovní areály

3) Animátor. Při analýze je potřeba zvážit možného provozovatele produktu zážitkové turistiky (animátora) a nároky na jeho dovednosti a schopnosti. Animátor je člověk, který je nezbytně důležitý, protože je nositelem produktu zážitkové turistiky a musí být schopen jej na místě přizpůsobit individuálním potřebám a přáním zákazníků. Pro profesionální provedení zážitkového produktu musí být též autentický – tj. vybírat jej v souladu s atraktivitami a aktivitou (sportovec do sportovního zařízení či krásnou lazebnicí do lázni). Sám by měl být nadšen a své nadšení přenést na návštěvníky, protože pokud on selhává a nemá dostatek schopností, selže i celý váš produkt, zákazník bude nespokojený a již se nevrátí ani vás nedoporučí. Některé z požadavků na **provozovatele produktu zážitkové turistiky**: spolupráce s výzkumnými institucemi či odborníky (technologie, ochrana přírody a kulturních památek apod.), průběžné vzdělávání v oblasti pedagogiky, komunikačních dovedností a psychologie, znalost místních reálií a komunikace s místní komunitou, systém bezpečnosti práce při kurzech.



4) Rizika a omezení. Jednotlivé atraktivy i aktivity jsou omezeny např. klimatickými podmínkami (roční či denní doba), podmínky ochrany přírodních a kulturních památek, technologická rizika či právní podmínky využití (autorská práva).

5) Vytipování cílových skupin. Při tvorbě produktu je dobré vědět, kdo je již zvyklý do destinace jezdit (jaká cílová skupina – např. rodiny s dětmi) a kdo je také schopný a ochotný produkt zaplatit.

6) Druhy ekonomických příjmů. Provozování zážitkové turistiky má nesporně i ekonomické výhody. A to jak pro firmu, která se rozhodne veřejnosti své technické či technologické památky představit, tak pro danou lokalitu, které se zvýší příjmy z cestovního ruchu. Firmy, které se rozhodnou zážitkovou turistikou provozovat, získají nejen peníze z vybraného vstupného a jiných doplňkových aktivit, ale zvýší v očích veřejnosti i kredit své „značky“. Obecní rozpočet pak může počítat s vyššími příjmy díky tomu, že turisté rádi zůstanou déle na místě, které jim má co nabídnout a celkově se tím prodlouží turistická sezóna.

- a) Vstupné
- b) Prodej (místních) produktů, suvenýrů
- c) Doplnkové služby (průvodcovské, programové, pronájem transportních prostředků (kola, lodě atd.), pronájem či prodej výstroje a výzbroje (potápěčská výstroj atd.)
- d) Ubytování a stravování

Příloha: Několik fotografických příkladů zážitkových atraktivit zaměřených na přírodní dědictví

Interaktivní expozice a muzea

Příklady interaktivních nástrojů, které využívají expozice a muzea:

1. Interaktivní exponáty
2. Studijní pulty
3. Haptické, zvukové exponáty
4. Repliky a modely
5. Hračky
6. Pokusy a experimenty
7. Digitální demonstrace
8. Pracovní listy, soutěže a průvodce
9. Scénář tvoří samotný návštěvník

Interaktivní naučné stezky a areály

Mezi jednu ze zajímavých přírodních atraktivit patří stezka v korunách stromů nebo různé varianty zážitkových stezek kombinujících popularizaci vědeckých poznatků, hravost exponátů vhodných i pro malé děti nebo umělecké vyjádření.





