

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU

MOTIVACE K SNOWBOARDINGU

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce:
Mgr. Ladislav Vomáčko, Ph.D.

Zpracovala:
Klára Tišerová

Praha 2009

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a použila jsem pouze literaturu uvedenou v seznamu bibliografické citace.

Klára Tišerová

Poděkování

Touto cestou bych chtěla poděkovat všem účastníkům dotazníkového šetření a Mgr. Ladislavu Vomáčkovi za odborné vedení práce.

ABSTRAKT

Název:

Motivace k snowboardingu

Cíl práce:

Cílem této práce bylo přispět k hlubšímu poznání motivace snowboardistů. Nahlédnout do nitra jezdců a zjistit, co je na snowboardingu tak moc přitahuje, co pro ně znamená, proč se stává jejich životním stylem. Zmapovali jsme, jací lidé se věnují snowboardingu, a proč tito vyjíždí do hor, vynakládají úsilí, námahu, čas i peníze, aby si vychutnali svou jízdu na sněhu.

Metody:

Pro výzkum jsem zvolila metodu dotazníkového šetření. Výsledky byly statisticky zpracovány v programu Excel.

Výsledky:

Výsledky výzkumu ukazují, že většina snowboardistů, účastnících se výzkumu, provozuje tento sport, protože jim umožňuje trávit čas v přírodě, osvobodit se a uniknout od všedního života. Silným motivačním prvkem je pro ně pocit vzrušení při zvyšování hladiny adrenalinu během jízdy. Významné při snowboardingu se potvrdily sociální vazby. Snowboarding je jistou formou možnosti setkávání se s přáteli a vytváření nových sociálních kontaktů. Naopak minimum jedinců považuje snowboarding za prostředek vlastní seberealizace. Většina respondentů se nevěnuje snowboardingu kvůli tomu, aby dosáhli úspěchu a uznání od okolí, ale protože při něm zažívají radostné chvíle a snowboarding je baví sám o sobě se vším, co přináší a nabízí.

Klíčová slova:

Snowboarding, motivace, potřeby, zájmy

ABSTRACT

Topic:

Motivation to Do Snowboarding

Aim:

The aim of this paper is to achieve a deeper understanding of snowboarders' motivation, to introspect riders, and to find out why they are attracted to this sport so much; what it means for them and why it becomes their lifestyle. It has been surveyed what kind of people do snowboarding, why they travel to the mountains, and why they spend a lot of effort, pain, time and money to enjoy their ride.

Methods:

For this research the method of questionnaire was chosen. The results were statistically elaborated by Microsoft Excel programme.

Results:

The survey results have shown that the majority of snowboarders do this sport with regard to the time spent in the countryside, the chance to free themselves and escape everyday life. A strong incentive is the excitement of adrenaline raising during the ride. The relationships among people have also been confirmed significant. Snowboarding is a certain way to meet friends and make new social contacts. On the contrary, the minimum number of respondents consider snowboarding a means of self-fulfilment. Most of the respondents do not do snowboarding to reach success and other people's recognition but to enjoy joyful moments. They are keen on snowboarding itself, with everything it brings and offers.

Key words:

Snowboarding, Motivation, Needs, Interests

Obsah

1. ÚVOD	8
2. MOTIVACE - ZDROJ AKTIVITY	9
2.1 Hlavní faktory ovlivňující motivaci	10
2.2 Proces motivace	11
2.3 Frustrace	12
2.4 Zdroje motivace	13
2.5 Přístupy k motivaci	14
2.6 Psychopatologie osobnosti z pohledu motivace	18
2.7 Emoce a motivace	18
2.8 Motivace k sociálnímu, společenskému životu	19
2.9 Motivace ve formě zájmů, zálib, koníčků a hobby	22
2.10 Motivace a výkonnost	23
2.11 Stimulace	26
2.12 Motivace k pohybové a ke sportovní činnosti	26
2.13 Motivace ke snowboardingu	30
3. SNOWBOARDING	32
3.1 Kam až vlastně sahají kořeny snowboardingu?	
3.2 Snowboardingové závody	34
3.2.1 Freestyle	34
3.2.2 Freeride	36
3.2.3 Alpin - slalomy	36
3.2.4 Boardercross (Snowboardcross)	37
3.3 Základní snowboardingová terminologie	37

4. EMPIRICKÁ ČÁST	39
4.1 Metody práce	40
4.2 Charakteristika souboru respondentů	41
4.3 Výsledky	57
4.3.1 Motivace	57
4.3.2 Hypotézy	59
4.4 Diskuse	63
5. ZÁVĚR	68
6. POUŽITÁ LITERATURA	69
7. PŘÍLOHA - Dotazník	73

1. ÚVOD

Jako téma své diplomové práce jsem si zvolila téma motivace snowboardistů. V oblasti snowboardingu zatím neexistuje mnoho odborné literatury. Jelikož i já jsem mnohaletou příznivkyní tohoto podmanivého sportu, zajímalo mne, proč je vlastně pro snowboardisty tento sport tak zajímavý a co pro ně znamená. Proč opouští své pohodlné domovy a vydávají se, mnohdy zdaleka, do zimy, do hor, do někdy i nehostinných podmínek. Proč se v průběhu posouvání vlastních hranic a překonávání překážek často vystavují nemalému riziku, a co je zkrátka motivuje k tomu, aby trávili snowboardingem svůj volný čas, dovolenou, aby vynakládali úsilí, a jaké jsou další možné aspekty jejich kladného přístupu.

V teoretické části jsem se zabývala obecným přístupem k motivaci a podala jsem souhrnný pohled na procesy motivace, související s aktivitou k sportovní a snowboardingové činnosti. Tento přehled nám umožní hlubší pohled na zákonitosti vzniku, projevu a průběhu motivace lidského chování. Přiblíží nám některé jevy, které motivaci ovlivňují a na kterých její průběh závisí. V závěru teoretické části podávám souhrnné informace o snowboardingu jako sportovním odvětví. O jeho bouřlivém vzniku, velkém rozmachu, rozvoji, a o jeho vzrůstající popularitě. Stručně přikládám i charakteristiku a rozdělení snowboardingových disciplín.

Ve výzkumné části jsem se zaměřila na psychosociální zmapování vzorku náhodně vybraných snowboardistů. Ti prostřednictvím dotazníkového šetření popsali vybrané aspekty jejich motivace ke snowboardingu. Data k zpracování výzkumného šetření jsem získávala jednak osobním kontaktem s respondenty, a dále prostřednictvím internetu, kdy jsem při sběru dat spolupracovala s mnoha servery a portály, které se zabývají snowboardingovou problematikou (skateshopy, boardshopy, snowboardingové asociace a sdružení, snowboardingové magazíny a další).

Snowboarding často řadíme mezi tzv. extrémní sporty. Za svůj mnohaletý vývoj zaznamenal vysoký nárůst zájmu a získal si mnohé příznivce. Stal se moderním sportem, při kterém nehraje roli jen fyzická stránka výkonu, ale významným faktorem je právě psychická složka a prožitek při výkonu.

„Člověk si sice může dělat, co chce, ale nemůže chtít, co chce“.

A. Schopenhauer

2. MOTIVACE - ZDROJ AKTIVITY

Slovo motivace je odvozeno z latinského slovesa movere, neboli hýbati, pohybovati. Pojmem motivace označujeme všechny vnitřní hnací síly, které usměrňují lidské jednání a prožívání. Je to vnitřní stav zobrazující přání, touhy, hnací síly a potřeby jedince.

Motivace úzce souvisí se slovíčkem „proč“ - proč děláme to, co děláme, co nás k tomu vede, proč to děláme jak nejlépe umíme, nebo proč se do některých věcí pouštíme a do jiných nikoliv. Motivace označuje všechny pohnutky, popudy, které následně iniciují chování. Pátráme po důvodech a příčinách, které nás vedou k tomu, určitým způsobem volit své chování. Pro všechno, co děláme, máme nějaké pohnutky, které nás aktivizují, ale také jistým způsobem determinují. Ne vždy se chováme tak, jak bychom očekávali, plánovali a nebo předpokládali. Někdy je obtížné analyzovat i svůj vlastní postup motivace a zrekapitulovat si, co nás vedlo k určitým projevům chování, proč jsme se v dané situaci chovali zrovna tak a ne jinak. Ale právě pouze člověk je na rozdíl od zvířete schopen uvědomovat si své motivy a přemýšlet o nich. Porozumíme - li lidské motivaci, nalezneme odpověď na tyto otázky a můžeme dokonce sami sebe či ostatní lidi ovlivňovat tak, aby naše či jejich jednání směřovalo k žádoucímu cíli. Určité vnitřní, ale i vnější síly nás aktivizují.

Psychologové se snažili nalézt nějaký obecný princip motivace. Podle Nakonečného (1999) je motivací rozuměna maximalizace příjemného a minimalizace nepříjemného. Organismus se prostřednictvím motivace snaží udržovat a restaurovat psychickou rovnováhu. Přitom rozhodujícím faktorem při motivaci je vůle. Pomocí vůle vědomě a záměrně iniciujeme zvolenou akci. Vůle rozhoduje mezi potřebami a přáními na jedné straně a našimi možnými činy na straně druhé. Motivovaný člověk se projevuje svou energičností a odhodlaností, houževnatostí a cílevědomostí.

2.1 Hlavní faktory ovlivňující motivaci

Rozmanité podněty mají u různých osob rozdílný motivační účinek. Jedině kladně stimuluje to, co umožňuje uspokojovat jeho současné potřeby a co je v souladu s hierarchií jeho životních hodnot.

Pojem motivace zahrnuje široké spektrum jevů, které dodávají lidskému jednání energii a směr. Může se jednat o potřeby, zájmy, postoje, hodnotové orientace, pracovní a životní cíle, ideály atd.

Potřeby - projevují se jako touhy a přání.

Postoje - přesvědčení, názory, uznávání kultury – je to vztah k něčemu, spojený s připraveností jednat v tomto směru.

Zájmy a záliby - zaměřená pozornost či snaha dozvědět se více o tom, co je předmětem zájmu (lidé, věci, myšlenky), je to de facto zvědavost, zvědavost, zainteresovanost.

Hodnoty - potřeby více vyvěrají z osobnosti, hodnoty jsou nasávány z venku a jsou zvnitřňovány jako kritéria, která usměřňují cestu k cíli, mohou působit i silněji než potřeby.

Cíle a úkoly – člověk potřebuje rozdělit velký cíl, který má před sebou na dílčí cíle, jejichž dosažitelnost si dokáže představit,

Aktivita pro potěšení – člověka aktivita baví, prioritní jsou pro něj pocity při provozování aktivity.

Sociální interakce – prostor, kde se lidé setkávají, sdílejí podobné zájmy, hodnoty, a vzájemně na sebe působí.

Seberealizace – tzn., že člověk nevykonává aktivitu jen pro potěšení, vnímá sport v souvislostech svého života, chce jím být uspokojovaný, dosáhnout v něm určitého úspěchu, chce se ztotožňovat s kulturou snowboardingu.

Vzhledem k množství motivů našeho chování, může někdy u člověka docházet k jejich konfliktu. Touto problematikou se mimo jiné zabýval K. Lewin, který pracoval s fyzikálním modelem motivace. Motivaci si představil jako sílu, působící na hmotný bod v prostoru. Výsledek, pohyb objektu, je uskutečňován tím směrem, jaká je velikost součtu všech sil, které na něj v daném okamžiku působí. Motivační dynamika je ale ve skutečnosti složitější, než jak ji považoval Lewin. Například konflikt mezi kladným a záporným motivem, kdy můžeme současně

cítit např. naději i strach je toho důkazem. Přitažlivá i odpudivá síla působí tím silněji, čím blíže jsme danému předmětu v našem pomyslném psychickém poli.

Konflikty motivačních sil jsou někdy takové povahy, že vedou k potlačení některých přání do nevědomí. Tímto jevem se zabýval především S. Freud, který zjistil, že motiv může být buď vědomý, nebo nevědomý (viz. dále).

Další příklady konfliktů motivů:

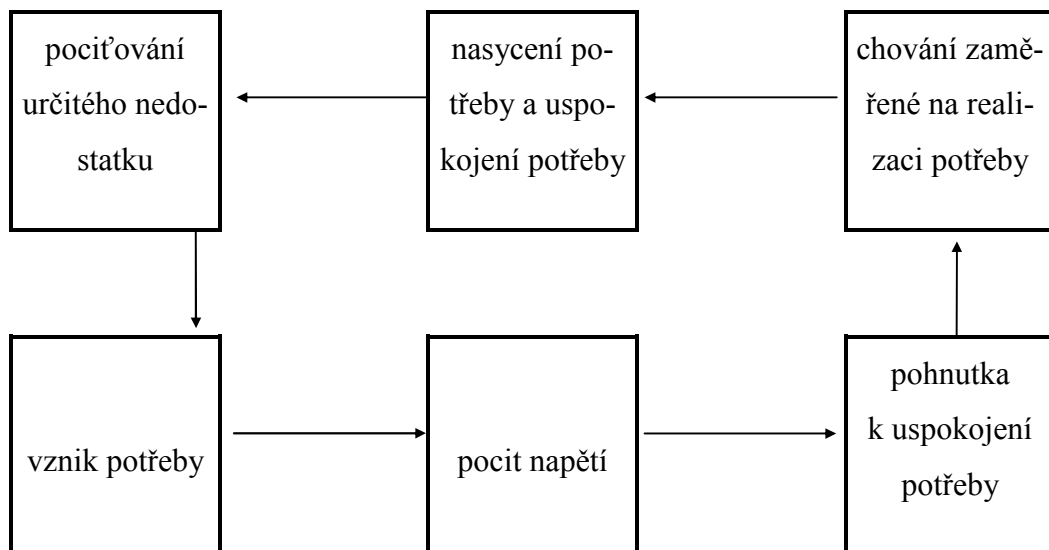
- konflikt dvou motivů s pozitivní hodnotou,
- konflikt nucené volby mezi dvěma nutnostmi s negativní hodnotou,
- konflikt mezi protiklady, které se váží k témuž cíli (mám nebo nemám?),
- konflikt mezi vnitřním „nechci“ a vnějším „musím“,
- konflikt mezi vnitřním „chci“ a vnějším „nesmíš“.

2.2 Proces motivace

Základní podmínkou lidské existence každého člověka je uspokojování jeho potřeb. Potřeba je proto vždy spojena s činností, zaměřenou na odstranění nebo překonání pocíťovaného nedostatku. Cílem je dosažení různého druhu uspokojení, např. nasycení, odpočinku, pocitu úlevy, pocitu jistoty, úspěchu atd.

Motivace člověka se zaměřuje vždy určitým směrem, má intenzitu závislou na síle motivace a je v podstatě stálá, vytrvalá a rezistentní. V cestě za uspokojováním motivované činnosti musíme překonávat naše vnitřní, i vnější bariéry. V činnosti pokračujeme, i když se setkáváme s nejrůznějšími překážkami, nezdary a neúspěchy.

Z hlediska vývoje motivace sledujeme podle Nakonečného (1999) v ontogenezi směřování od pudově založeného chování k tzv. volní regulaci chování, která je ovlivněna morální vyspělostí jedince. Vývoj motivace je podle Řičana (1972) dlouhý a vlastně nekončící proces, který probíhá na základě zrání a učení jedince a do jisté míry se projevují i zkušenosti a vliv kulturního prostředí na jedince.



2.3 Frustrace

Pocit frustrace je často, společně s konflikty a stresem, zařazován do skupiny psychicky náročných situací. Pojem frustrace se používá k označení různých, ale navzájem spojených jevů. Prvním může být vnější situace, která působí jako bariéra a blokuje uspokojení, například fyzickými překážkami, a nebo překážkami v chování našeho sociálního okolí. Dalším jevem je vnitřní psychický stav, který daná situace vyvolává. Vzniká negativní emoce a tenze. Reakci na frustraci bychom mohli nazvat ego – obranným mechanismem. Jedinec má zábrany pro zvolení určitého způsobu chování. Podle Nakonečného (1995), který dále uvádí podle I. F. Tuckera mezi zdroje frustrace např. fyzické a psychické bariéry, odstranění odměn - zdrojů zpevnění a neslučitelné reakce – konflikty.

Podle N. R. Maiera popisuje čtyři druhy chování, které frustrace vyvolává. Prvním je agrese, neboli útok, na zdroj frustrace. Druhým regrese k nižšímu vývojovému stupni, který se projevuje ztrátou kontroly nad emocemi. Třetí je fixace, ulpění na určitém druhu chování. Poslední je rezignace, kdy se vzdáme úsilí o dosažení cíle. Jako reakce na frustraci je charakteristická kompenzace prostřednictvím vytyčení jiného cíle, substituce, racionalizace, kdy si vytváříme vlastní omluvné teorie, nebo například fantazie, kdy své cíle uspokojujeme alespoň v představách.

Odolnost jedince vůči frustraci nazýváme „frustrační tolerancí“. Pokud má frustrace delší dobu svého trvání a působení na jedince, nazýváme ji deprivace.

2.4 Zdroje motivace

Motivace zahrnuje široké spektrum jevů, které dodávají lidskému jednání energii a směr. Zdrojem motivace jsou buď vnitřní pohnutky, tj. motivy, nebo vnější podněty - stimuly. Mezi základní motivy patří potřeby, návyky, zájmy, ideály a hodnoty. Nejčastějšími stimuly jsou odměny různých druhů.

Motivace je v podstatě vždy sebemotivace, protože i vnější stimuly působí na vnitřní motivační strukturu. Člověk se vlastně motivuje sám, ale záleží na uspořádání vnějších stimulů, které způsobí povzbuzení či utlumení příslušných vnitřních hnacích sil.

Motivem jsou vnitřní potřeby nebo touhy, které jsou buď vědomé, polovědomé, či dokonce nevědomé. Impulsem ze signální soustavy dostávají povel a nutí nás jednat tím či oním způsobem. Potřeba je jedincem prožívaný stav, kdy si ne vždy zcela uvědomuje nedostatek něčeho, co je pro něj subjektivně významné.

Motiv je považován za faktor aktivace, který znamená buď objekt ve vnějším světě, který vyvolává určitou pohotovost k chování, nebo vyjadřuje přímo tuto pohotovost samu (Nakonečný, 1995 dle J. Nuttina, 1987). Pokud mají motivy psychologickou příčinu, jsou to pohnutky, které nás nutí dosahovat určitých finálních psychických stavů, tzn. uspokojení. Vnitřní motivující pohnutka se stává motivem až tehdy, když se zpředměťuje, to znamená, že nachází objekt, jehož dosažením dospívá k uspokojení. Podle Nakonečného (1995) tedy motivy vyjadřují stav vnitřní pohnutky, a nikoliv vnější objekt. Motivы jsou vnitřními determinanty směru a síly chování. Způsob tohoto chování však determinuje individuální, kognitivní, zpracování situace.

Nakonečný (1995) uvádí formy motivů podle K. Jasperse, který rozlišuje mezi touhou a tlakem, pudem a vůlí. Touha je bezobsahová a bez zaměření, pud je nevědomé zaměření a vůle je vědomá představa cíle, kdy známe prostředky a důsledky působení.

Formy motivů jsme označili jako potřeby, zájmy, ideály a druhem motivů rozumíme jejich konkrétní obsah. Mezi základní druhy motivů patří biogenní a fyziologické potřeby. Druhým typem potřeb jsou pro člověka potřeby sociogenní a psychogenní. Motivы mají tzv. homeostatickou funkci, která vyjadřuje tendenci k odstranění rozporů ve fyzické i sociální rovině lidského bytí.

Základní formou motivu je tedy potřeba. Vyjadřuje jistý nedostatek v biologické či sociální sféře života jedince. Jejím cílem je dosažení finálního psychického stavu nasycení. Snažení jedince trvá zpravidla tak dlouho, dokud nedojde k vnitřnímu uspokojení z dosažení cíle motivu. Pokud nedochází k uspokojování potřeby, vyvolává to u jedince nelibě pociťovaný stav napětí. Cílem je tedy nalézt předmět saturace dané potřeby. U primární potřeby vychází její účinek z aktivace tělesných mechanismů.

Vedle primárních, biologických, druhů motivů má člověk i tzv. sekundární, získané motivy. K sekundárním potřebám patří potřeba kontaktu s lidmi, společenské opory, uznání, jistoty. Jejich účinek jako motivujících sil ale spočívá hlavně v procesech učení. Učením vznikají další, obsahem a funkcí lišící se motivy – potřeby, zájmy a ideály.

A. H. Maslow (1960) vytvořil teorii metamotivace. Tzv. metapotřeby označil za vývojově nejvyšší potřeby, které slouží k sebeaktualizaci a sebeuskutečnění. Vyjadřují touhu po osobní dokonalosti a růstu a jsou spojeny s hodnotovým systémem a morálně volnými vlastnostmi jedince. Podle Maslowa jsou seberalizující se lidé motivováni něčím vyšším, než jsou fyziologické a sociální potřeby. Avšak podmínkou k projevení těchto metapotřeb bývá uspokojení právě v oblasti základních potřeb (podle Nakonečného, 1995).

2.5 Přístupy k motivaci

Například Říčan (1972) chápe motivaci jako dva odlišné modely. První model – model nedostatku – vychází z pocitu prázdnoty, která touží po naplnění. Ve svém druhém modelu – modelu vybití – uvádí zcela opačnou představu o motivaci. K uspokojení nedochází po zaplnění, ale naopak, když ze sebe organismus něco vydá, něčeho se zbaví. Člověk se potřebuje určitým způsobem vybit, odreagovat se. Dosud je velmi vlivná Fredova představa o libidu, které se městná a pokud nemá volný prostor působení, proráží ven jinými, náhradními cestami uvolnění.

Obě teorie však předpokládají, že po nasycení či vybití dojde ke klidovému stavu rovnováhy. V určitých případech ale selhává i tento homeostatický model. Například agresivita, která je tolerována či chuť po moci naopak s dosažením určitého cíle roste, stupňuje se.

