

V Bruseli 3. mája 2019
(OR. en)

8801/1/19
REV 1

SPORT 50

POZNÁMKA

Od:	Generálny sekretariát Rady
Komu:	Výbor stálych predstaviteľov/Rada
Predmet:	Zvýšenie účasti detí a mladých ľudí na športe v Európe 21. storočia – diskusia o smerovaní

Predsedníctvo po konzultácii s pracovnou skupinou pre šport vypracovalo dokument na rokovanie uvedený v prílohe, ktorý sa predkladá ako východisko pre diskusiu o smerovaní na zasadnutie Rady pre vzdelávanie, mládež, kultúru a šport 22. – 23. mája 2019.

**Zvýšenie účasti detí a mladých ľudí na športe
v Európe 21. storočia**

Športovanie sa spája s celým radom dobre zdokumentovaných prínosov, a to tak na individuálnej, ako aj na spoločenskej úrovni. Štatistiky však ukazujú, že hoci sa situácia v jednotlivých členských štátoch líši, v priemere ***záujem o športovanie v EÚ klesá***. Takmer štvrtina všetkých mladých Európanov (vo vekovej skupine od 15 do 24 rokov) vôbec nešportuje ani necvičí, pričom v období od roku 2009 do roku 2017 sa ich neúčast' na športových aktivitách zvýšila o 7 percentuálnych bodov¹. Na to, prečo sa deti a mladí ľudia nevenujú športu aktívne, majú vplyv mnohé faktory. V tomto dokumente sa skúma niekoľko z nich s cieľom pochopiť tiež, ako môžu súčasné trendy ovplyvniť účasť na športe v 21. storočí.

Na úvod treba poznamenať, že ***konkurencia na „trhu s voľnočasovými aktivitami“***, ktorej cieľom je ovplyvniť, ako deti a mladí ľudia trávia voľný čas, môže byť veľká, a to najmä vzhľadom na tlak zo strany zábavného priemyslu a predovšetkým digitálneho segmentu. Vďaka technologickému pokroku, ktorý umožnil zvýšenú konektivitu s rýchlym širokopásmovým pripojením, sa zvýšila atraktivnosť trávenia voľného času doma (napr. hranie počítačových hier, sledovanie audiovizuálneho obsahu a/alebo interakcia s ním) a možno očakávať, že sa v budúcnosti ešte viac zvýši². Technológia môže takisto priniesť nové možnosti trávenia voľného času pre deti a mladých ľudí (napr. sledovanie športov) a skvalitniť ich zážitok z existujúcich možností, ako je to aj v prípade rôznych foriem kultúrnej účasti (napr. kino, živé vystúpenia, kultúrne pamiatky), ktoré sú obľúbené u mladých ľudí v EÚ³.

¹ Osobitný prieskum Eurobarometra v oblasti športu a pohybových aktivít 334 (2010) a 472 (2018).

² López Sintas, J., Rojas de Francisco, L., & García Álvarez, E. (2017). Home-based digital leisure: Doing the same leisure activities, but digital. (Domáce digitálne voľnočasové aktivity: vykonávanie rovnakých voľnočasových aktivít, ale digitálnou formou.) Cogent Social Sciences, <http://dx.doi.org/10.1080/23311886.2017.1309741>

³ Eurostat (2017), článok s názvom „Culture statistics - cultural participation by socioeconomic background“ (Štatistika týkajúca sa kultúry – účasť na kultúre podľa sociálno-ekonomického zázemia).

Naproti tomu *športy nad'alej ponúkajú „analógovú“ skúsenosť*, ktorej príťažlivosť závisí od dostupnosti, prístupnosti a kvality športových zariadení a sociálnych interakcií so spoluhráčmi a príslušnými pracovníkmi v oblasti športu. Technológie v oblasti rozšírenej reality môžu mať síce potenciál vytvárať v budúcnosti nové športy, ktorých zložkou je aj fyzická aktivita, ale ich vplyv je v súčasnosti prinajlepšom zanedbateľný. Preto, hoci rozmanité voľnočasové aktivity zohrávajú pozitívnu úlohu v osobnom rozvoji detí a mladých ľudí, existuje riziko, že šport bude mať v 21. storočí menej príležitostí na to, aby k nemu prispieval.

Okrem toho, dôležitým rozhodujúcim faktorom pre mieru účasti na športových aktivitách sú *náklady na športovanie*, a to bez ohľadu na vek. To, do akej miery musia športové kluby žiadať od svojich členov príspevky na podporu svojich každodenných činností a dokonca aj investícií namiesto toho, aby mali prístup k verejnému financovaniu alebo si zabezpečili súkromné sponzorstvo, môže mať vplyv na skutočnosť, či osoba uprednostní šport pred inými záľubami. To isté platí aj v prípade neorganizovaných športov, pri ktorých sú náklady významným faktorom, keďže ich obvykle v plnej miere znáša jednotliviec.