Principem udržování psychické i fyziologické homeostázy se podrobně zabýval Nakonečný. Uvádí, že naše chování je ovládáno pomocí dvou principů, které vyjadřují dvojí aspekt jediné tendence. Je to princip psychického ekvilibría, udržování psychické rovnováhy, a princip hédonismu, dosahování příjemného a vyhýbání se nepříjemnému.

Kromě homeostatického modelu existují ještě činnosti, které jsou sami o sobě odměnou – jsou automotivační. Automotivaci můžeme pozorovat zejména u nově osvojených činností. Je to zvláštní potřeba činnosti člověka, která souvisí s teorií vitality.

Klasické teorie motivace

Různorodost a složitost lidí je příčinou toho, že neexistuje jediná, univerzálně platná teorie motivace. Existuje mnoho přístupů, které poskytují určitý pohled na danou problematiku. Asi nejúplnější přehled teorií motivace podává ve své knize K. B. Madsen (1968).

Etologický přístup k motivaci zdůrazňuje především zaměření na motivaci utvářející se a pocházející zevnitř člověka, tedy na z vnějšku neovlivněnou část motivace.

Podněty, které na člověka působí z vnějšku, se zabývá především americký behaviorismus, zejména J. Dollard a N. E. Miller, a dále C. L. Hull a E. C. Tolman, G. A. Kelly, E. L. Thorndike, I. P. Pavlov, B. F. Skinner a další. Behaviorismus vychází z mnoha experimentálních výzkumů prováděných na zvířatech. Behavioristické koncepce teorie motivace byla vypracována v souvislosti s výzkumem a teoriemi učení. Některé behavioristické teorie dokonce samotný pojem motivace zamítly (Kelly, Pavlov), jako nadbytečný. Vycházeli z toho, že aktivita člověka je podstatnou vlastností jeho existence, a nikoliv něco, co by se muselo dále vysvětlovat. Motivaci vidí jen jako energetizaci chování, která je vyjádřena pojmem drive. Drive je pro behavioristy dobře kontrolovatelný a do jisté míry i měřitelný ukazatel.

Humanistická psychologie A. H. Maslowa a C. R. Rogerse pohlíží na člověka v jeho sociálním prostředí, v sociálních vztazích a neklade tak velký význam na nevědomí, jako psychoanalýza. Teorie zdůrazňuje, že člověk není bytostí reaktivní, ale aktivní a rozhodující pro jeho bytí je vůle. Jednání člověka není určováno minulostí, ale vztahuje se k budoucnosti. Rozhodující pro jedince je systém hodnot.

Klíčovým pojmem pro humanisty je seberealizace a sebeaktualizace. Za základní lidské pohnutky považuje Maslow jistotu a růst. Východiskem Rogerovy teorie motivace je napětí mezi já a zkušenostmi organismu. Neshoda se sepojetí s těmito zkušenostmi vyvolává nerovnováhu a v zápětí úzkost. Neshoda mezi ideálním a reálným já, tedy mezi tím, kým by si jedinec přál být a kým doopravdy je - za koho se pokládá, je silný motivační zdroj.

Pohled na vývoj motivace podle Maslowa – podle Říčana, (1972) a Nakonečného, (1996). Maslow ve své humanistické teorii motivace stanovil tzv. hierarchii potřeb, podle pořadí naléhavosti uspokojení. Podle jeho přístupu lze potřeby lidí rozdělit do pěti skupin. Tyto potřeby existují u každého člověka souběžně, obsahově i časově se překrývají, ale jedna je pro určitou situaci dominantní a tím je i pro motivaci rozhodující. Je-li potřeba uspokojena, přestává mít motivační sílu a objevuje se potřeba jiná. Na prvním místě stanovil vývojově nižší, fyziologické potřeby, jejichž uspokojení je primární k zachování lidské existence. Pokud nejsou tyto potřeby uspokojeny, mohou zcela ovládnout chování člověka. Jsou-li uspokojeny, vstupují do popředí vývojově vyšší potřeby, jako jsou např. potřeba bezpečí, následně potřeba někam patřit a být milován. Další jsou potřeby růstu, potřeba úcty a sebeúcty. Až když jsou tyto všechny potřeby nejlépe pravidelně syceny, když je člověk po všech stránkách sytý, v bezpečí a šťastný, objevuje se v hierarchii vývojově nejvyšší potřeby, potřeba růstu a seberealizace. Potřeba seberealizace však není uspokojována soustředěním na sebe. Právě naopak. Člověk, který nemá osobní starosti, přestává na sebe myslet a může se nadchnout pro nějaký nadosobní cíl. Hierarchicky vyšší potřeby jsou závislé na uspokojení potřeb nižších.

Vývoj motivace podle Freuda, psychoanalytická teorie - podle Nakonečného, (1996, 1998). Celková podstata člověka je pudová a v jeho životě se proto prosazují nevědomé tendence a touha po slasti. Tento princip slasti je vázán na funkci pudů, ale dostává se do rozporu s principem reality, který vyjadřuje nutnost přizpůsobit se požadavkům společenského prostředí. Dynamika vnitřního života je podle Maslowa interakcí třech složek člověka. Tyto složky označil jako id (ono, pudy), ego (já, zkušenosti) a suprego (nadjá, morálka). Ego má v tomto principu funkci zprostředkovatele mezi pudy a morálkou, jejichž střetávání je zdrojem vnitřních konfliktů. Potlačované pudové tendence jsou vytěsňovány z vědomí, aby nedošlo k vnitřní desintegraci jedince, a transformují se v tendence nevědomé.

Tyto vytěšněné touhy se poté mění v jiné, společensky uznávané činnosti, nebo se obrací k náhradním zájmům a objektům. Vědomí Freud považuje pouze za špičku ledovce lidské mentality.

Potlačené psychické touhy, které jsou neslučitelné s osobní morálkou, se v nevědomí mohou transformovat v různé neurozy, hysterie a sexuální deviace. Psychoanalytická teorie motivace zdůrazňuje především vliv nevědomých tendencí na chování člověka.

Freud rozlišoval dvě základní tendence: pud po životě (eros) a pud smrti (thantos). Eros se projevuje jako pud sebezáchovy a thantos se projevuje jako destruktivní činitel, který zaměřuje svou agresi buď navenek, nebo na sebe sama. Člověk je ve svém životě ovládán věčnou a silnou touhou po slasti. Má proto určité množství energie, které Freud nazval „libido“, a které je nezničitelné, a které se vybíjí právě dosahováním slasti. Libido Freud v podstatě ztotožnil se sexuálním pudem. Podle něj je možné ho vybit pouze přiměřenou stimulací erogenních zón (rty, ústa, anální oblast a pohlavní orgány). V prvním – orálním stadiu (asi do 1,5 roku věku dítěte) se libido vybíjí v erogenní zóně úst a to např. sáním, kousáním, polykáním. Toto první stadium zčásti přetrvává do dospělosti, kdy se projevuje nadměrným labužnictvím, kouřením, ale i sarkastickou kousavostí. Tzv. orální fixace je tím silnější, čím více bylo orální vybití jedince v dětství rušeno. Druhé stadium – anální (kolem 2. roku věku) je spojeno s rozkoší z vyprazdňování v období raného dětství. V rodinné výchově je tomuto aktu připisována významná důležitost. Při anální fixaci se může projevovat zadržování stolice a později vzniknout tzv. anální osobnost, která se vyznačuje rysy šetrnosti, skrblictvím, umíněností a pedanterií. Ve třetím – falickém stadiu (3. - 6. rok věku) se zdrojem slasti stávají genitálie, nejprve močení a poté manipulace s genitáliemi a masturbace. V této fázi vývoje libida se také u dítěte vyvíjejí libidózní vztahy k rodiči opačného pohlaví, které mohou být zdrojem tzv. Oidipovského/ Elektrina komplexu. V té souvislosti se u dívek může projevovat „závist penisu“, a u chlapců „kastroční úzkost“. Po tomto stadiu nastává tzv. období latence – klidu (období asi 6. – 10. roku věku), kdy je podle Freuda sexualita potlačena. V období puberty, tedy v mladším školním věku nastává stadium genitální, kdy se u jedince probouzí sexualita a vyhledává první sexuální interakce. Podle Nakonečného (1996) celkově psychoanalýza hledá smysl chování, který je dán jeho motivem. Smysl chování tedy znamená jeho motivaci.

Jak už to tak u téměř všech teorií bývá, měla Freudova, Maslowova i mnoho jiných své příznivce, ale i své odpůrce. Proto si myslím, že je i vzhledem k zaměření této práce, lehké nastínění teorií motivace, a tedy základní přehled, dostačující. Pokud bychom se tímto tématem – polemizací o vývoji a teoriích motivace zabývali podrobně, vydalo by to jistě na další rozsáhlou práci.

2.6 Psychopatologie osobnosti z pohledu motivace

Pokud je člověk schopen dosahovat svých cílů a uspokojovat své potřeby, nepozorujeme u něj zpravidla žádné příznaky narušeného psychického chování a jednání. K problémům dochází, pokud člověk nemůže dosáhnout svého cíle, uspokojování jeho potřeb je blokováno a navíc je vystaven zklamání z neuspokojení. Překážky na cestě k cíli v nás mohou vyvolat negativní pocity, jako je vztek, útok, zoufalství, úzkost, atd. Jako důsledek potlačení potřeby se mohou projevat i závažnější neurotické symptomy, neurózy, jejichž studiem se zabýval hlavně R. B. Cattell. Do frustrujících situací se v běžném životě člověk dostává poměrně často. Pokud zvládne překonat překážku, bude mít příště i větší pravděpodobnost, že ji opět zvládne překonat. Jeho řešení situace je pak výsledkem učení. Pokud však komplikovanou cestu k cíli nenajde, je pravděpodobné, že se mu to nepodaří ani v budoucnosti. Mezi další poruchy motivace bychom podle Smékala (2002) mohli zařadit i poruchy příjmu potravy, dále třeba chorobný zájem či naopak apatii a vášeň, například hráčskou.

2.7 Emoce a motivace

Emoce a motivace jsou ve skutečnosti, podle Nakonečného (1996), dvě stránky téhož procesu ve funkčním sepětí. Na vztah mezi motivací a emocemi můžeme nahlížet dvěma způsoby. Jednak se můžeme ptát, které konkrétní emoce jsou motivující a jak, a nebo se ptáme po úloze emocí v procesu vytváření motivů. Naše emoce se nejvíce projevují zejména při nadměrné motivaci, a nebo při blokadě motivovaného chování. Projevy našich emocí jsou jednak znakem motivace a v podstatě i její podmínkou. Touto problematikou se zabýval K. B. Madsen. Smékal (2002) uvádí, že rozlišujeme emoce podle toho, co jedinec dělá, když je emočně aktivován. Uvádí rozdělení podle L. I. Petražického na emoce – indikáto-

ry, které jako by informovaly jedince o stavu uspokojení potřeby, a emoce – hybatele, které iniciují chování.

Součástí motivace je i efektivita. Afekty vyvolávají akci a regulují směr chování. Zvyšují nervovou aktivitu a činnost tělesných mechanismů, jako je např. zvyšování tepové a dechové frekvence, hormonální aktivity atd. Některé druhy emocí, jako je např. strach, jsou současně motivy, pudy. Pomocí pokusů na zvířatech tuto myšlenku potvrdil v padesátých letech N. E. Miller. Nekonečný, (1972) zmiňuje rozdělení vztahu mezi emocemi a motivovaným chováním podle E. R. Hilgarda. Podle něj emoce působí buď jako pudy, nebo je emoce přímo cílem motivovaného chování, kdy se lidé chtějí smát, radovat, plakat atd. Emoce nám také zeslabují, zintenzivňují či jinak nám umožňují pracovat s našimi motivy. Smích a radost podporují motivaci, naopak hněv většinou poruší motivované chování. Hilgard při své práci odlišil pozitivní a negativní působení emoce na motivaci. Např. opět strach může být příkladem toho, že je někdy příjemný a jindy velmi nepříjemný. Nejsilnější emocionální zážitky máme, překonáme - li frustraci a dosáhneme – li cíle. Obecně je cílem motivovaného chování dosahování příjemného a vyhýbání se nepříjemnému.

2.8 Motivace k sociálnímu, společenskému životu

Potřeby, které nás vedou k nutnosti kontaktu s naším okolím a lidmi v něm, jsou označovány jako sekundární. Podle Janouška (1988), vznikají tyto sekundární potřeby na základě potřeb primárních, v interakci s naším společenským prostředím, a vznikají jako produkt způsobu života jedince a jeho sociální zkušenosti. Tyto psychosociální potřeby jsou chápány buď jako socializací naučené, nebo jsou navozené sociálním prostředím a vytvořené kulturou. Řezáč (1998), uvádí třídění podle E. Fromma, který rozlišuje v podstatě pět základních sociálních potřeb. První je potřeba vztažnosti, druhá potřeba transcendece, třetí je potřeba vřazenosti, zakořenění a čtvrtá potřeba identity. Poslední sociální potřebou uvádí potřebu orientačního rámce. Psychosociálně zdravý jedinec by měl mít vytvořen harmonický systém mezi těmito potřebami.

Pro nás budou z hlediska tématu této práce zajímavé pohledy zejména na vztahové potřeby kontaktu, odezvy a akceptace od okolí, potřeba začlenění do

určité sociální skupiny a potřeba růstu a seberealizace. Začlenění do skupiny a získání určité pozice v ní nám umožňuje utvářet si vlastní sebepojetí. Vlivem sociální zkušenosti se podle Řezáče (1998) utváří postoje, které jsou vyjádřením získaného hodnotícího vztahu k okolním objektům i k sobě samému. Následně tyto postoje významně ovlivňují chování a jednání člověka. Hodnocení od okolního prostředí je důležitou zpětnou vazbou, pomocí které si každý člověk utváří vlastní pohled sám na sebe. Potvrzuje si, jak vidí jeho schopnosti a dovednosti ostatní. Porovnává vlastní výsledky s výsledky druhých. Ocenění ze strany skupiny je důležitým motivačním faktorem. Celkové mínění skupiny o osobním profilu jednotlivce se projevuje v tom, jak je jedinec skupinou uznáván a tolerován. Stimulační účinek je nepříznivý, jestliže je jedinec skupinou hodnocen negativně. Jako stimulator působí na jednotlivce pozitivní znaky skupiny – kamarádství, důvěra, soudržnost, ochota pomáhat si, orientace na společnou činnost. Motivační efekt tohoto srovnání může být příznivý i nepříznivý, a to v závislosti na celkové osobnostní struktuře jedince a na tom, co má pro něj motivační účinek.

Prostřednictvím sociálního interakčního procesu si jedinec po celý život osvojuje soustavy hodnot, sociálních norem a dalších faktorů sociálních celků, k nimž přísluší. Včleňování jedince do společnosti probíhá na základě neustálého navazování, prohlubování a rozšiřování sociálních kontaktů. S okolním prostředím je tedy jedinec v neustálé vzájemné interakci.

Prostřednictvím aktivity a činnosti jedinec navazuje vztah s okolním prostředím. Částečně je schopen sám se přizpůsobit okolním podmínkám, a částečně je může přizpůsobit sám sobě, svým seberealizačním zájmům. Podle Řezáče (1998) je proces socializace charakterizován jednak oblastí kognitivní – poznávací, emotivní – citovou a konativní – volní.

Socializace je celoživotní proces jedince, ve kterém můžeme odlišit jednotlivé fáze a etapy. Po procesu elementární socializace se jedinec učí rodinné a veřejné socializaci. S motivací k fyzické činnosti, k pohybům se můžeme setkat prakticky od narození. Ale prvním stadiem vývoje člověka, kdy se můžeme setkat s motivací k vnitřně cílenému sportovnímu chování je v období asi kolem osmého roku života. Předtím se motivace ke sportovní aktivitě projevuje pouze ve formě dětské hry. V této fázi je fyzický projev nedokonalý, ale s přibývajícím schopností učení a rozvíjením se jedince, začíná dosahovat kvalitnějších výsledků.

Díky kontaktu s ostatními lidmi si člověk může uvědomovat sám sebe, a své „já“ rozlišovat od okolního prostředí. Pomocí sebehodnocení si vytváříme obraz sami o sobě. V procesu seberealizace si též budujeme představu o svých záměrech, životních tendencích a plánech.

Při interakci s ostatními, jak jsem již zmínila, dochází k vzájemnému působení subjektů, a to tím způsobem, že chování jednoho z nich je podnětem k chování, aktivitě druhého (podle Řezáče, 1998). Tímto podnětem bývá zpravidla komunikace a nejrůznější projevy chování.

Interakci mezi jedinci tvoří tedy společná činnost, zájem a jejich vzájemný, mezilidský vztah. Tento vztah může mít několik forem. Řezáč, 1998, definuje podle J. Křivohlavého několik forem interakcí.

Koexistence znamená „existence vedle sebe“. Při tomto druhu součinnosti směřují jedinci ke svým cílům relativně nezávislými způsoby. Pojí je pouze fakt, že jsou ve společném sociálním prostoru.

Koordinace je forma spolupráce, při které jsou již zohledňovány výkony všech složek v součinnosti. Je to určité sledění podmínek činností směřujících k cílům. Vzájemný vztah jedinců je určitou sociální hodnotou a je výhodný pro obě strany.

Kooperací je myšlena společná cesta za dosažením určitého, společného cíle. Tento cíl vytváří prostor pro plnění osobních cílů a uspokojování individuálních potřeb.

Každý člověk vstupuje do vztahu s ostatními s určitým, svým vlastním, stylem interakce. Tento styl mezilidských vztahů můžeme považovat buď za reciproční, vzájemný, přátelský, či v něm můžeme spatřovat prvky soutěžení a soupeření. Nakonečný (1999) uvádí podle M. Argyla cíle, neboli zdroje interpersonálního chování, tj. proč lidé vyhledávají sociální vztahy a určují si cíle v těchto vztazích.

Potřeba závislosti – vyjadřuje potřeby interakce, uznání, pomoci, ochrany a potřebu být veden lidmi, podřídít se.

Afiliace – značí potřebu fyzické blízkosti, přátelskosti a vřelé zpětné vazby.

Dominance – potřeba být skupinou v určitých oblastech přijímán jako vedoucí, mít možnost stanovovat rozhodnutí a potřeba cítit projevy uznání a cti od ostatních.

Sex – potřeba fyzické blízkosti, tělesného kontaktu, přátelského kontaktu a intimního vztahu.

Agrese – snaha o fyzické, verbální či jiné ubližování jiným lidem.

Sebeocenění – potřeba sdělovat ostatním lidem zpětnou vazbu a zároveň potřeba přijímat od ostatních představu o sobě.

2.9 Motivace ve formě zájmů, zálib, koníčků a hobby

Zájmy a koníčky (samozřejmě i sport) jsou podle Nekonečného (1995) zaměřeny spíše na provádění činnosti, která sama je zde prostředkem uspokojování. Zájem je spojen se snahou blíže se s činností či předmětem seznámit, hlouběji do něj proniknout. Zájem k určité činnosti se projevuje soustředěností, zaměřením pozornosti, myšlenek, úmyslů, touhami, přáními a samozřejmě vůlí. Má zejména kulturní a poznávací charakter, je v podstatě kognitivní potřebou. Zájem může být rozvinut pouze při určitém stupni osobnostních předpokladů, vzdělání, a jistého individuálního rozvoje. I sportovní činnost se jeví jako spojení několika možných motivů, např. sportovní výkon, socializace, seberealizace atd. Ale uspokojení nám přináší už sportování samotné. Není zde potřeba dosažení určitého výsledku. Tam, kde podle Říčana, 1972, převažuje touha vyhrát nad chutí sportovat, nejde už o čistý zájem, nýbrž o složitější motivační komplex.

Na předmět zájmu nejprve mobilizujeme svou pozornost, poté si k němu vytváříme určitý citový vztah a poté se pomocí snahových tendencí pokoušíme dosáhnout cíle. Zaujatě se zabýváme něčím, co je spojeno s potřebou poznávání. Zájmy přitahují pozornost člověka trvale a jedinec je ochoten k nim přistupovat aktivně a často přinášet i různé oběti. K jejich dosažení vynakládáme vysoké úsilí, čas, peníze a další hodnoty. Zájem je v podstatě uspokojování potřeby růstu. Zájem je prakticky neukojitelný a s jeho uspokojováním se zesiluje jeho motivační naléhavost. Smékal (2002) rozděluje zájmy na zájmy o ideje, zájmy o lidi, věci, o činnosti, zájmy konkrétní a abstraktní.

Podle délky působení zájmu mohou být stálé nebo přechodné, dále povrchní či hluboké, aktivní či pasivní. Kolik je činností, které mohou člověka těšit, tak právě tolik existuje zájmů. Podle Říčana (1972), představují zájmy tu část struktury osobnosti, kterou lze nejsnadněji ovlivnit. Zájmy lze zesilovat, zeslabo-

vat i vytvářet záměrným působením, například působením vzoru, ideálu, či pedagogicky. Zájmy jsou plastické, někdy až manipulovatelné a lehce ovlivnitelné.

Každý člověk potřebuje mít v přístupu k určitému zájmu pocit svobody vlastního rozhodnutí. Pokud jsme do přístupu k nějakému zájmu nuceni, může tato snaha vyústit až v dlouhodobou apatii, odpor či dokonce destruktivní vzorec řešení.

Se zájmy souvisí i naše hodnotová orientace. Zájmy i hodnoty jsou v podmíněném spojení. Zájmy se mohou vytrácet, ale hodnoty zůstávají. Pronikne-li zájem celým životním stylem jedince, určuje pak i jeho hodnotovou orientaci. Hodnoty jsou v tomto smyslu chápány a přijímány jako normy a mají normativní charakter. Hodnotovou orientací pak rozumíme ty postoje, který určují celý životní styl člověka. Známe-li postoj a hodnotovou orientaci člověka, můžeme potom mnohem lépe a přesněji odhadnout jeho možné reakce, projevy chování a jednání. Pokud člověk výrazně uznává nějakou hodnotu, zpravidla vyžaduje od svého okolí, aby ji uznávalo také. V tomto případě se může jedinec setkat s neuznáním svých hodnot, s neochotou porozumět jeho hodnotám.

2.10 Motivace a výkonnost

Úroveň výkonnosti je ovlivňována účinností motivů, které na jedince působí. Z mnoha psychologických výzkumů i z běžné praxe víme, že čemu se učíme rádi, tomu se učíme lépe, rychleji a s vyšší intenzitou. Nakonečný ve své knize *Motivace lidského chování* (1996) uvádí: "Všichni lidé touží po úspěchu, ale liší se silou motivu k dosahování výkonu, která je dána poměrem touhy po úspěchu ku strachu z neúspěchu". Čím je tento strach větší, tím je motiv výkonu slabší. Nakonečný (1996), pak rozlišuje mezi jedincem orientovaným na výkon a jedincem, který se snaží vyhnout neúspěchu. Úspěšný výkon je totiž pro člověka slastný zážitek, vyvolává v něm radost a pocit hrdosti. Naopak z neúspěchu je člověk rozladěný a cítí stud.

Strach z neúspěchu významně blokuje další aktivitu, neboť je spojen s očekáváním dalšího neúspěchu a tedy s další možnou devalvací ega. Empiricky bylo prokázáno, že čím vyšší je úroveň motivace, tím větší vynakládáme úsilí pro dosažení cíle a tím lepší výkon podáváme. Lidé, kteří mají strach z neúspěchu, nebo dokonce zažili sérii neúspěchů, budou dalším neúspěchem ještě více utlu-

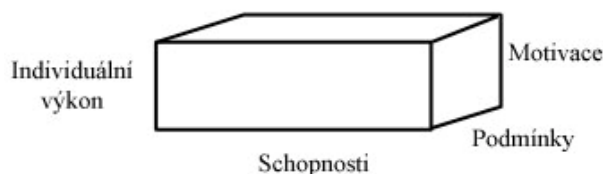
meni a jejich výkon se bude zřejmě zhoršovat. Důležitým aspektem motivu výkonu je tady minulá zkušenost a velký vliv má způsob výchovy v rodině.

Síla výkonové motivace souvisí také s odměňováním úspěšnosti. Pokud je například snowboardista málo motivovaný nedostatečnou konkurencí v závodě, bude ho spíše těšit finanční stimulace, nežli pocit úspěchu z vítězství. Proto se bude většinou méně snažit podat svůj maximální výkon. Pokud by však soutěžil s předními jezdci své kategorie, snažil by se dosáhnout co nejlepšího výkonu za účelem jisté sociální prestiže a pocitu vlastního sebeuspokojení. Otázka finanční odměny, by v této situaci nebyla tak významná. Váha hmotných stimulů se snižuje, naopak váha nehmotných stimulů roste zejména při silném zájmu jedince, při výzvách a při náročnějších, nových dovednostech a výkonech.

Provázanost motivace a výkonu:

Na dosažení výkonu se podílí i mnoho dalších činitelů, které bychom mohli souhrnně nazvat podmínky výkonu.

Vztah mezi motivací, výkonem a podmínkami výkonu vyjadřuje tento model:



Z modelu vyplývá:

- v případě vysoké motivace a nízké úrovně schopností, může být zvýšení výkonu dosaženo spíše zdokonalováním schopností a dovedností,
- v případě dobré úrovně schopností, ale nízké úrovně motivace, může být zvýšení výkonu dosaženo naopak motivováním,
- je-li úroveň motivace i schopností dobrá, ale výkon nízký, může být rozhodujícím činitelem zlepšení podmínek pro snowboarding, tj. např. ekonomické, materiální sociální prostředí.

Ve vrcholové, výkonové, praxi se můžeme někdy setkat s tím, že velmi silná motivace, nebo tlak z vnějšího okolí, je příčinou snížení výkonu. Tento jev lze vysvětlit např. tím, že silná motivace:

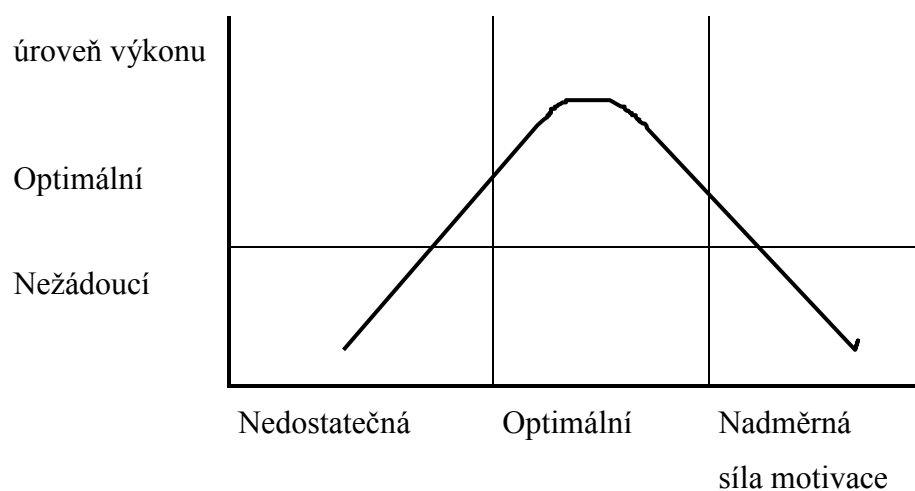
- zužuje zorné pole jedince natolik, že před sebou vidí jen vysoký výkon a opomíjí podmínky, nutné pro jeho dosažení, např. odpočinek, regenerace, psychohygiena,
- způsobuje obavy jedince ze selhání, z prohry, z nepodání dostatečného výkonu, což má za následek, že veškerou energii vynakládají na potlačení úzkosti, která tyto obavy doprovází a na dosažení vysokého výkonu jim již nezůstává síly.

Platí tedy tzv. Yerkes-Dodsonovo pravidlo: „K optimálnímu výkonu dochází při středním stupni aktivace.“

Úspěšné dosahování výkonu podmiňují:

- předpoklady, schopnosti, dovednosti,
- pochopení vztahu mezi výkonností a dosažením cíle,
- přitažlivost cíle.

Vztah mezi motivací a výkonností ukazuje následující obrázek:



Motivace je nepřetržitou činností. Nestačí se jen na začátku namotivovat vizí určitého cíle a předpokládat, že si pak člověk k jeho dosažení vystačí sám, že má vysokou osobní, vnitřní, motivaci. K tomu, aby naše motivace neochabla, potřebujeme naši mysl průběžně doplňovat tzv. „motivační injekce“. Zejména ve fázi, kdy po počátečním nadšení dosáhnout cíle nebo vize snaha upadá, nebo se dostávají překážky, které mohou mít různé formy a podoby.

2.11 Stimulace

Stimulace je soubor podnětů, které z vnějšku působí na člověka. V jejich důsledku dochází ke změně jeho motivace, nejčastěji, ať už záměrně či bezděčně, prostřednictvím jiného člověka, případně jiného okolí, médií atd. Důležité je uvědomit si, že stejné podněty mohou mít u různých osob rozdílný motivační účinek. Člověka kladně stimuluje to, co umožňuje uspokojovat jeho současné potřeby a co je v souladu s hierarchií jeho životních hodnot.

Stimuly jsou podněty, které mohou být vnitřní – impulsy (bolest, únava, nervozita, tréma atd.), a nebo vnější – incentivy (dobrá nabídka, společenské uznání, povzbuzení, atd.). Impulsy spíše povzbuzují, kdežto incentivy spíše řídí motivované chování.

2.12 Motivace k pohybové a ke sportovní činnosti

V současném, nejen vrcholovém, pedagogickém a zájmovém sportu je motivace často diskutovaným pojmem. Podle Ryby (1998) člověk provádí tělesná cvičení proto, že mají silný psychologicko – prožitkový dopad na jedince. Sportování má v tomto smyslu fyzický, duševní – psychický, sociální a duchovní rozměr. Vzájemný poměr mezi těmito třemi základními oblastmi se může v průběhu života měnit.

Prožitky při tělesné činnosti naplňují v dané chvíli celou bytost. Sportovní prožitek se může stát prostředkem pro pravidelné řešení problémů. Při sportu nejde jen o zdraví, hypoteticky plynoucí z činnosti, ale mnohdy i o celý smysl existence a život jedince. Ten při aktivitě prožívá psychickou pohodu, radost a prožitky z pohybu, odpoutá se od všedních záležitostí a starostí. Prožitek je soustava neopakovatelných, pozitivně působících, zážitků. V průběhu prožívání může být jedinec aktivní, ale naopak někdy i pasivní. Prožívání je totiž charakteristické svou proměnlivostí, která úzce souvisí s momentálními psychickými stavy.

Motivace ke sportovním výkonům je ovlivněna jednak subjektivními, individuálními rozdíly, vnitřními psychickými předpoklady (trvalejšími i aktuálními) a situačními podmínkami vnějšího prostředí, které jsou ve vzájemné interakci.

Podle Hoška (1985), který uvádí schéma Gagné a Fleischmana je výkon složen z vnitřních schopností jedince a z motivace, jakou má k výkonu.

Motivy sportovní činnosti mohou mít podle Macáka (1990) mnoho podob. Mohou být biologické, psychologické, materiální, sociální a kulturní povahy. Motivaci vidí jako vnitřní stránku osobnosti, která zprostředkovává poznání, vývoj osobnosti, seberealizaci a celou strategii života. Motivace jednoho jedince může ovlivňovat motivaci jiného, či dokonce celého týmu. Ve sportovní oblasti se projevují následující specifické potřeby, které uvádí podle H. Steinera.

- potřeba pohybu a zážitku,
- potřeba výkonu a úspěchu, seberealizace,
- potřeba variace napětí,
- potřeba zvyšovat své schopnosti, zdokonalovat se,
- potřeba kompenzace psychického napětí, odreagovat se, potřeba cítit se celkově zdravě a spokojeně.

Podle Hoška (1985) působí potřeby jako vnitřní zdroj motivace sportovce a důležitou roli při jejich aktivaci hraje pobídka. Jako specifickou potřebu ve sportu vidí potřebu seberozvíjení a možnost přesahovat svou dosavadní úroveň. Avšak sportování také vychází primárně z biologických potřeb a biologické potřeby ho i ve velké míře determinují.

Další významnou potřebou ve sportu je poznávání. Touha odhalovat, vyzkoušet něco nového a zvědavost je asi vlastní každému sportovci. O potřebě výkonu a úspěchu jsem se již podrobněji zmiňovala výše. Dosažení výkonu je prezentováno buď touhou dosáhnout co nejlepší výkon, a nebo se vyhnout neúspěchu. Vyšší výkonnosti pak dosahují kladně motivovaní jedinci. Bezesporně významné jsou potřeby sociální, vytváření pozitivních vztahů, pocit sounáležitosti a zařazení, prestiže.

Vyššími potřebami se rozumí například potřeba estetického krásna, spravedlnosti, pravdy, fair – play. Podle projevů vůči svému sociálnímu okolí můžeme rozlišovat na sportovce s prosociálním, kooperativním chováním a naopak s antisociálním a soutěživým, až rivalitním jednáním.

Proces sportovní motivace má permanentní charakter a probíhá většinou od situace k situaci, od dílčích cílů k celkovým. Při snowboardingu se například nejprve učíme technice, jízdě na vleku, na malé sjezdovce, postupně volíme větší

obtížnost, pouštíme se do vyšších rychlostí a následně objevuje nové možnosti a trénujeme triky. Odhodlanost sportovce poznáme podle síly jeho vůle a vyspělosti volních procesů, podle úrovně poznání a sebepoznání, ale také sebeovládání a schopnosti emocionální inteligence. Nemalý význam má jeho sociální vyspělost a schopnost komunikace a širší obecná uvědomělost. Proces dosahování výkonu je také závislý na učení, schopnosti paměti a fantazii.

Nosným křížem struktury osobnosti sportovce jsou jeho morálně - volní vlastnosti, které vyjadřují jeho vztah k sobě samému, k ostatním, a značí, s jakou zodpovědností a úsilím se staví k vykonávaným činnostem. Hošek (1985) podal, dnes již kritizované, pojetí Milmana o pěti skupinách vlastností, kterými se sportovci odlišují od nespportující populace. Nejprůkaznější vlastnosti jsou podle něj touha po prvenství, vůle dosahovat vítězství, sebedůvěra, agresivita a bojovnost. Další skupina jsou vlastnosti zaměřené na výkon, houževnatost, efektivita a tendence po dobrém hodnocení skupinou. S tím souvisí i lepší obecná sociabilita sportovců a lepší schopnost týmové spolupráce. Sportovci bývají zpravidla trpěliví, odpovědní, zajímají se o ostatní, ovládají sami sebe a jsou citově zralí. Mají nižší úzkostlivost a jsou přiměřeně kritičtí i sebekritičtí. Zajímají se o vlastní fyzický vzhled, zdraví i psychický stav.

Brichcín uvádí jiné rozdělení morálně - volních vlastností jedince. Za plánovací – sportovní považuje hyperaspirativnost, iniciativnost a proaktivitu ve snaze za dosažením cíle a samostatnost v rozhodování a plánování. Dále rozvahu při zaměřování činnosti, odvahu, uvědomělost a respekt k hodnotám, rozhodnost při realizaci rozhodnutí a překonávání motivačních konfliktů. Mezi realizační morálně – volní vlastnosti sportovce řadí cílevědomost, odpovědnost k sociální skupině, zásadovost k vlastním normám, pečlivost a vytrvalost. Dále se sportující člověk projevuje větší soutěživostí, ve smyslu neztotožnění se s průměrností a zpravidla má vyvinutou autoregulaci. Podstatou rozvoje morálně – volních vlastností je podle Hoška (1985) přivykání si na zátěž ve smyslu otužování. Volní úsilí je vymezeno ve vztahu k překážkám. Čím subjektivně větší máme před sebou překážku, tím větší úsilí budeme muset k dosažení cíle vynaložit. Volba výkonnostních cílů je pro sport a dosahování výsledků typická. Důležité je jedincovo přijetí cíle za své, identifikace s cílem ovlivňuje motivaci k jeho dosažení.

Podle Hoška (1985) bychom si při úvahách o motivaci ke sportu měli rozdělit motivaci na soutěžní a tréninkovou. Při soutěžní motivaci působí autonomní

motivy boje, a člověk si uvědomuje vliv důsledků jeho výkonu nebo umístění v závodě. Nadměrná motivace, která je zde důsledkem vysoké zodpovědnosti za výkon, zpravidla vede k úzkosti, a v případě neúspěchu ke stresu. Z hlediska tréninkové aktivity se spíše objevuje problém nedostatečné motivace, jelikož trénink je většinou spojen s psychickým a fyzickým diskomfortem. Hlavní tréninkovou pohnutkou je očekávání, že se vynaložené úsilí v budoucnu projeví a vyplatí. Interakční model motivace ve sportu považuje motivaci jako výsledek interakce a situace. Tím je dána zmíněná proměnlivost sportovní motivace. Sportovně motivovaný jedinec je reprezentován vytrvalejšími vlastnostmi a je schopen regulovat své chování a emoce. V interaktivním modelu je důležitý charakter jedince. Jeho vlastnosti, vztahy k okolí i k sobě, morální úroveň, schopnost respektovat normy sportu.

Ze sociálního hlediska je sport prostředkem možnosti setkávání s ostatními lidmi, navazování kontaktu, nových přátelství, partnerských vztahů. V interakci s ostatními můžeme poměřit své síly a získat prostřednictvím této zpětné vazby sebenáhled. Přítomnost jiných osob, a vztahy, významně ovlivňují motivační proměnné. Přítomnost partnera, přátel, party, týmu, diváků, trenéra atd. může v dané situaci působit jak negativně, tak i pozitivně.

Při sportu zastává jedinec specifickou sociální roli, která od něj očekává určitý způsob chování a jednání. Tato role vyžaduje rozvinuté morální a volní vlastnosti, závisí na hodnotách a charakteru osobnosti. I ve sportu se totiž často setkáváme s konfliktem motivů, které jsou pro jedince zkouškou jeho rozhodování. Cílem motivů musí být ve sportu výkon. Aby byl cíl dosažitelný, měl by být přiměřený a akceptovatelný, aby si jedinec mohl stanovit svou aspirační úroveň. Aspirace znamená vytvoření si představy o svých vlastních možnostech dosažení cíle v dané situaci. Je – li této hodnoty dosaženo, prožívá člověk subjektivní pocit úspěchu. Výkon se dá prožít jako úspěch nebo neúspěch jen na základě srovnání s původní aspirační úrovní. Problém poté může nastat např. po neúspěchu, kdy je pokles aspirační úrovně způsoben strachem před dalším neúspěchem, při rozdílném očekávání sportovce a okolí, např. rodičů či trenéra. Zvyšování aspirační úrovně je důležité při odstraňování strachu z neúspěchu.

Při motivaci k výkonu je u sportu specifický jev sociálního povzbuzování. Sociální povzbuzování je zprostředkováno naším společenským prostředím, skupinou nebo společenstvím. Tato interakce na nás působí někdy pozitivně, ale mů-

že mít i negativní charakter. Obecně lze říci, že povzbuzování zvyšuje naši aktivitu a může usměrnit chování, zvláště pokud je použito ve vhodný čas a ve vhodné formě. Někdy může mít spontánní charakter a jindy může být záměrná např. ve formě nějakého (skupinového) rituálu. Typickým znakem výkonových situací ve sportu je soutěživost. Při soutěžení srovnáváme svůj výkon s nějakým ukazatelem kvality a často je výkon ještě hodnocen ostatními hodnotiteli.

Příčinami výkonu se ve své teorii kauzálních atribucí zabýval Hošek (1985). Rozděluje příčiny výkonu jedince na vnitřní, tedy závislé na subjektu a vnější, nezávislé. Podle časové stability na delší a prchavé. Atributy představují vzorce příčinného vysvětlování jednotlivých výkonů, které mohou vystupovat jako předsudky a nemusí být v souladu se skutečnými příčinami výkonů. Jsou ale rozhodující pro jednání a vysvětlují, proč někteří lidé vyhledávají výkonové situace a ostatní nikoliv.

Při výkonu aktivity na člověka působí mnoho vnějších, situačních podmínek. Počasí, místo a doba činnosti jsou podmínky prostředí, které také významně ovlivňují motivaci a soutěživost. Při sportu se můžeme setkat se zajímavými, nespoutanými projevy různých emocí. Činiteli, kteří záporně ovlivňují motivaci k činnosti, jsou např. únava a aktuální negativní nálada. Zajímavým projevem při sportu je strach. O strachu z neúspěchu jsem se již zmiňovala výše, dále může jedinec pociťovat např. strach ze zranění, z neznámého prostředí, strach z poklesu sociální prestiže atd. Strach je i součástí předstartovních a ve snowboardingu i závodních stavů sportovce. Jedinec si vytváří negativní hypotézy o svém výkonu, nedůvěřuje si, a poté snadněji slabší, záporné motivaci podlehne.

Negativními jevy v oblasti motivace sportu je pohodlnost, rutinní přístup, nebo naopak fanatičnost a dogmatismus. Základem úspěchu ve sportu je, kromě vlastní sportovní úrovně, stálá tvořivost, invence, otevřenost, přizpůsobivost a neustálý pozitivní přístup.

2.13 Motivace k snowboardingu

Člověk ve svém životě vyhledává aktivity, které mu způsobují radost a přináší potěšení. Zpravidla vykonává takové činnosti, které odpovídají jeho hodnotové orientaci, jeho vlastnostem a schopnostem. Snowboarding se stal tak oblíbeným, jelikož není omezen věkem, pohlavím, společenským statutem atd. Lidé

ho zpravidla provozují pro zábavu a nikoliv proto, aby reprezentoval jejich postavení. Snowboarding je pro začátečníky v celku snadnou záležitostí. Alespoň trochu sportovně založený člověk zvládne sjet menší sjezdovku už za pár hodin výuky. Během několika dní zvládne i jízdu v prašanu. Toto vědomí rychlého pokroku vede k trvalému zájmu a motivuje k dalšímu tréninku. Snowboarding je soustavou mnoha pohybových dovedností, které nemají omezení. Jejich zvládnutí nám přináší pozitivní zážitky. Můžeme neustále posouvat hranice svých možností a přitom projevovat svou individualitu.

Pro snowboarding je typickou hodnotou, kterou lidé vyhledávají, především příslušnost ke skupině. Tím můžeme rozumět jak obecně celou skupinu snowboardistů, tak i konkrétní kamarádkou partu. Snowboardingová kultura je v dnešní době i módní záležitostí, a poskytuje mnoho prostoru pro projevení jedince. Ten je v rámci skupiny usměřován touhou po vyniknutí. Chce na sebe upoutat pozornost, být pro okolí zajímavý.

Při snowboardingu je pro člověka významnou hodnotou samotné psychologické napětí, které při jízdě vzniká. Potřeba zažít vzrušení, dobrodružství, nové situace, to vše jsou příčiny toho, proč je snowboarding tak oblíbeným sportem.

Pro snowboarding bychom tedy mohli určit dva typy motivace:

- motivy, které souvisí se sportem samotným,
- motivy, které leží mimo vlastní sport.

K nejvýznamnějším motivům souvisejícím se snowboardem patří:

- potřeba aktivní činnosti vůbec,
- potřeba výkonu, fyzické námahy,
- potřeba vidět výsledek, zlepšení,
- potřeba smyslu života a seberealizace.