Pokiaľ ide o tému „ekonomika športu“, musí sa zohľadniť aj vplyv rastúcej *komercializácie športu*⁴. Na jednej strane vrcholový šport priťahuje veľkú pozornosť médií. Okrem vytvárania príjmov to môže tiež inšpirovať ľudí, a najmä deti k tomu, aby sa začali venovať nejakému športu. Na druhej strane, ak sa príliš veľký dôraz kladie na komerčné aspekty, niektoré športové organizácie sa môžu viac orientovať na výnosnú prípravu mladých talentov pre vrcholový šport a menej sa zameriavať na to, aby šport mohol plniť svoju spoločenskú a vzdelávaciu úlohu⁵.

Mechanizmy finančnej solidarity medzi vrcholovým športom a športom na amatérskej úrovni sú jedným zo spôsobov, ako posilniť schopnosť športu na amatérskej úrovni podporovať aktívnu účasť na športe. Vzhľadom na súčasné vývojové trendy je v každom prípade potrebné v kontexte riešenia klesajúceho trendu miery účasti na športe analyzovať potrebu harmonizácie programov vrcholového športu a športu na amatérskej úrovni v budúcnosti.

⁴ Zatiaľ čo v roku 2017 dosahovala hodnota celosvetového trhu športových podujatí 91 miliárd USD, „očakáva sa, že kumulovaná ročná miera rastu celosvetového trhu športových podujatí sa v rokoch 2017 – 2021 zvýši o 3,6 percenta.“ UNCTAD (Konferencia OSN pre obchod a rozvoj) (2018), publikácia s názvom „Competition issues in the sale of audiovisual rights for major sporting events“ (Otázky hospodárskej súťaže pri predaji audiovizuálnych práv na veľké športové podujatia), dostupná na: <https://bit.ly/2PoJysq>

⁵ Zmluva o fungovaní Európskej únie, článok 165 ods. 1.

Ďalšia otázka, ktorú je potrebné zvážiť v tejto diskusii, sa týka *postojov a profilu súčasných generácií detí a mladých ľudí*, a konkrétnejšie, čo ich motivuje k tomu, aby športovali. Z kvalitatívneho výskumu vyplýva, že deti a tínedžeri majú záujem o športy, pretože uľahčujú sociálnu interakciu a podporu, pomáhajú pri regulovaní telesnej hmotnosti a predovšetkým sú zdrojom potešenia. Posledný z uvedených dôvodov zvyčajne platí v situácii, v ktorej nie je veľký tlak na súťaženie a víťazstvo⁶.

Okrem toho, hoci je určite potrebný rozsiahlejší sociologický výskum, o budúcich generáciách mladých ľudí sa niekedy tvrdí, že majú tendenciu venovať sa nielen zavedeným, ale aj novým druhom športov⁷. V tejto súvislosti je dôležité pochopiť, do akej miery je európsky trh medzi športmi skutočne otvorený pre nových aktérov v oblasti športu, a to s cieľom zvýšiť dostupné možnosti ako presvedčiť budúce generácie mladých ľudí, aby boli aktívnejšie.

Významná časť diskusie by sa určite mala venovať aj demografickým skupinám, ktoré sa na športoch tradične podieľajú len v nízkej miere – patria k nim najmä *dievčatá a mladé ženy*, ako aj *osoby so zdravotným postihnutím*. Opatrenia na úrovni EÚ aj členských štátov, ktorými sa kladie dôraz na tieto skupiny, by mohli viesť k aktívnejším budúcim generáciám mladých Európanov.

⁶ Allender, S. et al. (2006), článok s názvom „Understanding participation in sport and physical activity among children and adults: a review of qualitative studies“ (Chápanie účasti na športe a fyzických aktivitách medzi deťmi a dospelými: prehľad kvalitatívnych štúdií). Health Education Research, zv. 21, č. 6, s. 826 – 835.

⁷ Changing the game: How gen Z is redefining sports, consumption & sponsorship (Zmena hry: ako generácia Z nanovo definuje športy, spotrebu a sponzorstvo) (2018). Správa je k dispozícii [tu](#).

Ministri sa vyzývajú, aby láskavo vyjadrili svoje názory, pokiaľ ide o prvky uvedené v tomto dokumente, s cieľom podporiť výmenu osvedčených postupov a potenciálnych politických riešení, ktoré môžu prispieť k tomu, aby si európska mládež väčšmi uvedomovala hodnotu športu a aktívnejšie sa mu venovala. Nasledujúce otázky boli formulované s cieľom poskytnúť určité usmernenia pre následné rokovania:

1. Ako môžu verejné orgány a športové hnutie spolupracovať na úrovni EÚ a členských štátov s cieľom zvýšiť mieru účasti detí a mladých ľudí na športe?
2. Aké opatrenia možno prijať na úrovni EÚ s cieľom posilniť prepojenia medzi vrcholovým športom a športom na amatérskej úrovni v záujme lepšej podpory spoločenskej a vzdelávacej úlohy športu?