K nejvýznamnějším motivům ležícím mimo snowboarding:

- potřeba sociálních kontaktů – vztahů s ostatními,
- potřeba sounáležitosti – patřit do určitého společenství, např. party, klubu.
- potřeba potvrzení vlastní důležitosti, touha po uznání – spojeno s prestiží ve skupině, v které se člověk pohybuje,
- potřeba hmotné odměny u profesionálních jezdců.

Až do poloviny 80. let nebyl snowboarding ve všech větších lyžařských střediscích povolen. Lyžaři měli strach z nového, neznámého a pro ně bláznivého sportu, který vnesl na sjezdovky chaos a porušoval všechna pravidla. Pokládali ho za módní výstřelek a srovnávali se skateboardingem. Lyžaři ho původně nazývali skiboarding, monoboarding, boardskiing, snowsurfing a určité byly i další výrazy, kterými označovaly snowboarding. Snowboarding vznikl jako určitý výraz osobnosti a dovedností jedince. Umožňuje nám zažívat zábavu, mít pocit svobody, přináší nám neomezené momenty vzrušení, kdy se nám zvyšuje hladina adrenalinu. Umožňuje nám maximální využití terénu a souznění, kontakt s přírodou. To jsou odlišnosti od běžného lyžování.

V poslední době nastal zvláštní jev, který souvisí s vývojem technologie výroby lyží. Krátká délka, zvednuté patky vpředu i vzadu, umožňují lyžařům větší svobodu, a proto se mnozí snowboardisté vracejí k freestylovému lyžování a využívají snowparky.

Podle Večerky (2003), je snowboarding pro každého jiný. Pro někoho sport, pro někoho zábava, životní styl, pro další třeba jen frajeřina, která každého stejně jednou přejde. Snowboarding není sportem, kde jde o branky, body či vteřiny, ale jde o využití všech vnitřních i vnějších možností. Snowboarding je zkrátka takový, jaký si ho každý z nás udělá. Vzhledem k tomu, že snowboarding prošel v posledních letech významným, nejen technickým, rozvojem, a že získává stále nové příznivce, začala i lyžařská střediska vytvářet (podle svých možností) zázemí pro snowboardisty. Snowboardingovou kulturu, nelze ignorovat.

3. SNOWBOARDING

3.1 Kam až vlastně sahají kořeny snowboardingu?

Z kreseb a textů nalezených ve Skandinávii, na Sibiři a ve střední Asii je doloženo, že již před tisíci lety se lyže používaly pro dopravu, lov a boj. V jednom rašeliništi ve Švédsku našli archeologové krátkou a širokou lyži, jejíž stáří bylo odhadnuto přibližně na 4500 let. Třeba šlo o první snowboard, ale to je spíš bláznivá fantazie než realita.

Jako první se na sněhu začali klouzat Američané.

Vše začalo v roce 1963, kdy jistý Tom Sims z New Jersey zkonstruoval "lyžařské prkno" pro vánoční výstavu výrobků žáků jedné osmé třídy. Tři roky nato přišel Sherman Poppen se svým "snurferem", což byly dvě lyže přišroubované k sobě. Pan Poppen si tímto vynálezem zřejmě vydělal hodně peněz, a tak si jej dal ve Spojených Státech patentovat.

Dalším z velkých jmen v historii snowboardingu je Jake Burton Carpenter, který roku 1969 dostal snurfer jako dárek k vánocům, čímž se zrodila jeho vášeň pro snowboarding. O osm let později Burton uskutečnil svůj sen a založil si ve Vermontu firmu, která začala vyrábět první sériové výrobky. Další důležitou postavou v pořadí byl Dimitrij Milovich, jeden z fanatických jezdců na vlnách z východního pobřeží, který přišel na přelomu let 1969 a 1970 s prknem odlitým z polyesteru. Jenže tento způsob konstrukce se hodně opíral o stavbu surfu, a na sněhu proto byl zcela nevyhovující. Milovichova firma v roce 1984 zkrachovala, na rozdíl od Burtona, který dodnes vyrábí snowboardy nejvyšší kvality.



Za "tátu snowboardingu" je však stále považován někdejší mistr světa ve skateboardingu, již zmíněný Tom Sims. Od roku 1969 žil na západním pobřeží USA a všechen svůj čas věnoval windsurfingu a jízdě na skateboardu. Spolu s Chuckem Barfootem začal stavět surfové prkno a později se angažovali podobným způsobem i ve skateboardingu. V polovině sedmdesátých let vyvinul Sims své první snowboardy, které se trochu podobaly Milovichovým prknům. Měly podobu ryby s patkou, která vypadala jako vlaštovčí ocásek. O dva roky později přešel Sims na laminátovou konstrukci s dřevěným jádrem. Roku 1981 se v Colorado konaly první snowboardové závody. Sims vyhrál slalom se svým vylepšeným prknem, které již mělo ocelové hrany zapuštěné do laminátu. Tento obrovský skok v technickém vývoji snowboardingu nebyl dodnes překonán. A co Evropa?

S vlnou skateboardingu, která se přelila na "starý kontinent", začal vzrůstat i zájem o klouzání na sněhu. Nejznámějším evropským průkopníkem je bývalý švýcarský mistr ve skateboardingu José Fernandez. Byl prvním Evropanem, který

kdy soutěžil ve slalomové disciplíně s mistry ze zámoří. V Evropě se stal vítězem prvních oficiálních závodů, když použil lyžařské vázání, a tím vnesl do snowboardingu zcela nový prvek. Fernandez způsobil, že se v Evropě dostal do popředí zájmu slalom, zatímco Američané více vyznávali freestyle. Velkým úspěchem pro evropský snowboarding bylo uspořádání prvního mistrovství světa roku 1987 v alpských městech Livign a St. Moritz. Tehdy se však konaly jen rychlostní závody.

3.2 Snowboardinové závody

Závodní snowboarding se dělí na dvě oddělené části. Příčinou je činnost dvou mezinárodních zastřešujících organizací, které jsou na sobě nezávislé. V roce 1991 vznikla mezinárodní snowboardová federace (ISF). Na druhém místě je tady mezinárodní lyžařská federace (FIS), která vznikla roku 1924, ale v oblasti snowboardingu vyvíjí činnost až od roku 1992. Na olympiádu se soutěžící dostanou pouze díky bodům získaných v závodech FIS. Obě organizace spolu nikdy nepořádaly závody a dalo by se říci, že "se nemají moc v lásce". Každá země má svou národní asociaci či svaz jak v rámci ISF, tak v rámci FIS. Tak je tomu i u nás. Partnerem FIS je úsek snowboardingu Svaz lyžařů ČR (ÚS SLČR) a v případě ISF je to Asociace českého snowboardingu (AČS).

Závodní disciplíny se rozdělují na freestylové, freerideové a alpské. Dále je kategorie boardercross, jehož se účastní freestylisté i slalomáři zároveň.

3.2.1 Freestyle

Zahrnuje v sobě hlavně jízdu v neupravených terénech, nejrůznější skoky, otočky, salta a jiné triky, jízdu ve snow parcích a také halfpipe (U - rampa) a překážky všeho druhu. U tohoto stylu je snaha o maximální volnost pohybu při zachování dobré ovladatelnosti snowboardu.

Proto se používají "měkké boty", freestylová vázání s nízkými opěrkami a snowboardy s nose (jakési ohyby na koncích prkna) vpředu i vzadu.

Mezi freestylové závodní disciplíny patří např.:

Halfpipe (U - rampa) - jezdec se v průběhu jízdy snaží udělat co nejvíce co nejobtížnějších triků.

Airstyle - jeden velký skok, na kterém se snaží závodník udělat co nejobtížnější trik či kombinaci několika triků najednou.

Slopestyle - Jízda s kopce s několika menšími skoky a hrboly, opět snaha o provedení co nejobtížnějších triků, zde se však hodnotí i styl jízdy.

V těchto disciplínách se nehodnotí rychlost jízdy, ale kvalita a obtížnost skoků. Tento styl je vyznáván především mezi mladými přívrženci snowboardingu.

A) Volná jízda

Slopestyle - jízda z kopce s několika menšími skoky a hrboly, zpravidla se jedná o např. 2 skoky, zábradlí a ¼ pipe. Závodník se snaží o provedení co nejobtížnějších triků. Hodnotí se obtížnost triků, provedení, výška a doskok. V těchto disciplínách se nehodnotí rychlost jízdy, nýbrž kvalita skoků a triků.

Airstyle- Jeden velký skok na kterém se snaží závodník udělat co nejobtížnější trik či kombinaci několika najednou.



B) Halfpipe

U - rampa (neboli halfpipe) je olympijskou disciplínou a je považována za královskou disciplínu snowboardingu. U - rampa je překážkou, která má tvar písmene „U“. Může být buď vyrobena ze sněhu, nebo vyhloubena přímo do země a sníh se na ní pouze upraví. Staví se na mírných svazích ve směru spádnice a dlouhé bývají 100 - 200 metrů. Šířka je různá. Dno je ploché a postupně se zvedá k oběma stěnám, jejichž horní část je svislá. Výška stěn rampy, tzv. radius běžně dosahuje kolem tří metrů, často se však staví i větší, až pětimetrové „super-pipy“.

Závodník provádí v jedné jízdě libovolný počet skoků. Hodnotí se obtížnost triků, výška, ve které je trik prováděn, způsob provedení prvků, celkový dojem, zvládnutí doskoků, plynulost jízdy a ostatní pohyb v rampě



3.2.2 Freeride

Extrémní snowboarding - v této disciplíně zdolávají závodníci extrémní přírodní terén. Mistrovství světa se zpravidla konají na Aljašce. Rozhodčí sledují závodníky pomocí dalekohledu. Soutěž trvá tři dny, každý den je na programu jeden styl - balistický, extrémní a soul. Závod je také spíše exhibice.



3.2.3 Alpin - slalomy

Paralelní slalom - je divácky atraktivní disciplínou. Dva závodníci vyrazí zároveň na trať, jež je rozdělena na dva stejně dlouhé úseky a diváci mohou pozorovat oba závodníky současně. Slalomová tyč je kloubová (je závodníkovi přibližně po kolena) a bývá označena ještě trojúhelníkovým praporkem s delší tyčí. V soutěžích závisí pouze na času, který se sčítá.

Obří slalom - je také atraktivní disciplínou. Někdy se soutěží i paralelně. Je to pro diváky zábavnější. Branky od sebe při paralelním obřím slalomu nejsou tak daleko jako, když závodí jednotlivec. Dosahuje se zde vyšší rychlosti než u klasického paralelního slalomu.

Superobří slalom - v této disciplíně se nezávodí moc často. Závodníci dosahují rychlosti až 100 km/h. Možná, že jeho nebezpečnost odráží organizátory. Branky jsou od sebe ještě dál, než je tomu při obřím slalomu. Ani trénink této disciplíny není ve všech střediscích možný.



3.2.4 Boardercross (Snowboardcross)

Je to nejmladší závodní disciplína, v podstatě je to spojení slalomu s freestylem. Této disciplíny se účastní jak závodníci na freerideovém, tak i na slalomovém prkně. Oboje má své výhody i nevýhody. Je diskutabilní, jestli je boardercross bezpečný, ale vzhledem k tomu, že jedou 4 závodníci v jedné trati, je sportem kontaktním a často dochází ke kontaktu a k pádům. Trať je vyznačená slalomovými tyčemi s krátkou vnitřní tyčí stejně jako u slalomových disciplín. Ještě je tady vnější tyč a praporek. Branky jsou různě vzdálené, obvykle asi tak jako u obřího slalomu. Trať ale vede přes různé terénní nerovnosti, skoky, tunely, překážky a různé zatačky. Soutěží se vyřazovacím způsobem K. O. Vítězem se stává ten, kdo dojede jakýmkoliv způsobem první do cíle.



3.3 Základní snowboardingová terminologie

Half pipe: U - rampa je klasickou snowboardovou překážkou, která má tvar písmene „U“.

Quarter pipe: tzv. quarter má tvar jedné strany U - rampy. Většinou se staví kolmo ke svahu a najíždí se na něj i dopadá kolmo. Výška stěny quarter pipu pak neznárodně dosahuje i deseti metrů, což umožňuje výskoky do zhruba stejné

výše nad hranu stěny. Tato překážka je však na stavbu i úpravu obrovsky náročná, proto není tak často k vidění.

Jibbing: nejmodernější forma snowboardingu, při níž se jezdí po nejružnějších zábradlích, neboli railech. Zimní obdoba skateboardingu.

Kicker: skok, jump, neboli big air je překážka, ze které se skáče rovně přes různě dlouhou rovinku (table) do strmého dopadu.

Corner: jinak také hip, je v podstatě kombinací rovného skoku a U - rampy. Na skok se najíždí rovně a dopadá se do stran do radiusu.

Switch: jízda po druhé straně, než po té, na kterou jsme zvyklí. Pokud člověk jezdí na regular, na switch pojedou dopředu pravou nohou.

Backside: obecné označení pro zadní hranu snowboardu (u pat) a pro vše, co se na tuto stranu odehrává (zatačky, triky, rotace atd.).

Frontside: obecné označení pro přední hranu snowboardu (u špiček) a pro vše, co se na tuto stranu odehrává (zatačky, triky, rotace, atd.).

Ollie: odraz z patky snowboardu, základní trik.

Air: skok (jednotlivé skoky - triky mají svá jména, např. pochycení patky snowboardu "zadní" rukou se nazývá tail grab, nose grab - chycení "přední" rukou špičky snowboardu).

Handrail: zábradlí a ostatní železné překážky, které se ještě dále specificky nazývají.

Boardslide: jeden z triků na zábradlí. Může být buď frontside nebo backside.

Grind: další trik na zábradlí. Snowboard se neotáčí o 90° jako při boardslide, ale je ve směru jízdy a zábradlí se "normálně" přejeđe.

Drop - drop in: skok či vjezd po radiusu do U - rampy; také skok např. ze skály či převisu.

4. EMPIRICKÁ ČÁST

Cíl práce:

Přispět k hlubšímu poznání motivace snowboardistů.

Úkoly:

Zmapovat, jací lidé jezdí na snowboardu, jaké je složení příznivců tohoto sportu. Zjistit, co pro jednotlivce snowboarding znamená a co jej na něm přitahuje. Porovnat preference jednotlivých disciplín snowboardingu. Zjistit oblíbenost českých i světových středisek a lokalit.

Hypotézy:

Domnívám se, že existuje závislost mezi sociálním postavením jednice a jeho příjmy, a intenzitou vztahu ke snowboardingu. Z této úvahy vychází hypotéza H1.

H1: Lidé, kteří mají vyšší příjmy, tráví více dní na snowboardu, jezdí častěji do zahraničních středisek a utratí více peněz za permanentky na vleky a lanovky.

Dále si myslím, že existuje závislost mezi tím, jak dlouho jezdí lidé na snowboardu a úrovní jejich jízdy (preferovaným terénem). Touto myšlenkou se bude zabývat hypotéza H2.

H2: Čím déle jezdí člověk na snowboardu, tím lepší úrovně jízdy dosahuje a upřednostňuje spíše jízdu ve snow parcích a freeride před jízdou na sjezdovkách.

4.1 Metody práce

Při sběru dat jsem zvolila metodu terénního šetření pomocí nestandardizovaného dotazníku. Dotazník obsahuje celkem 24 otázek. Z toho šest otázek se týká osobních údajů respondentů, jako je místo jejich bydliště, pohlaví, věk, jejich vzdělání, ekonomická aktivita a výše jejich příjmů.

Hlavními, třinácti uzavřenými a pěti otevřenými otázkami jsem se snažila popsat výzkumný problém, zjistit odpovědi na položené otázky a celkově zmapovat motivaci snowboardingové populace.

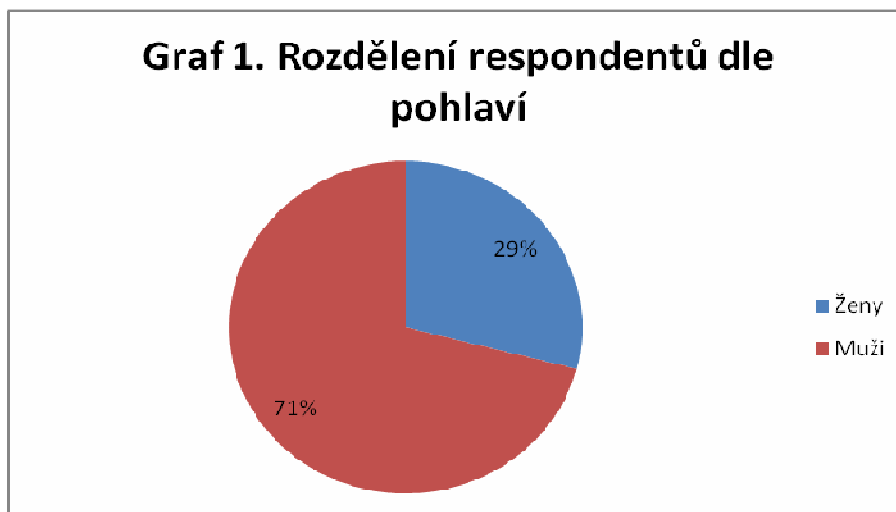
Do výzkumu jsem zařadila otázky, které zjišťují, jak dlouho se jedinec snowboardingu věnuje, jaké úrovně jízdy dosahuje, a zda – li upřednostňuje jízdu na sjezdovkách, ve snow parcích či freeride. Dále mne zajímalo, jestli stále existuje fenomén, že snowboardisté se neradi sdružují pod různé organizace. Tudíž jsem zařadila i otázku týkající se angažovanosti jednice v nějaké snowboardingové asociaci. Další otázka byla zaměřena na materiální vybavenost snowboardistů – zda mají vybavení svoje, anebo si ho půjčují. Některé otázky souvisí s oblíbeností a frekvencí návštěv různých zimních středisek. Dále jsem se snažila zjistit, zda lidé jezdí za snowboardem do zahraničí, a jak často. Sociálně zaměřené otázky zjišťují, zda má jedinec stálé partnery na snowboarding a kdo jej k němu přivedl. Angažovanost snowboardisty je postihována otázkami kolik dní strávil za poslední rok na snowboardu, a jak daleko dojíždí do zimního střediska. Dvěmi škálovými tabulkami jsem se snažila zjistit, co je na snowboardingu pro jeho příznivce tak přitažlivé a co pro ně znamená.

Data jsem získávala v období března až července 2009. Jedna část dotazníků byla vyplněna v zimní sezoně návštěvníky lyžařského střediska Harrachov v Krkonoších. Druhá skupina respondentů byli zákazníci a zaměstnanci vybraných, nejen pražských board shopů. Další vzorky jsem získávala pomocí aktivního oslovení snowboardových serverů, magazínů a asociací. Touto formou jsem získala data jak od veřejné populace snowboardistů, tak i od profesionálních jezdců z celé České republiky.

4.2 Charakteristika souboru respondentů

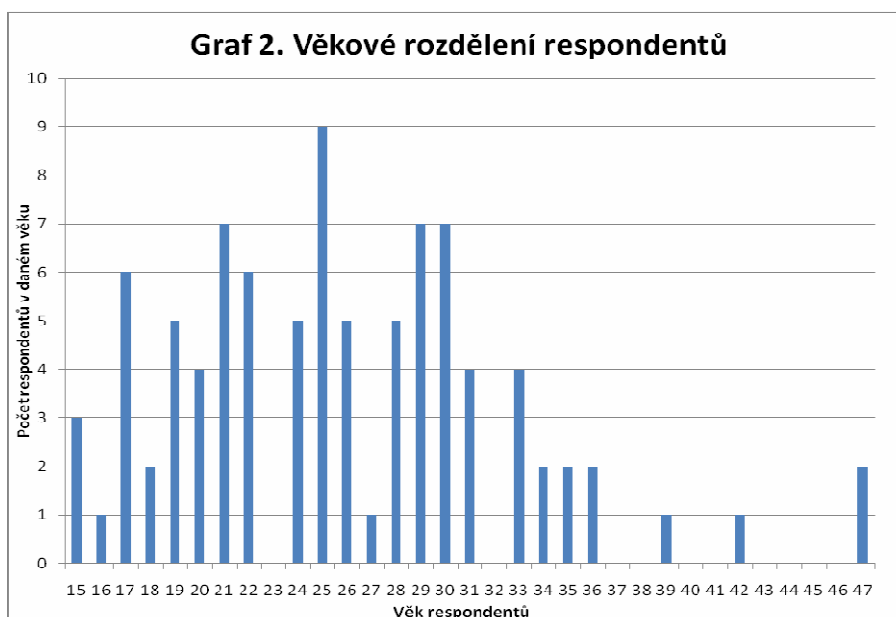
Do výzkumu se aktivně zapojilo 91 respondentů záměrně vybrané cílové skupiny snowboardistů. Tuto skupinu tvořilo celkem 65 mužů a 26 žen ve věku od 15 do 47 let.

Graf 1. Rozdělení respondentů dle pohlaví



Jak je vidět na grafu 1, 71% našich respondentů tvoří muži a zbylých 29% ženy.

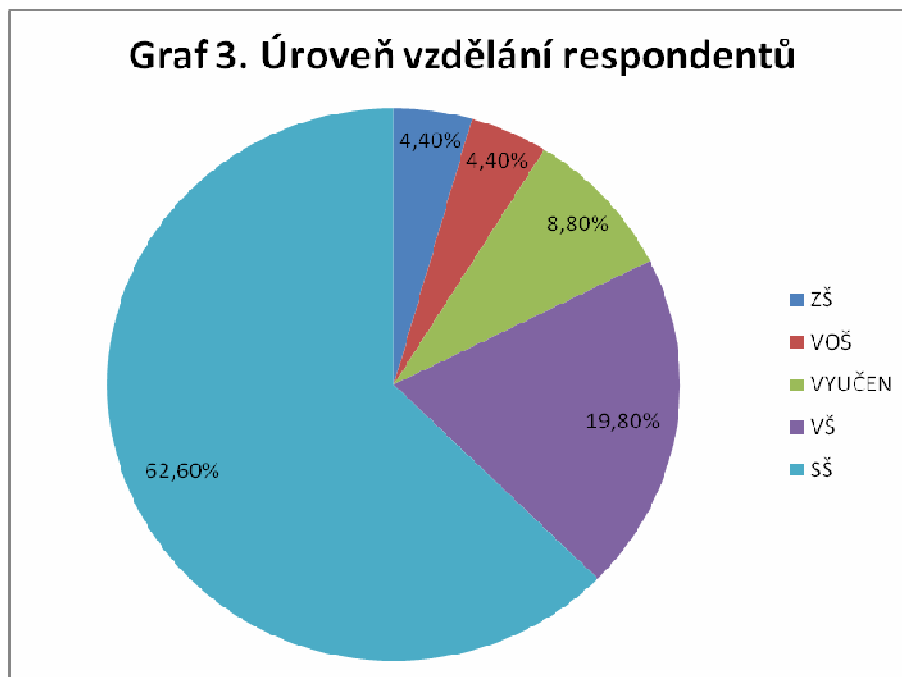
Graf 2. Věkové rozdělení respondentů



Graf 2 ukazuje věkové rozdělení našich respondentů, které se pohybuje od 15 do 47 let. Jejich věkový průměr je 25,81. Nejvíce respondentů bylo ve věku

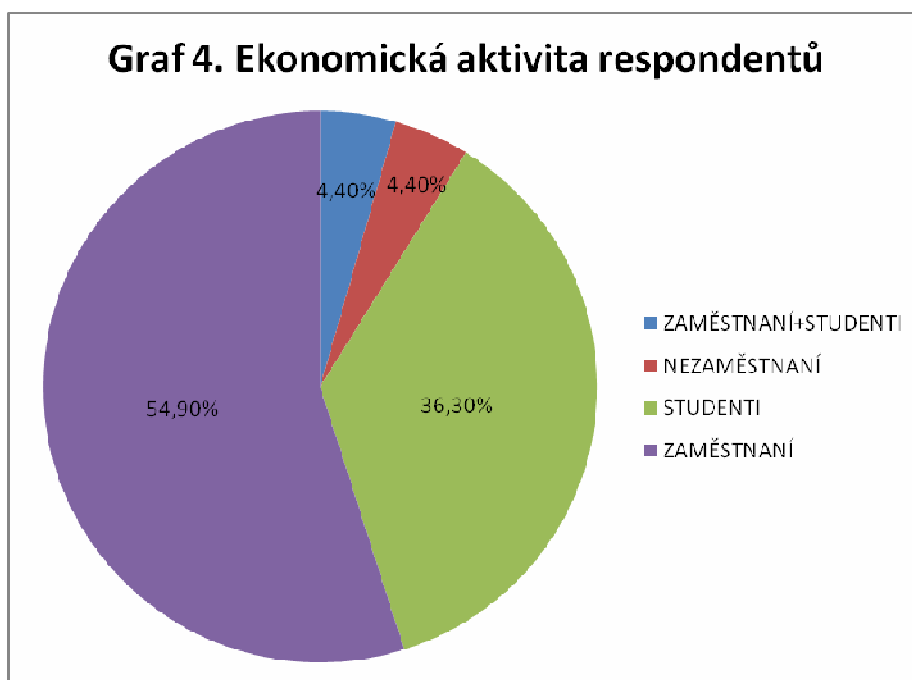
25 let, 21, 29 a 30 let. Naším výzkumem se potvrdilo, že snowboarding není jen sport pro mladé, ale že má své příznivce i v řadách starších jedinců.

Graf 3. Vzdělání respondentů



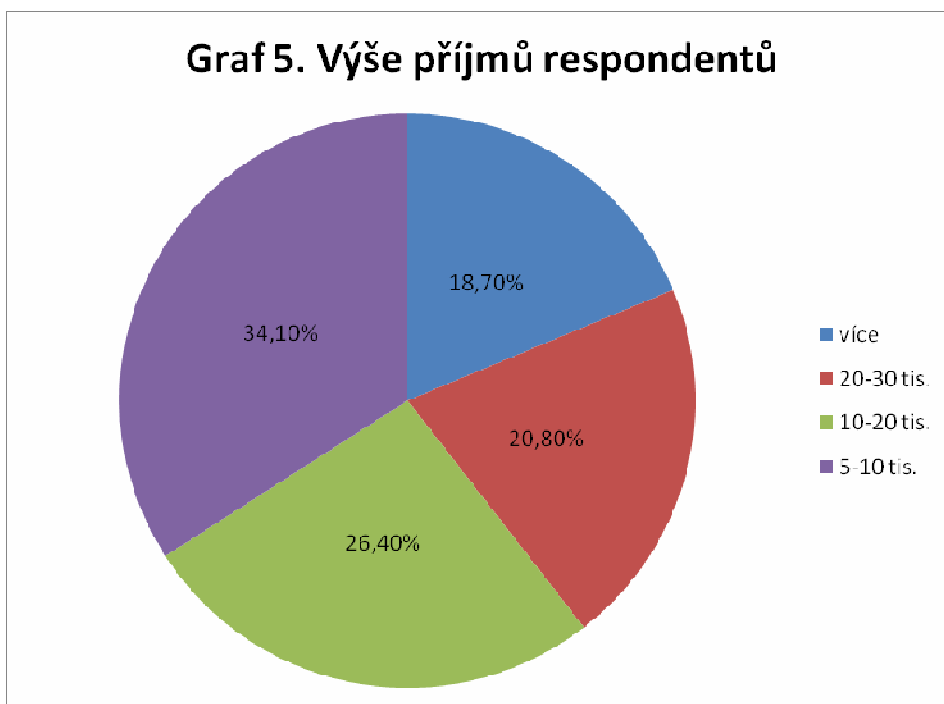
Většinu (62,6%) našeho výzkumného vzorku tvoří respondenti s ukončeným středoškolským vzděláním. Druhou nejpočetnější skupinou byli vysokoškoláci (19,8%). 4,4% dotazovaných vystudovalo vyšší odbornou školu. Stejný počet respondentů (4,4%) má ukončené pouze základní vzdělání a 8,8% jsou vyučeni. Více než 86% dotazovaných snowboardistů má minimálně středoškolské vzdělání zakončené maturitní zkouškou. V tomto souboru jsou zahrnuti i současní studenti vysokých i středních škol.

Graf 4. Ekonomická aktivita



Nadpoloviční většinu (54,9%) tvoří zaměstnaní respondenti. 36,3% jsou stávající studenti. 4,4% dotazovaných uvedli, že jsou studenti a zároveň i pracují. Poslední 4,4% snowboardistů jsou bez práce, v současné době nezaměstnaní.

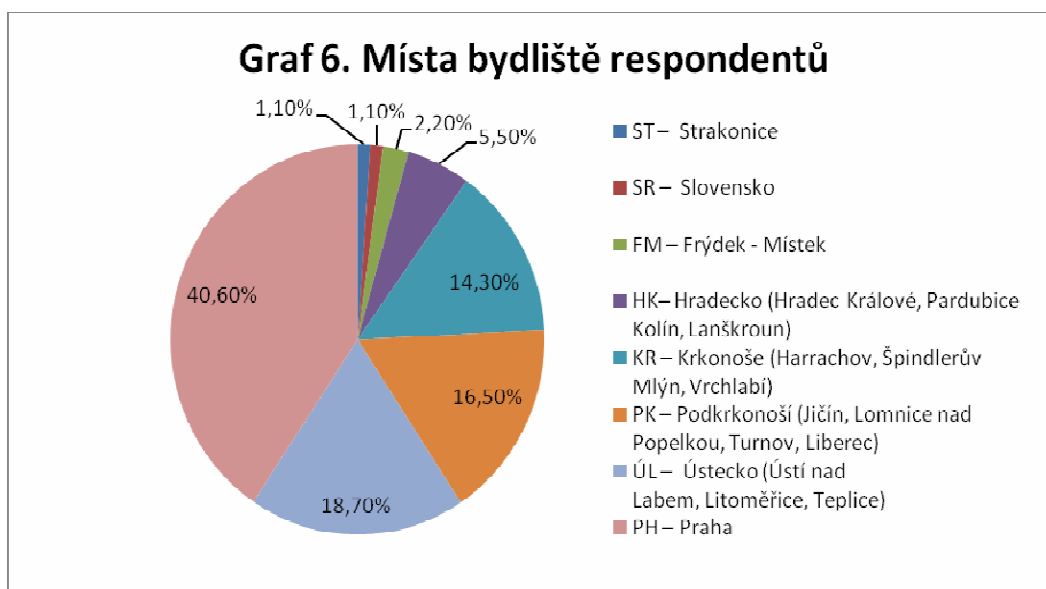
Graf 5. Výše příjmů



Největší procento dotazovaných (34,1%) spadá překvapivě do kategorie s nejnižšími finančními příjmy za měsíc. Jejich měsíční příjem se pohybuje mezi

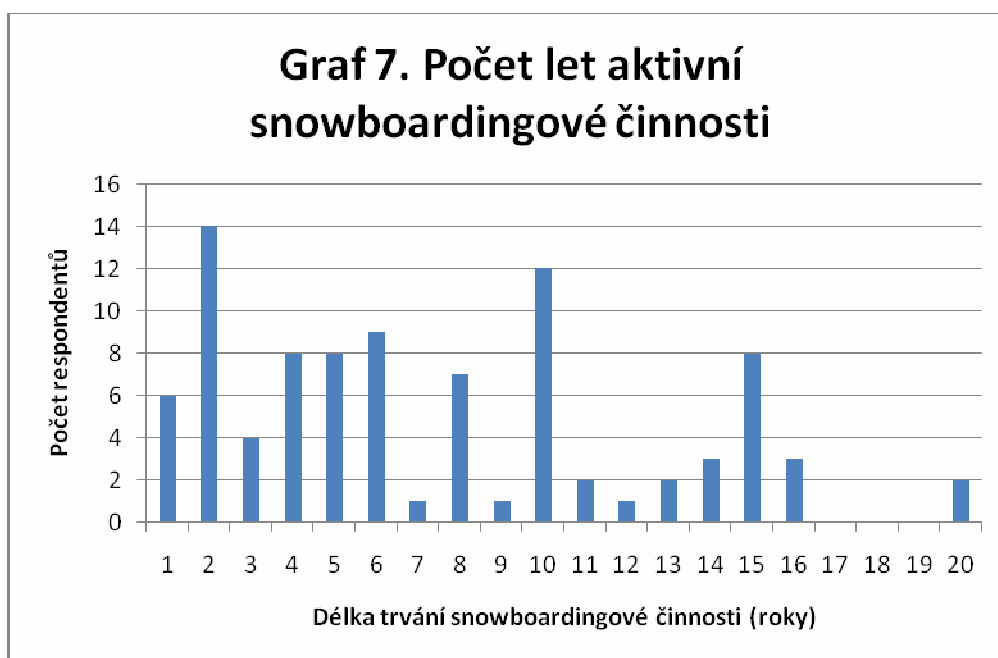
5 – 10 000 Kč. Většina respondentů s nízkými příjmy jsou studenti. Měsíční příjem mezi 10 000 Kč a 20 000 Kč má 26,4% snowboardistů. 20 000 Kč až 30 000 Kč měsíčně je příjem 20,8% respondentů. 18,7% dotázaných má měsíční příjmy vyšší, než 30 000 Kč.

Graf 6. Místa bydliště respondentů



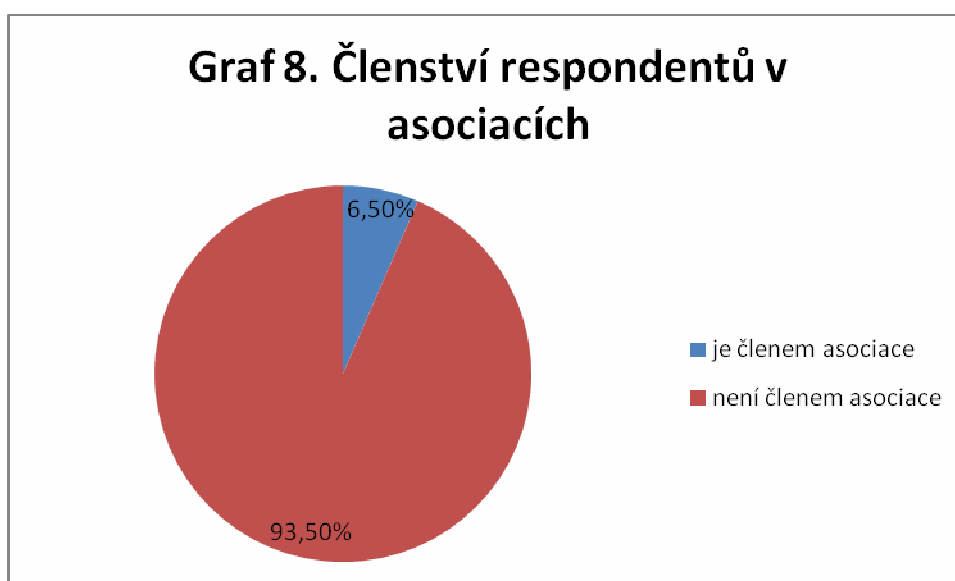
Výzkumu se účastnil vzorek snowboardistů z celé České republiky. Dva respondenti jsou původem ze Slovenska, z nichž jeden žije stabilně v ČR. Pro lepší orientaci a zpřehlednění jsem jednotlivé lokality rozdělila do osmi oblastí. Většina respondentů (40,6%) bydlí v Praze. Další významně zastoupenou oblastí je oblast Krkonoš a Podkrkonoší, odkud je celkem 30,8% dotazovaných. Dále můžeme pozorovat zastoupení snowboardistů z oblasti Ústecka (18,7%), Královéhradecka (5,5%), z Frýdku Místku (2,2%), Strakonice (1,1%) a ze Slovenska (1,1%).

Graf 7. Rozdělení respondentů dle toho, kolik let se snowboardingu věnují



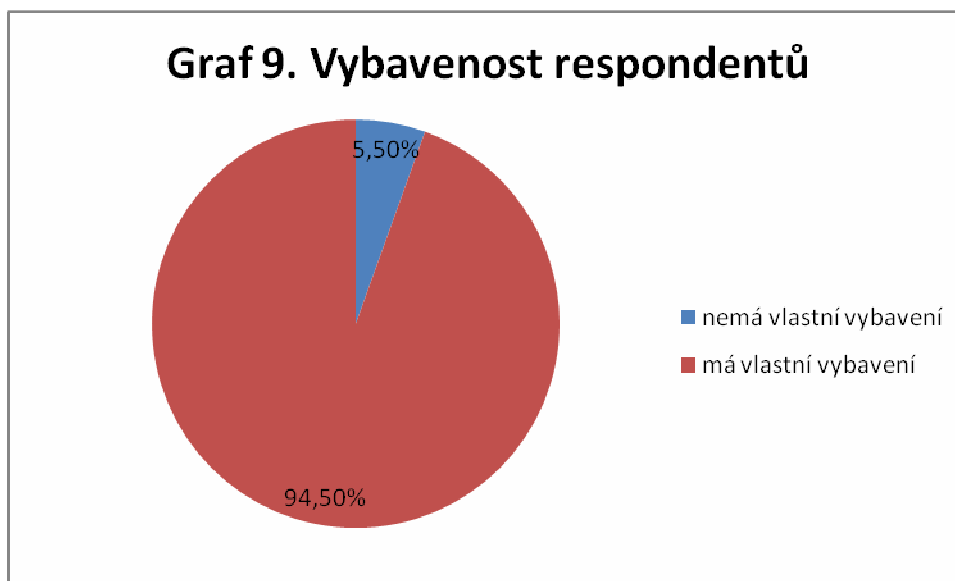
Výzkumu se zúčastnili jedinci, kteří se věnují snowboardingu jeden rok, ale i „skalní“ příznivci tohoto sportu, kteří ho provozují i 20 let. Průměrná doba snowboardingové činnosti je 7,4 let. Nejvíce respondentů provozuje snowboarding v délce 2 – 6 let. Zvýšený počet respondentů, jak můžeme vidět v grafu 9, se věnuje snowboardingu 10 let, a významné je i zvýšení okolo 15 let délky trvání snowboardingové činnosti.

Graf 8. Členství v asociacích



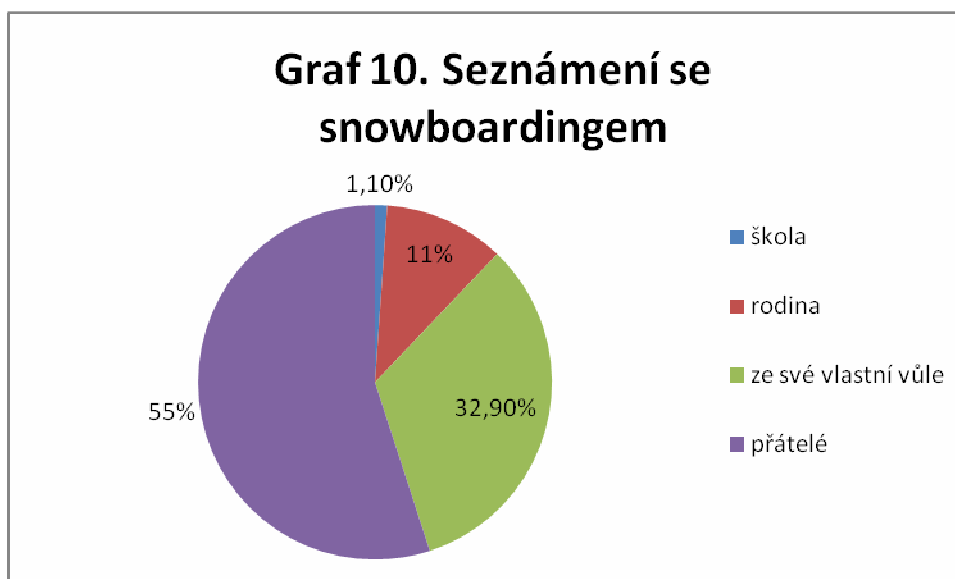
Výzkumu se účastnilo pouze 6 respondentů, kteří jsou členy nějaké snowboardingové asociace. Protože snowboarding je svobodný sport, většina jeho příznivců nemá potřebu se registrovat v příslušném svazu. Členy asociací bývají až profesionální jezdci, kteří musí být registrováni, pokud chtějí soutěžit na oficiálních závodech.

Graf 9. Materiální vybavenost



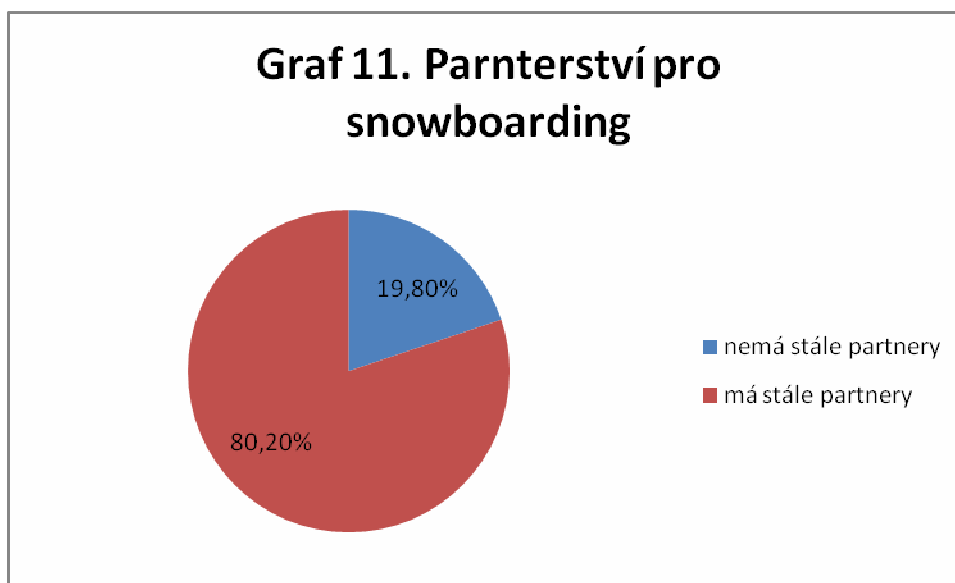
Z grafu 9. můžeme vyčíst velmi dobrou materiální vybavenost dotazovaných snowboardistů. Pouze 5 z 91 si vybavení půjčuje, tedy 94,5% respondentů má vybavení vlastní.

Graf 10. Díky komu (čemu) se respondenti seznámili se snowboardem



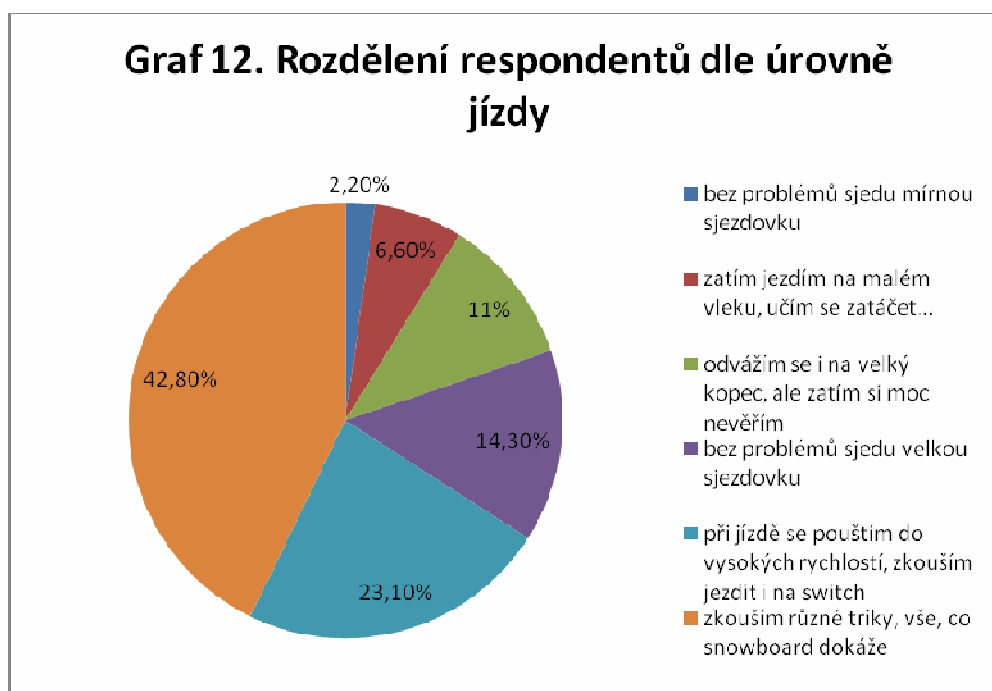
Cesta ke snowboardingu začala pro více než polovinu respondentů díky kontaktu s kamarády. Přátelé přivedli ke snowboardingu 55% dotázaných. 32,9% snowboardistů začalo jezdit ze své vlastní vůle. Snowboarding byl jejich osobním rozhodnutím. Rodinné zázemí a vztahy vychovali celkem 11% respondentů. 1,1%, tedy pouze jeden účastník se se snowboardem seznámil prostřednictvím školy. Bohužel, lyžařské kurzy ve školách jsou stále tradičnější než snowboardin-gové, a zpravidla na mnohých školách ani neexistuje kvalifikovaný personál k didaktice snowboardingu. Při vyhodnocování dotazníků jsem se setkala i s názorem, že media jsou velkým propagátorem tohoto sportu a mnoho mladých lidí, pro které jsou media zdrojem vzorů a ideálů, se může na základě reklamy rozhodnout nakoupit vybavení a věnovat se snowboardingu. Poté je nutné rozeznat, zda není jejich vztah ke snowboardingu pouze povrchní.

Graf 11. Partnerství pro snowboarding



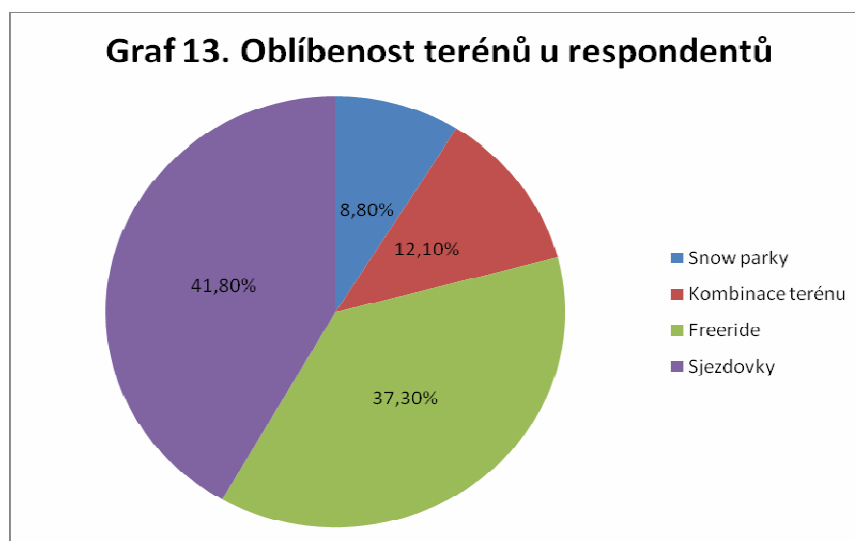
Převážná většina dotazovaných, celkem 80,2%, má stálé partnery, se kterými jezdí na snowboard. 19,8% jedinců uvádí, že nemají stálé přátele či partu, se kterými by jezdili do hor. 7,7% lidí nespécifikovalo, s kým jezdí, ale nejvíce (38,4%) uvedlo, že pravidelně jezdí s partou přátel. S přítelkyní/em (partnerem) jezdí, stejně tak jako se stálým kamarádem/kou jezdí 7,7% respondentů. Zároveň s přítelkyní/em a s kamarádem/kou jezdí 6,6% odpovídajících, a stejné procento dosáhli i ti, kteří uvedli kombinaci přítel/kyně a parta. Všechny možnosti uvedené v dotazníku, tedy přitele/kyni, kamaráda/ku a partu, zvolilo 5,5% respondentů. Graf 11 ukazuje, jak společenský kontakt při snowboardingu významný.

Graf 12. Rozdělení respondentů dle úrovně jízdy, jaké dosahují



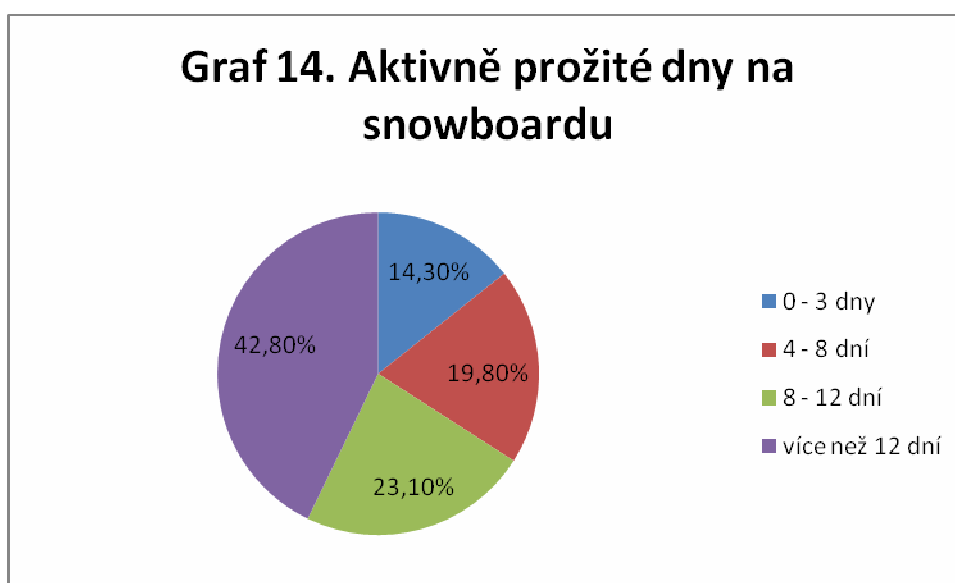
Jak jsem již zmínila, výzkumu se účastnili snowboardisté všech úrovní vyspělosti jízdy. 6,6% byli začátečníci, kteří se teprve učí zatáčet a jezdit na vleku. 2,2% již bez problémů sjezdu mírnou sjezdovku. 11% se odváží i na větší kopec, ale zatím si svou jízdou nejsou moc jisti, nevěří si. 14,3% sjezdu velkou sjezdovku. 23,1% snowboardistů se při jízdě pouští do vysokých rychlostí a pomalu zkouší jezdit na switch. Největší procento jezdců (42,8%) dosahuje té nejvyšší úrovně obtížnosti jízdy. Zkouší různé triky a vše, co snowboard dokáže. Z tohoto grafu tedy můžeme vyčíst, že úroveň vyspělosti jízdy snowboardistů je v ČR poměrně vysoká.

Graf 13. Rozdělení respondentů dle terénu, který upřednostňují



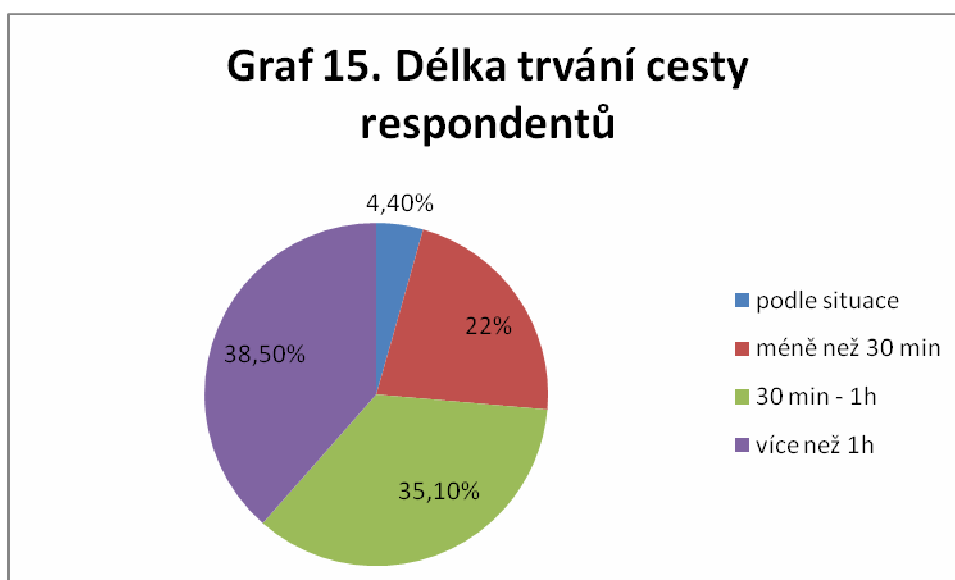
Do výzkumu byli zařazeni snowboardisté různých kategorií. Výběr preferovaného terénu zpravidla odráží jejich úroveň jízdy. Necelá polovina snowboardistů (41,8%) si pro svou jízdu vybírá výhradně upravené sjezdové tratě. 37,3% snowboardistů preferuje jízdu mimo sjezdovky, tedy freeride. Jízda ve snow parcích je primární pro 8,8% dotazovaných. Někteří respondenti uvedli zároveň více oblíbených terénů. Existuje 6,6% snowboardistů, kteří mají v oblíbě jak freeride, tak i snow parky, 3,3% kteří mají v oblíbě sjezdovky a freeride. 1,1% respondentů uvedlo kombinaci sjezdovky a snow parku. Stejný počet (1,1%) nemá preferovaný terén a vyznává jak freeride, tak snow parky i jízdu po sjezdovkách.

Graf 14. Aktivně prožité dny na snowboardu



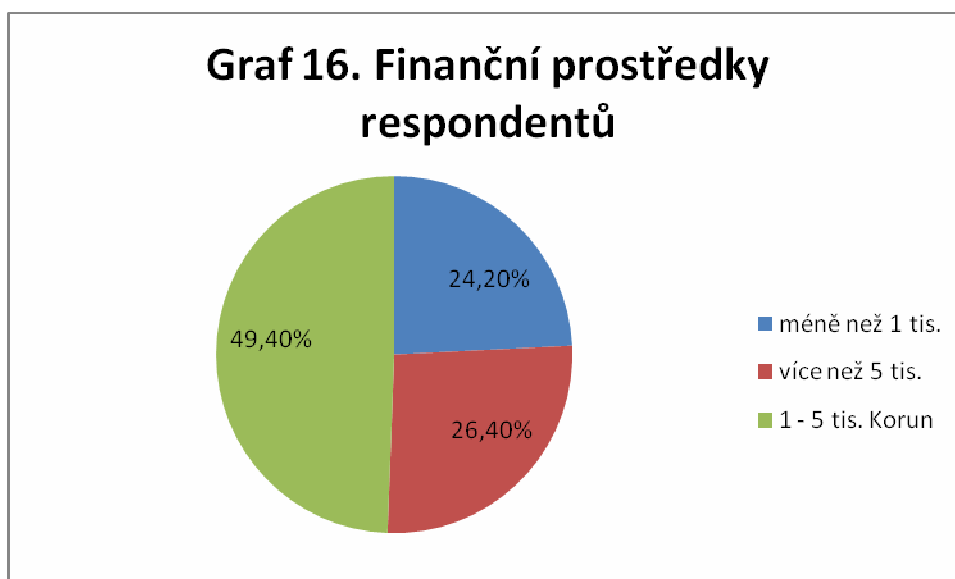
Účastníci výzkumu uváděli v jedné z otázek počet dní, které strávili za poslední rok na snowboardu. Pouze 14,3% z nich uvedlo, že byli na snowboardu 0-3 dny. 19,8% uvedlo, že se snowboardingu věnovali 4-8 dní. 8-12 dní v sezoně strávilo jízdou ve sněhu 23,1% respondentů a nejvíce, 42,8 % respondentů, stráví na snowboardu více než 12 dní v roce. 12,1% z nich se věnovalo této činnosti 15-20 dní a 7,7% 25-30 dní. 3,3 % respondentů dokonce uvedlo, že stráví snowboardin- gem 40-60 dní v roce, jeden dokonce 80 dní. Nejvíce uvedl jeden respondent, kte- rý se snowboardingu věnoval 190 dní v roce. Odpověď tohoto jedince nebyla kvů- li možnému zkreslení započítávána při vyhodnocení této otázky.

Graf 15. Délka trvání cesty do zimního střediska



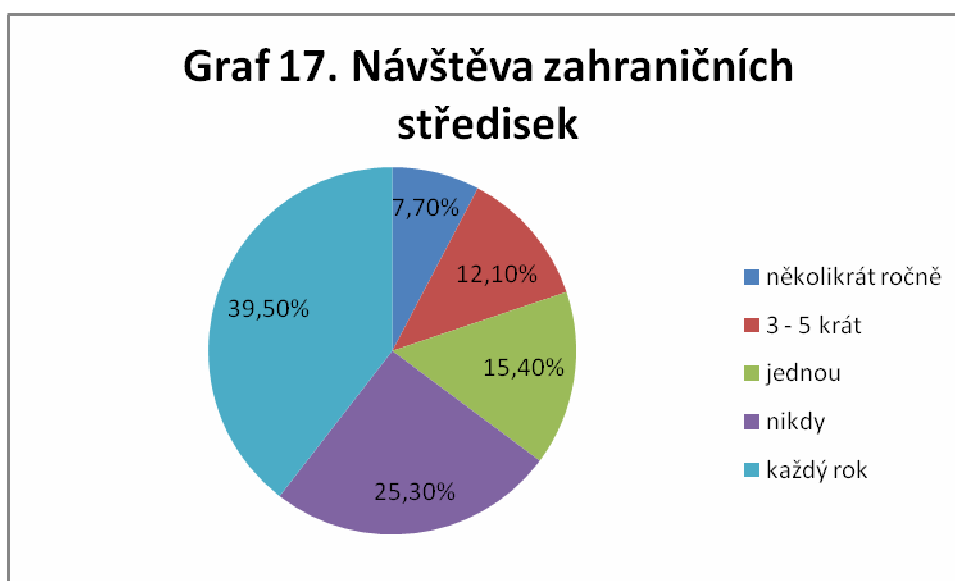
Graf 15 nám ukazuje, že nejvíce jedinců (38,5%), kteří se zúčastnili vý- zkumu, dojíždí do zimního střediska déle než jednu hodinu. Většina z nich je z Prahy. Z toho 15,4% specifikovalo svou odpověď na délku dojíždění v trvání dvou hodin. 4,4% dojíždí 1,5 hodiny a stejný počet respondentů 3 hodiny. 1,1% odpovídajících uvedlo 4 hodiny, stejný počet 8 hodin a nejdéle dojíždějícímu je- dinci trvá cesta 24 hodin. Celkem 35,1% respondentů dojíždí 30 minut až 1 hodi- nu. Většina, takto definujících odpověď, bydlí v oblasti Podkrkonoší, a nebo v Ústí nad Labem. 22% dotázaných uvedlo, že jim cesta trvá zpravidla méně, než 30 minut. Tito pochází přímo z horské oblasti Krkonoš. 4,4, % respondentů uvedli všechny možné odpovědi zároveň. Dojíždí proto podle situace a zvolené destina- ce.

Graf 16. Finanční prostředky vynaložené za vleky a lanovky



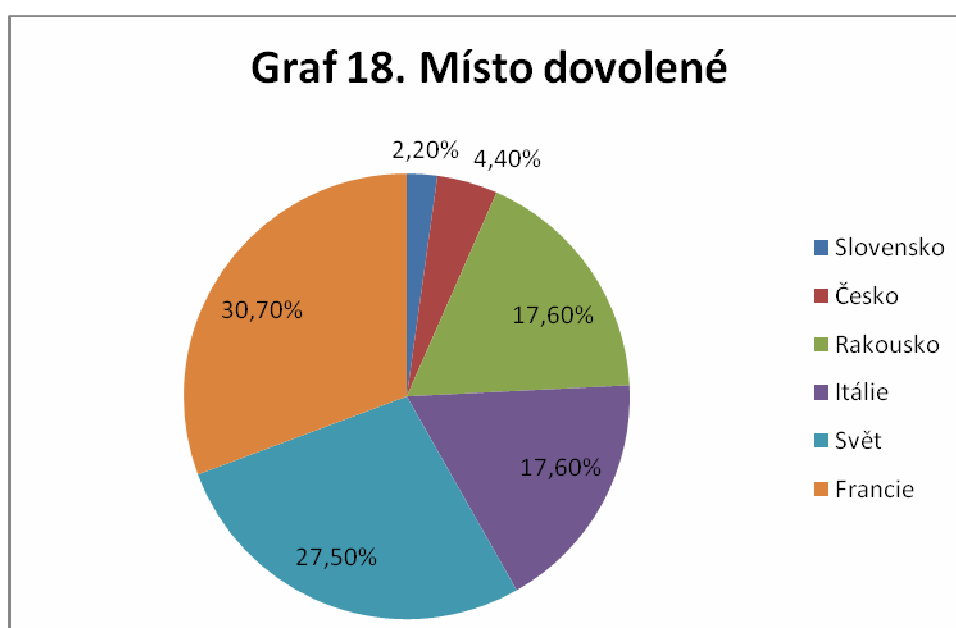
Téměř polovina respondentů (49,4%) utratí ročně za vleky a lanovky mezi 1-5 tisíci korun. 26,4% snowboardistů zaplatí za vleky více než pět tisíc korun. Z toho 8,8% zaplatí do 10 tisíc, a pouze 1,1%, tedy jeden účastník výzkumu zaplatí patnáct tisíc korun ročně. Zajímavé je, že celkem vysoký počet respondentů (24,2%) má náklady na roční snowboardování nižší než tisíc korun. Jeden respondent výzkumu odpověděl, že ročně za vleky utratí 190 tisíc korun. Kvůli možnému zkreslení výsledků nebyla tato odpověď zařazena do vyhodnocení této otázky.

Graf 17 Návštěva zahraničních středisek



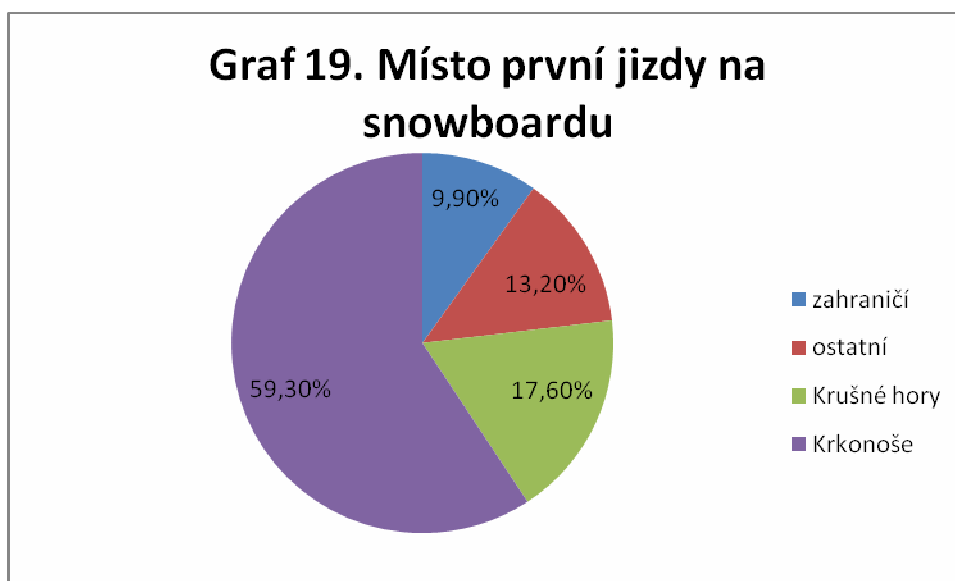
Nejvíce respondentů výzkumu (39,5%) uvedlo, že jezdí do zahraničních středisek za snowboardingem téměř pravidelně každý rok. Bohužel i velká skupina, 25,3% respondentů, ještě neměla to štěstí, a v zahraničí nebyla. 15,4% dotazovaných byla na zahraničním snowboardingovém zájezdu pouze jednou. Do hor za hranice se 3-5 krát podívalo 12,1% účastníků výzkumu. 7,7% jedinců uvedlo, že do středisek v zahraničí jezdí několikrát ročně. Významné tedy je, že celkem 47,2% respondentů navštěvuje střediska za hranicemi každý rok, což je patrné z grafu 15.

Graf 18. Jaké místo by respondenti zvolili pro 14 denní dovolenou



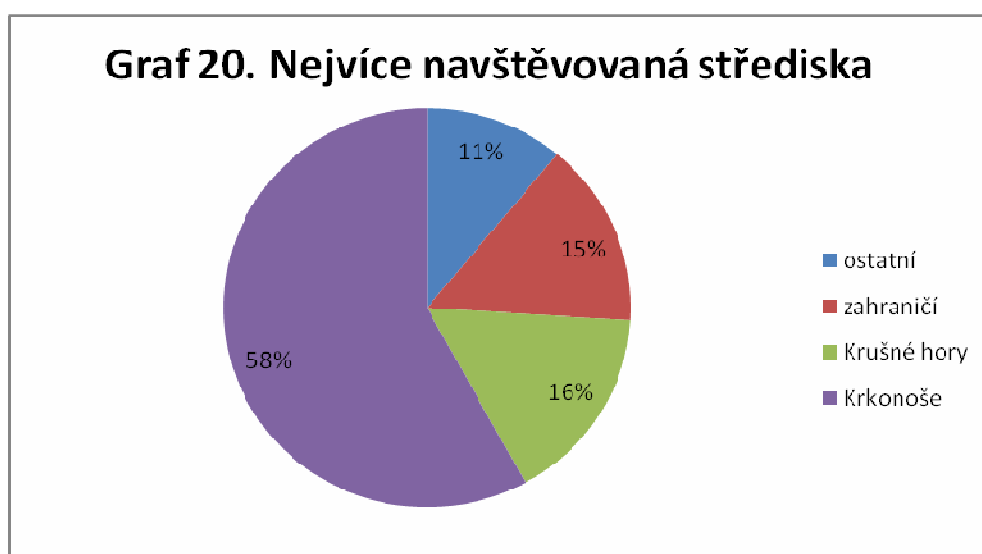
Z celkového počtu 91 respondentů by celkem 28 z nich nejraději jelo na 14 dní na snowboard do Francie, přičemž někteří z nich specifikovali středisko Les 2 Alpes. 25 respondentů by nejraději navštívilo zimní střediska ve světě, zejména na Aljašce, v USA, na Novém Zélandu či v Japonsku. Pro mnohé snowboardisty je lákavé i Švýcarsko, Andorra, ale i Kavkaz a Rumunsko. 16 respondentů by se rádo podívalo do Itálie a stejný počet do Rakouska. V České republice by 14 dní na snowboard zůstali 4 respondenti a na Slovensko by odjeli pouze 2.

Graf 19. Kde začali respondenti jezdit na snowboardu



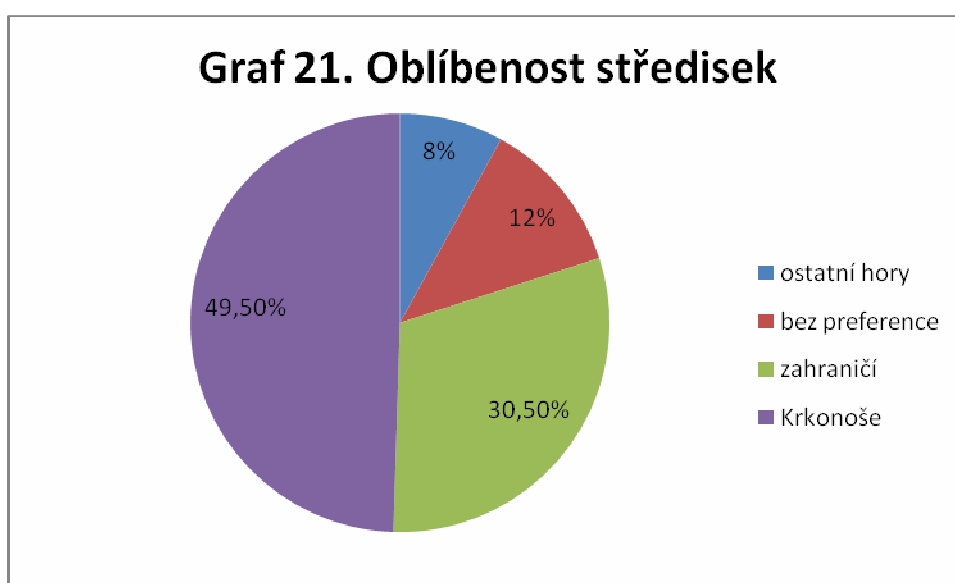
Více než polovina (59,3%) respondentů zažila své první zkušenosti s jízdou na snowboardu v Krkonoších. Nejčastějšími uváděnými středisky byl Harrachov, Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou a Rokytnice nad Jizerou. V Krušných horách začínalo jezdit na snowboardu 17,6% dotazovaných. Pouze 4,4% začínali na Šumavě, 4,4% v Jizerských horách a 2,2% v Jeseníkách. V minimální míře (2,2%) pak byli zastoupeni lidé, kteří se učili v Beskydech a Orlických horách. Celkem zajímavá je hodnota 9,9% procent respondentů, kteří se poprvé projeli na snowboardu v zahraničí.

Graf 20. Kam jezdí respondenti nejčastěji na snowboard



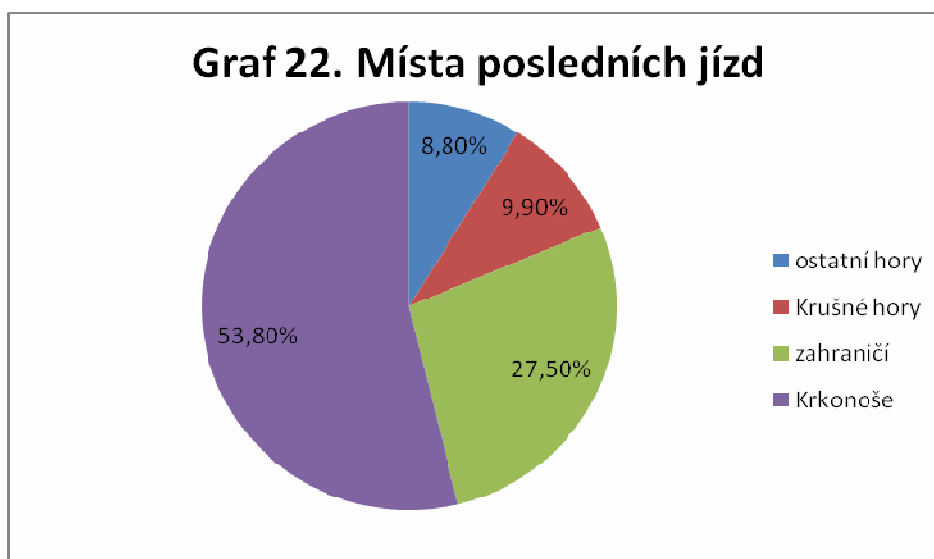
Respondenti výzkumu jezdí nejčastěji na snowboard do oblasti Krkonoš. Celkem tak činí 58% respondentů, přičemž preferují střediska jako je Špindlerův Mlýn, Harrachov, Pec pod Sněžkou, Rokytnici nad Jizerou a Rejdice. Do Krušných hor jezdí nejčastěji celkem 16% respondentů, a to zejména na Klínovec, Boží Dar, Bouřňák a do Telnice. Zajímavé zjištění je, že celých 15% dotazovaných jezdí nejčastěji za snowboardem do zahraničí. Nejvíce lidí navštěvuje Alpy, Rakousko a Itálii. 11% ostatních jezdí převážně na Šumavu, do Orlických či Jizerských hor, do Jeseníků a Beskyd.

Graf 21. Jaké je oblíbené zimní středisko respondentů



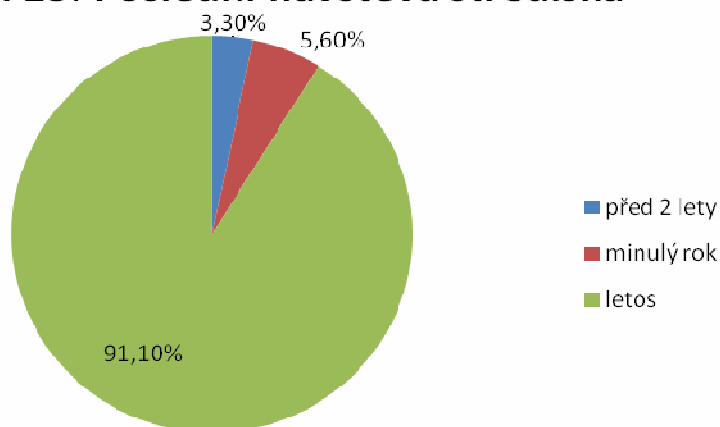
Stejně tak, jako jsou střediska v Krkonoších nejnavštěvovanější, jsou zároveň i nejoblíbenější. Jako svou oblíbenou lokalitu uvedlo Krkonoše 49,5% respondentů. Nejvíce oblíbený je Špindlerův Mlýn. Toto středisko je oblíbené zejména proto, že nabízí dobré zázemí pro snowboardisty, nachází se tam 2 snow parky. Jeden ve Svatém Petru a jeden na Horních Mísečkách. Druhé nejoblíbenější středisko je Harrachov, dále Pec pod Sněžkou, Rokytnice nad Jizerou, Rejdice a Jánské Lázně. Pouze 8% dotazovaných uvedlo ostatní hory v České republice, tedy Krušné a Orlické hory, Šumavu, Beskydy nebo Jeseníky. Pro 30,5% respondentů jsou nejoblíbenější střediska v zahraničí. Z toho 14,3% má nejradši snowboarding v Rakousku, 5,5% ve Francii, 4,4% v USA. Ostatní uvedli buď Itálii, Slovensko, Německo nebo Švýcarsko. 12% účastníků výzkumu nemá žádné oblíbené středisko, které by preferovali.

Graf 22. a 23. Kde a kdy byli respondenti naposledy na snowboardu



Nejvíce respondentů (53,8%) bylo naposledy na snowboardu v Krkonoších, z toho 15,4% v Harrachově a 13,2% ve Špindlerově Mlýně. V dalších 11 krkonošských střediscích byli naposledy vždy maximálně dva respondenti. V Krušných horách, nejvíce na Klínovci, bylo na posledním snowboardování 9,9% respondentů. V Jizerských, Orlických horách nebo na Šumavě strávilo poslední den na snowboardu 8,8% dotazovaných. Poměrně vysoké procento snowboardistů bylo naposledy na snowboardu v zahraničí. Tento jev zřejmě souvisí s tím, že Češi si rádi prodlužují zimu pobytem v zahraničních horách. Hodně lidí také považuje zájezd do zahraničí jako završení jejich sezóny. Z celkového počtu lidí, kteří byli naposledy na snowboardu v zahraničí (27,5%) bylo 8,8% respondentů v Rakousku, kde uváděli střediska jako je Flachau, Hintertux, Dachstein a další. 4,4% respondentů byli naposledy ve Švýcarsku. Zmiňovali střediska jako je Arosa, Davos a Laax. Stejně procento dotazovaných bylo naposledy na Slovensku, a to na Chopku či ve Vrátné dolině. Ostatní respondenti byli buď ve Francii v Itálii, nebo v USA.

Graf 23. Poslední návštěva střediska



Nejvíce respondentů výzkumu bylo naposledy jezdit na snowboardu tuto zimu. V dubnu bylo 5,5%, v březnu 8,8%, v únoru a lednu 6,6%. 56% respondentů nspecifikovalo svou odpověď a uvedli, že naposledy byli na snowboardu v sezoně 2008/09. V zimě 2008, tedy před rokem bylo naposledy na snowboardu 5,6% respondentů a ještě o rok déle nebyli na sněhu 3,3% dotazovaných. Lidé, kteří byli na snowboardu naposledy v zahraničí, uvedli ve většině odpovědí (8,8% z 14,2%), že to bylo na jaře 2009.

4.3 Výsledky

4.3.1 Motivace

Motivaci snowboardistů, tedy konkrétně co jedince na snowboardingu přitahuje a co pro něj znamená, jsem se snažila zjistit pomocí tabulky s definovanými odpověďmi, kde respondenti na škále přiřazovali významnost jejich motivace.

Tabulka 1. Co přitahuje respondenty k jízdě na snowboardu

	Určitě ano		Spíše ano		Spíše ne		Určitě ne	
	počet	%	počet	%	počet	%	počet	%
Snowboarding sám o sobě je fajn, baví mě to	71	78	18	19,8	0	0	2	2,2
Příroda, prostředí venku	70	77	17	18,7	3	3,3	1	1,1
Únik od běžného života, vyčištění	65	71,4	20	22	4	4,4	2	2,2
Adrenalin, vzrušení	61	67	26	28,6	3	3,3	1	1,1
Přátelé, parta, socializace	52	57,2	27	29,6	9	9,9	3	3,3
Pohyb, fyzická aktivita, námaha	51	56	29	28,6	8	8,8	3	3,3
Objevování něčeho nového	47	51,6	30	33	13	14,3	1	1,1
Výzva, překonávání vlastních	45	49,5	28	30,8	16	17,5	2	2,2
Dosáhnout úspěchu, uznání	14	15,4	17	18,7	33	36,3	27	29,6

Z tabulky 1. je patrné, že mezi nejfrekventovanější motivy patří pro účastníky výzkumu snowboarding sám o sobě (78%), příroda a prostředí venku (77%), únik od běžného života (71,4%) a adrenalin a vzrušení (67%), který souvisí s jistou rizikovostí snowboardingu. Více než polovina dotazovaných uvádí jako

silný motivační prvek možnost setkávání se s přáteli (57,2%). Nadpoloviční většinu respondentů (56%) také přitahuje fyzická aktivita a pohybový výkon. 51,6% snowboardistů láká tento sport kvůli možnosti objevovat něco nového. Téměř polovinu dotázaných (49,5%) přitahuje na snowboardingu překonávání vlastních hranic, výkon a výzvy, které snowboarding přináší. Naopak nejmenší motivační sílu má při snowboardingu potřeba dosáhnout úspěchu a uznání.

V tabulce 2. jsem se snažila, opět uzavřenými otázkami postihnout, co pro jedince snowboarding znamená. Respondenti uváděli buď své kladné či záporné odpovědi, nebo uvedli možnost „nevím“.

Tabulka 2. Co pro respondenty snowboarding znamená

	Ano		Ne		Nevím	
	počet	%	počet	%	počet	%
Radost	89	97,8	2	2,2	0	0
Pobyt v přírodě	79	86,8	5	5,5	7	7,7
Možnost setkání s přáteli	75	82,4	5	5,5	11	12,1
Únik od běžného života	64	70,3	12	13,2	15	16,5
Sportovní výkon	61	67	13	14,3	17	18,7
Výzva	53	58,2	14	15,4	24	26,4
Pocit úspěchu	24	26,4	42	46,1	25	27,5
Prostředek seberealizace	23	25,3	29	31,8	39	42,9

Pro největší procento respondentů (97,8%) znamená snowboarding radost. Dále se na vrcholu žebříčku objevil pobyt v přírodě (86,8%). Pro vysoké procento respondentů (82,4) znamená snowboarding možnost setkávání s přáteli. Pro 70,3% dotázaných znamená snowboarding možnost úniku od běžného, všedního života. Sportovní výkon a fyzická námaha je primární pro 67% jezdců. Pro 58,2% znamená výzvu. Naopak nejméně respondentů považuje snowboarding za prostředek seberealizace (25,3%) a možnost dosažení úspěchu (26,4%).

4.3.2 Hypotézy

Ověření hypotézy H1

V hypotéze H1 se domnívám, že lidé, kteří mají vyšší příjmy, tráví více dní na snowboardu, jezdí častěji do zahraničních středisek a utratí více peněz za permanentky na vleky a lanovky.

Aby mohla být potvrzena hypotéza H1, museli bychom v následujících třech dílčích tabulkách, vyhodnocení otázek číslo 21, 9, 14 a 12, spatřovat vzrůstající tendence četnosti jevů v závislosti na výši příjmů.

Tabulka 3. Vztah mezi výší finančních příjmů a počtem dní strávených na snowboardu

	a)	b)	c)	d)
	0-3 dny	4-8 dní	8-12 dní	Více
5-10 tis	22,6%	19,4%	29%	29%
10-20 tis	8,3%	33,3%	16,7%	41,7%
20-30 tis	10,5%	10,5%	15,8%	63,2%
Více	11,8%	11,8%	29,4%	47%

Z tabulky 3. je zřejmé, že nejvíce dní na snowboardu stráví lidé s příjmy 20-30 000 Kč měsíčně. Respondenti s nejvyššími příjmy jsou až na druhém místě. Výsledky uvedené v této tabulce nepotvrzují závislost mezi výší příjmů a počtem dní strávených na snowboardu, a tím nepodporují hypotézu H1 .

Tabulka 4. Vztah mezi výší příjmů a frekvencí návštěv zahraničních středisek

	a)	b)	c)	d)	e)
	Nikdy	1x	1x za 3-5 let	Každý rok	Několikrát ročně
5-10 tis	45,1%	12,9%	9,7%	32,3%	0%
10-20 tis	20,8%	25%	12,5%	37,5%	4,2%
20-30 tis	15,8%	10,5%	10,5%	52,7%	10,5%
Více	5,9%	11,8%	23,5%	35,3%	23,5%

Tabulka 4. nám ukazuje, že existuje závislost mezi příjmy jedince a frekvencí návštěv zahraničních středisek. Několikrát ročně jezdí do zahraničí nejvíce respondentů s příjmy vyššími než 30 000 Kč. Výsledky uvedené v tabulce 4 podporují hypotézu H1

Tabulka 5. Vztah mezi výší příjmů a finančními výdeji za vleký a lanovky.

	Do 1000 Kč	1000-5000 Kč	Více
5-10 tis	41,9%	51,6%	6,5%
10-20 tis	25%	58,3%	16,7%
20-30 tis	15,8%	31,6%	52,6%
Více	5,9%	52,9%	41,2%

Z tabulky 5. lze vyčíst, že nejvíce peněz za vleký a lanovky utratí jezdci s příjmy mezi 20-30 000 Kč. Toto zjištění opět nepotvrzuje naši domněnku v hypotéze H1.

Ze tří zkoumaných závislostí se potvrdila pouze jedna, a to závislost mezi výší příjmů a frekvencí návštěv zahraničních středisek. Ostatní dvě závislosti nebyly potvrzeny.

→ **tímto zamítám hypotézu H1.**

Ověření hypotézy H2

V hypotéze H2 se zabývám myšlenkou, že čím déle jezdí člověk na snowboardu, tím lepší úroveň jízdy dosahuje a upřednostňuje spíše jízdu ve snow parcích a freeride před jízdou na sjezdovkách.

Aby mohla být hypotéza potvrzena, musela by se objevit závislost mezi dobou, které se jedinec věnuje snowboardingu a úrovní a stylem jeho jízdy (vyhodnocení otázek 2, 10 a 11). Snowboardisty jsem rozdělila do pěti skupin, podle doby, které se snowboardingu věnují.

Tabulka 6. Závislost mezi dobou, které se jedinec věnuje snowboardingu a úrovní jeho jízdy

	a)	b)	c)	d)	e)	f)
	Začátečník	Mírně pokročilý	Moc si nevěřím	Pokročilý	Vysoké rychlosti, switch	Triky
1-2 roky	29,4%	10,5%	42,1%	21%		
3-4 roky			16,7%	8,3%	33,3%	41,7%
5-6 let				29,4%	29,4%	41,2%
7-10 let				9,1%	40,9%	50%
11 a více					19%	81%

Z tabulky 6. je patrné, že s přibývajícím počtem let věnování se snowboardingu se zmenšuje procento jezdců, kteří jsou začátečníci a naopak se zvyšuje procento respondentů, kteří zkouší vše, co snowboard dokáže. Pouze mezi jedinci, kteří se věnují snowboardingu 3-4 roky a 5-6 let se objevila v podstatě shoda procent v kategorii nejvyšší obtížnosti, kdy respondenti zkouší různé triky. Ale mezi jedinci, kteří jezdí 5-6 let se neobjevil ani jeden, který si zatím moc nevěří. Tímto výše uvedená tabulka potvrzuje závislost mezi počtem let věnování se snowboardingu a úrovní, které jezdci dosahují, a podporuje tak hypotézu H2.

Tabulka 7. Závislost mezi dobou, které se jedinec věnuje snowboardingu a terénem (stylem), který upřednostňuje

	a)	b)	c)	d)	
	Sjezdovky	Snow parky	Freeride	Kombinace	E b)+c)+d)
1-2 roky	94,7%		5,3%		5,3%
3-4 roky	41,7%	33,3%	25%		58,3%
5-6 let	41,2%	11,8%	29,4%	17,6%	58,8%
7-10 let	30,4%	8,7%	43,5%	17,4%	69,6%
11 a více	10%		70%	20%	90%

Jak je zřejmé z tabulky 7., čím déle se jedinec věnuje snowboardingu, tím spíše preferuje pro svou jízdu snow parky, a nebo freeride. Opět se vyskytly skoro totožné hodnoty u jedinců, kteří jezdí 3-4 roky a 5-6 let, avšak v rozdílném rozložení jezdců ve snow parcích a freeride. Zajímavé je, že nejvyšší procento jezdců ve snow parcích jezdí na snowboardu právě 3-4 roky. Vzhledem ke vzrůstající tendenci obtížnosti preferovaného terénu v závislosti na době, které se jedinec věnuje snowboardingu, podporují výsledky uvedené v tabulce 7 hypotézu H2.

Vyhodnocení obou dílčích otázek potvrdilo závislost mezi dobou věnování se snowboardingové činnosti a úrovní jízdy, které jedinec dosahuje. Zároveň čím déle jezdí jedinec na snowboardu, tím obtížnější terén si pro svou jízdu vybírá.

→ **tímto přijímám hypotézu H2.**

4.4 Diskuse

Prostřednictvím výzkumného šetření jsem se snažila zmapovat snowboardovou populaci a zjistit, proč vlastně lidé jezdí na snowboardu a co jim tento sport přináší. Téma je široké a tato práce podává pouze určitý dílčí pohled na danou problematiku. Tuto práci můžeme považovat za psychosociální studii vybraného vzorku respondentů. Výzkumný soubor nebyl příliš velký, proto nelze z výsledků vyvozovat obecně platné závěry, ale můžeme sledovat určité signifikantní tendence. Pomocí dotazníkového šetření nebylo možné postihnout veškeré aspekty motivace snowboardistů, ale zaměřila jsem se zvláště na základní motivační prvky, které jsou považovány jako obecně významné pro tento sport.

Specifickou skupinu respondentů tvořili z více než dvou třetin muži a pouze necelá třetina byla žen. Snowboarding tedy můžeme považovat za spíše mužský sport, i když v posledních letech si získává i mnoho příznivkyň. Muži většinou dosahují vyšší úrovně jízdy, jsou odvážnější a mají méně zábran při zkoušení nových triků. Myslím, že snowboarding je velmi fyzicky náročný a určitým způsobem rizikový sport. Tedy vyšší ženská opatrnost, možná i strach a nižší fyzická vybavenost, mohou zapříčiňovat vyšší zastoupení mužské populace snowboardistů. Díky speciálnímu dámskému vybavení (oblečení, snowboardy, doplňky atd.), které se začalo rozvíjet a zažilo velký boom až v posledních několika letech, se zvyšuje procento žen, které se věnují snowboardingu.

Snowboarding, jelikož je v podstatě mladým, novým sportem, je většinou lidmi považován za aktivitu mladé generace, teenagerů. Starší generace se spíše věnuje tradičnímu lyžování, a snowboardisty generalizují zpravidla na mladé lidi, kteří se nevhodně, nesystematicky pohybují po svazích, posedávají a polehávají na nepřehledných místech na sjezdovkách, předbíhají ve frontách, nosí dredy a kouří marihuanu. Výzkum však potvrdil, že snowboarding není pouze záležitostí mladé, trendy generace, ale má mnoho příznivců i z řad jedinců starších 30 let. To dokazuje, že je možné se věnovat snowboardingu v podstatě celoživotně. Myslím si, že předsudky, které jsou s tímto fenoménem spojené, jsou opravdu zbytečné.

Výsledky šetření ukázaly, že většina snowboardistů jsou pracující občané, a nebo studenti. Překvapila mě v celku vysoká vzdělanost respondentů. Velké procento má, nebo ještě studuje vysokou školu. Dále jsem předpokládala,

že jedinci, kteří se věnují snowboardingu, mají vyšší měsíční finanční příjmy. Výzkum ale ukázal, že nejvíce respondentů patří do nejnižší příjmové kategorie. Tento jev by mohl být vysvětlen vysokým počtem studentů, kteří se účastnili výzkumu. Jejich příjmy obvykle nedosahují příjmů pracující populace. Snowboarding je finančně velmi náročný sport. Lidé musí vynakládat nemalé peníze za vybavení, vleký a lanovky, dopravu, případně ubytování atd. Jelikož se nepotvrdila závislost, mezi výší příjmů a počtem dní strávených na snowboardu, myslím si tedy, že studenti jsou zřejmě finančně podporováni jejich rodinou. Polovina respondentů utratí za vleký ročně mezi 1000 – 5000 Kč a čtvrtina více než 5000 Kč. Náklady nižší než tisíc korun u čtvrtiny respondentů si můžeme vysvětlovat buď nižší angažovaností jedince, nebo zvýhodněnými permanentkami či nevyužíváním lanovek, např. snowboardisty, kteří trénují např. pouze na jednom skoku, který si postaví „za domem“. Do finančního rozpočtu snowboardisty musíme, pokud nebydlí přímo ve středisku, započítat i náklady na dopravu. Vzhledem k tomu, že jedna třetina snowboardistů dojíždí do zimních středisek více než hodinu, a jedna třetina do 1 hodiny, nejsou tyto náklady rozhodně zanedbatelné. Finanční náročnost snowboardingu se zvyšuje, pokud jedinec jezdí za snowboardingem do zahraničí. Výzkum ukázal, že zahraniční snowboardingovou dovolenou si téměř každý rok dopřává skoro polovina respondentů. Myslím si, že důvodem je hlavně to, že zahraniční střediska a prostředí vysokých hor obvykle nabízí mnohem lepší podmínky pro snowboardisty, než jsou v České republice. Také sezona je, zejména na ledovcích, podstatně delší. Proto si někteří jezdci prodlužují zimu, a na závěr či začátek sezony vyjíždějí s přáteli do ciziny. Dovolené v zahraničí se stávají stále oblíbenější a běžnější. Ceny permanentek bychom mohli téměř srovnat s cenami v České republice, i když služby a zázemí jsou nesrovnatelné. Výzkum potvrdil přímou závislost mezi výší příjmů jedince a frekvencí návštěv zahraničních středisek. Tedy, že čím vyšší má jedinec příjmy, tím častěji jezdí do zahraničí.

Většina respondentů pochází z oblasti Krkonoš a okolí, Prahy a Krušných hor. Pouze minimum jich pochází z jiných oblastí ČR. Více, než polovina z nich, začala poprvé jezdit v Krkonoších. Odchylka je tady zřejmá a je způsobena tím, že dotazníky byly rozdávány většinou v těchto oblastech. Celorepublikový výzkum by byl mnohem náročnější, ale mohl by přinést zajímavé výsledky, například ve srovnání s ostatními oblastmi a snowboardingovými lokalitami. Nejčastěji

jezdí respondenti na snowboard do Krkonoš, a Krkonošská střediska jsou zároveň i nejoblíbenější. To samozřejmě také souvisí s jejich místem bydliště a dostupností středisek. Tito většinou pochází z oblasti Podkrkonoší, a nebo z Prahy. Krušné hory preferují zejména jezdci z Ústí nad Labem.

Výzkumu se účastnili jedinci, kteří se věnují snowboardingu od 1 do 20 let. Průměrně se mu dotazovaní věnují 7,4 let. Lze tedy říci, že pro jedince je snowboarding spíše dlouhodobou, než pouze chvilkovou záležitostí. Mohli bychom tedy předpokládat, že pokud jedinec se snowboardingem jednou začne, bude se mu věnovat i nadále. Výsledky výzkumu potvrdily závislost mezi tím, jak dlouho se jedinec věnuje snowboardingu, a jaké úrovně jízdy dosahuje. Čím déle jezdí jedinec na snowboardu, tím vyspělejší úrovně jízdy dosahuje a upřednostňuje spíše jízdu ve snow parcích a freeride. Vyspělým jezdci se prostředí sjezdových tratí může zdát velmi limitující, nesvobodné a nenabízí jim takovou variabilitu jízdy. Snow parky či freeride jsou tedy terény pro zkušené, vyspělé snowboardisty. Naopak pro začátečníky či jezdce, kteří si zatím moc nevěří, mohou nabízet sjezdovky určitou jistotu, řád a schůdnější podmínky.

Potěšující zjištění pro mne bylo, že téměř polovina dotazovaných snowboardistů, dosahuje té nejvyšší úrovně jízdy. Vychutnávají si, co vše snowboard dokáže a pokouší se o různé triky. Další, téměř čtvrtina respondentů, dosahuje při jízdě vysokých rychlostí a pomalu zkouší jezdit na switch. Tento jev souvisí s v celku vysokou angažovaností jedinců. Čím častěji jedinci jezdí na hory, tím mají více prostoru a možností pro zdokonalování. Za poslední sezonu strávila skoro polovina respondentů na snowboardu více než 12 dní. Někteří trávili na svazích i 40-80 dní v roce. Jeden respondent dokonce uvedl, že se snowboardingu věnuje 190 dní v roce, což považují za opravdu vysokou hodnotu. Takoví snowboardisté se musí projevovat svou houževnatostí, vytrvalostí a odhodláním.

Také se potvrdila myšlenka, že snowboardisté nejsou ve většině případů členy snowboardingových asociací či organizací. Tento jev je myslím obecně spojen s extrémními sporty. Otázkou je také, proč by se vlastně měl jedinec registrovat. Potřebu registrace mají především snowboardisté, kteří se účastní oficiálních soutěží. Běžné populaci jezdci však registrace nepřináší nijaké zvláštní výhody.

Zjistila jsem také velmi dobrou materiální vybavenost snowboardistů. I když snowboardingové vybavení není levnou záležitostí, naprostá většina jezdci má vlastní. Jen minimum respondentů si vybavení půjčuje. Vybavení vytváří

image snowboardisty a vyjadřuje jeho osobnost. Jezdci si vybírají mezi mnoha moderními značkami, v nepřeberném množství funkčního oblečení, ochranného vybavení, obuvi, vázání a samozřejmě snowboardů. Často jsou také nositeli různých módních výstřelků a extravagancí.

Jak jsem předpokládala, vyhodnocení jedné z otázek ukázalo, že většina respondentů se seznámila se snowboardingem díky kamarádům. Vliv přátel, a následně i utváření sociálních vztahů, je v tomto směru významný. Často mají jezdcí stále přátele, se kterými jezdí na hory. Naopak zanedbatelné procento jezdců začalo se snowboardingem prostřednictvím školy. Bohužel, současné podmínky ve školách zdaleka nenaplňují přání studentů a realizace snowboardingových kurzů je na školách spíše výjimkou. Příčin může být několik. Myslím si, že hlavní je ta, že na školách nejsou učitelé, kteří by byli kvalifikovaní k výuce snowboardingu. Mnoho učitelů má také vůči snowboardingu různé předsudky a upřednostňuje tradiční lyžování. Vzhledem k tomu, že na některých školách omezují či dokonce ruší i lyžařské výcviky, asi nemůžeme předpokládat v nejbližší době zlepšení. Překvapivě hodně respondentů uvedlo, že pro snowboarding rozhodli sami, z vlastní vůle. Myslím, že člověk musí vždy dostat nějaký, alespoň minimální impuls k činnosti. Vlastní rozhodnutí je postaveno na mnoha faktorech a podnětech. Zde bych ráda zmínila mediální prezentaci snowboardingu, která je určitě nepřehlédnutelná a může mnohé podpořit v jejich rozhodnutí.

K zjištění motivace snowboardistů jsem zvolila dvě uzavřené otázky, v kterých respondenti uváděli míru své motivace. Jedna otázka směřovala k zmapování toho, co jedince na snowboardingu přitahuje a druhá otázka se zabývá tím, co snowboarding pro respondenty v jejich životě znamená. Druhá otázka měla i funkci kontrolní. Nejvíce respondentů uvedlo, že je snowboarding přitahuje sám o sobě, baví je se vším, co přináší a nabízí. Do této odpovědi bychom mohli zahrnout všechny aspekty snowboardingu v harmonickém propojení, při kterých jedinec zažívá radost ze života. Mezi dominantní motivy, které jedince přitahují ke snowboardingu, patří pobyt v přírodě, ve venkovním prostředí. Snowboarding by pro ně mohl znamenat buď pocit souznění, splynutí s přírodou, nebo naopak možnost překonávat přírodní terén a překážky. Mnoho jedinců láká možnost uniknout od všedního života, svoboda a volnost, kterou snowboarding nabízí. Dalším významným aspektem motivace je pocit vzrušení a adrenalinu, který při jízdě zažívají, a také možnost setkávání s přáteli a utváření sociálních vztahů. Většina

snowboardistů má stálé partnery či partu, se kterými se snowboardingu věnují. To jim umožňuje sdílet radost a další pocity, porovnávat svůj výkon s ostatními a získávat zpětnou vazbu od okolí. Mnohé snowboardisty přitahuje pohybová aktivita, sportovní výkon a fyzická námaha. Myslím, si, že na snowboardu jezdí i hodně lidí, kteří nejsou aktivními sportovci. To znamená, že do snowboardingu se pouští i lidé, kteří se nevěnují, nebo se věnují minimálně, ostatním sportům. U těchto jedinců lze předpokládat, že jsou motivováni spíše vnějšími, než vnitřními podněty. Méně významné motivy, které snowboardisty přitahují, jsou touha objevovat něco nového a výzvy k překonávání vlastních hranic. Podle mého předpokladu je minimum snowboardistů motivováno potřebou dosáhnout úspěchu a uznání. Jako prostředek seberealizace považuje snowboarding pouze čtvrtina respondentů. Snowboarding je tady spíše radostnou, svobodnou, zábavnou a odpočinkovou aktivitou.

5. Závěr

V teoretické části práce jsem se zabývala vysvětlením obecných aspektů motivace, pomocí kterých můžeme lépe pochopit motivaci cílové skupiny snowboardistů. Přehled historie snowboardingu umožní intenzivnější vnímání tohoto sportu v propojení s jeho historickými kořeny. Kapitola o snowboardingových závodech nastiňuje dnešní pojetí snowboardingu.

Výzkumná část práce nám přiblížila současnou populaci snowboardistů. Zmapovala jejich složení, angažovanost a úroveň jízdy, zjistila preference terénů a zimních středisek. Výsledky ukázaly významnost jak vnějších motivačních činitelů k snowboardingové činnosti, jako je hlavně příroda a přátelé, tak i vnitřních motivů snowboardistů, zejména potřeba svobody a vzrušení.

Hypotéza H1 bohužel nebyla potvrzena. Nebyla prokázána závislost mezi výší měsíčních finančních příjmů respondentů a počtem dní strávených na snowboardu. Zároveň výše příjmů nesouvisí s finančními prostředky, vynaloženými za vlek a lanovky. Byla prokázána pouze závislost mezi výší příjmů jedince a frekvencí návštěv zahraničních středisek. Čím vyšší jsou příjmy jedince, tím častěji jezdí za snowboardingem do zahraničí. Jelikož byla potvrzena jen jedna část hypotézy H1, považuji ji za nepotvrzenou.

Hypotéza H2 potvrdila existenci závislosti mezi tím, jak dlouho se jedinec věnuje snowboardingu, a úrovni jeho jízdy. Čím déle jezdí člověk na snowboardu, tím lepší úroveň jízdy dosahuje a upřednostňuje spíše jízdu ve snow parcích a freeride před jízdou na sjezdovkách.

Teoretická část i výsledky šetření přispěli k hlubšímu poznání motivace snowboardistů, a tím byl splněn cíl práce. Věřím, že tato práce bude inspirací, a pomůže případným zájemcům se lépe orientovat ve výše popsané problematice.

6. POUŽITÁ LITERATURA

1. ADAIR, J. E., *Efektivní motivace*. Přel. L. Vorlíčková. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2004. ISBN 80-86851-00-1.
2. ATKINSON, R., L. *Psychologie*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-35-X.
3. BINDRA, D., STEWART, J., *Motivation*. Harmondsworth: Penguin Education, 1971. ISBN 0-14-080501-X.
4. BINTER, L., *Snowboarding: alpská jízda, freestyle, freeriding*. Praha: Grada 2002. ISBN 80-247-0246-0.
5. BROZMANOVÁ, E., *Aplikovaná sociálna psychológia: Využitie sociálnej psychológie v praxi*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1985.
6. FERJENČÍK, J., *Úvod do metodologie psychologického výzkumu*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-367-6.
7. GIBBINS, J., *Snowboarding: vše, co potřebujete vědět o tomto vzrušujícím sportu*. Chomutov: Milenium, 1999. ISBN 80-902384-0-8.
8. HAGEMANNOVÁ, G., *Motivace*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85865-13-0.
9. HAGGER, M. S., CHATZISARANTIS, N., *Intrinsic motivation and self-determination in exercise and sport*. Champaign: Human Kinetics, 2007. ISBN 978-0-7360-6250-3.
10. HEWSTONE, M., STROEBE, W., *Sociální psychologie*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-092-5.

11. HODGE, K., *The Complete guide to sport motivation*. London: A & C Black, 2004. ISBN 0-7136-7465-2.
12. HOMOLA, M., *Motivace lidského chování*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1972.
13. HOMOLA, M., *Otázky motivace v psychologii*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1969.
14. HOŠEK, V., *Motivace sportovního tréninku*. Praha: Univerzita Karlova, 1985.
15. IRVIN, F. W., *Intentional behavior and motivation: A Cognitive Theory*. USA: J. B. Lippincott Company, 1971.
16. KERN, H., *Přehled psychologie*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-240-8.
17. KERR, J. H., *Motivation and emotion in sport: reversal theory*. Hove: Psychology Press, 1997. ISBN 0-86377-500-4.
18. LOUKA, O., VEČERKA, M., *Snowboarding*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1378-6.
19. LOUKOVÁ, T., *Motivace k lezecké a horolezecké činnosti*. Praha, 2007. Diplomová práce na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy na katedře Sportů v přírodě. Vedoucí diplomové práce Mgr. Ladislav Vomáčko.
20. MADSEN, K. B., *Teorie motivace: Srovnávací studie moderních teorií motivace*. Praha: Academia, 1972.
21. MACÁK, I., *Psychologická příprava v športe*. Bratislava: Šport, 1990. ISBN 80-7096-102-3.
22. MASLOW, A. H., *Motivation and Personality*. New York: R. R. Donnelley & Sons Company, 1987.

23. MAYEROVÁ, M., *Stres, motivace a výkonnost*. Praha: Grada 1997. ISBN 80-7169-425-8.
24. NAKONEČNÝ, M., *Emoce a motivace*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1973.
25. NAKONEČNÝ, M., *Motivace lidského chování*. Praha: Academia, 1996. ISBN 80-200-0592-7.
26. NAKONEČNÝ, M., *Psychologie osobnosti*. Praha: Academia, 1998. ISBN 80-200-05628-1.
27. NAKONEČNÝ, M., *Sociální psychologie*, Praha: Academia, 1999. ISBN 80-200-0690-7.
28. RYBA, J., *Základy psychologie tělesné výchovy a sportu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 1998. ISBN 80-7041-722-6.
29. ŘEZÁČ, J., *Sociální psychologie*. Brno: Paido, 1998. ISBN 80-85931-48-6.
30. ŘÍČAN, P., *Psychologie osobnosti*. Praha: Osbis, 1973.
31. SLEPIČKA, P., *Sport and lifestyle*. Praha: Karolinum Press, 2009. ISBN 978-80-246-1624-7.
32. ŠMÍD, I., *Vývoj snowboardingu a jeho organizačních struktur*. Praha, 2003. Diplomová práce na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy na katedře Sportů v přírodě. Vedoucí diplomové práce PaedDr. Tomáš Gnad.
33. ŠVANCARA, J., *Emoce, city a motivace*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1973.

34. VACÍNOVÁ, M., LANGOVÁ, M., *Vybrané kapitoly z psychologie*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-7187-011-0.
35. VANĚK, M., HOŠEK, V., RYCHTECKÝ, A., SLEPIČKA, P., *Psychologie sportu*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1980.
36. VEČERKA, M., *Freestyle snowboarding*. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-251-0091-X
37. VÝROST, J., SLAMĚNÍK, I., *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8
38. WEINBERG, R. S., GOULD, D., *Foundations of Sport and Exercise Psychology*, Miami: Human Kinetics, 2007.
39. WERNER, B., *Theories of motivation: From mechanism to cognition*. Chicago: Markham Publishing Company, 1972.

7. PŘÍLOHA - dotazník

Anketa pro výzkum motivace snowboardistů

1. Jsi členem nějaké snowboardové asociace?
a) ANO..... b) NE
2. Jak dlouho se věnuješ snowboardingu?
.....
3. Kdo tě k němu přivedl? Jak jsi se k němu dostal?
a) rodina
b) kamarádi
c) škola
d) sám jsem začal
e) jiné.....(uveďte)
4. Vybavení mám:
a) svoje
b) půjčuji si
5. Kde jsi začal jezdit na snowboardu?
.....
6. Kam nejčastěji jezdíš na snowboard?
.....
7. Kde a kdy jsi byl naposledy na snowboardu?
.....
8. Jaké je tvé oblíbené zimní středisko?
.....
9. Kolik dní jsi za poslední rok strávil na snowboardu?
a) 0-3
b) 4 – 8
c) 8 – 12
d) d) 12 – více.....(kolik?)
10. Jaké úrovně jízdy dosahuješ?
a) zatím jezdím na malém vleku, učím se zatáčet...
b) bez problémů sjedu mírnou sjezdovku
c) odvážím se i na velký kopec, ale zatím si moc nevěřím
d) bez problémů sjedu velkou sjezdovku
e) při jízdě se pouštím do vysokých rychlostí, zkouším jezdit i na switch
f) zkouším různé triky, vše, co snowboard dokáže

11. Upřednostňuješ jízdu:
- a) na sjezdovkách
 - b) ve snow parcích
 - c) ve volné přírodě, freeride
12. Kolik ročně utratíš za vleky?
- a) do 1000 Kč
 - b) 1000-5000 Kč
 - c) 5000 a více, kolik?.....
13. Kdyby sis mohl vybrat, kam bys nejraději odjel na 14 dní na snowboard? (Napiš i konkrétní oblast - kam)
- a) Česká republika
 - b) Slovensko
 - c) Rakousko
 - d) Itálie
 - e) Francie
 - f) Jiné.....(uveďte)
14. Jezdíš na snowboard do zahraničí?
- a) ještě jsem neměl to štěstí
 - b) byl jsem jednou
 - c) jezdím jednou za 3-5 let
 - d) jezdím skoro pravidelně každý rok
 - e) jezdím několikrát ročně
15. Máš stálé partnery, se kterými jezdíš na snowboard?
- a) NE
 - b) ANO
 - 1. Přítel / kyně
 - 2. Kamarád
 - 3. Parta
16. Jak dlouho dojíždíš do zimního střediska?
- a) méně než 30 min.
 - b) 30 min až hodinu
 - c) více.....(uveďte)

17. Co pro tebe snowboarding znamená?

	NE	NEVÍM	ANO
a) Sportovní výkon			
b) Výzva			
c) Únik od běžného života			
d) Pobyt v přírodě			
e) Prostředek seberealizace			
f) Pocit úspěchu			
g) Radost			
h) Možnost setkání s přáteli			
i) Jiné.....(uveďte)			

18. Co tě na snowboardingu přitahuje?

	Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
a) adrenalin, vzrušení				
b) výzva, překonávání vlastních hranic, výkon				
c) přátelé, parta, socializace				
d) únik od běžného života, vyčištění hlavy, volnost, svoboda				
e) příroda, prostředí venku				
f) pohyb, fyzická aktivita, námaha				
g) objevování něčeho nového				
h) dosáhnout úspěchu, uznání				
i) snowboarding sám o sobě je fajn, baví mě to				
j) jiné.....(uveďte)				

19. Jaké je tvé ukončené vzdělání?

a) ZŠ b) Učiliště c) SŠ

d) VOŠ e) VŠ

Studijní směr.....

20. Jaká je tvá ekonomická aktivita?

a) zaměstnaný

b) student

c) nezaměstnaný

d) v domácnosti

21. Jaké jsou tvé příjmy?

a) 5 - 10 000,-

b) 10 – 20 000,-

c) 20 – 30 000,-

d) více

Věk:

Pohlaví:

Místo bydliště:

Datum: