

Hokej začína na ulici

Insight:

Ľudia majú **tendenciu veci komplikovať**. Pri predstave, že by mali dať svoje veci na hokej, si hneď nájdu X dôvodov na to, aby tak neurobili: peniaze, štadión, výstroj, tím, ...

6-10 ročné deti sú ešte vo veku, kedy sú **rodičia dôležitými gatekeepermi** toho, aký obsah konzumujú. Zároveň zohrávajú **klúčovú úlohu z hľadiska motivácie** dieťaťa športovať¹. Existujú štúdie, ktoré dokazujú priamu koreláciu medzi angažovanosťou rodiča pre šport a motiváciu dieťaťa sa mu venovať.

Vývoj od hrajúceho sa dieťaťa k profesionálnemu športovcovi prechádza **niekoľkými štádiami**: Začína sa ako zábava; a postupným štruktúrovaním prechádza do športu s merateľnými výsledkami a snahou o neustále zlepšovanie.²

Nesnažme sa teda o to, aby sa deti rovno stali športovcami. **Odstráňme bariéry** a nadchnime rodičov, aby si obuli tenisky, zobrali hokejku a loptu a zobrali deti skrátka von.

Každý známy hokejista začínal hokejbalom na sídlisku, tak zober hokejku a choď von!
Hokej začína na ulici.

Riešenie:

Ako dostať deti s rodičmi von? Úlohou č. 1 je nadchnúť rodičov, a preto: znovu zrodíme tradíciu – oslovíme rodičov 6-10 r. Detí, ktorí poznajú hru na ihriskách a vedia sa nadchnúť. Motivujeme komunity, aby sa navzájom organizovali a "hecovali".

Ako ich zorganizovať? Vytvoríme **kick-off eventy** na ich sídliskách, ktoré budeme propagovať cez FB events. Znami hokejisti ukážu rodičom, ako si s deťmi môžu len tak "pinkať" loptu vonku – rovnako, ako oni začínali. Kick off eventy poskytnú content pre oslovenie širšej masy na ďalší event.

Cieľom je vytvoriť tradíciu s pribúdajúcou mierou organiky.

Ako podporiť organiku? Vytvoríme priestor – **online portál** – kde sa ľudia vedia sami organizovať, vyzývať, zdieľať fotky a vyhrávať ceny. Portál podporíme **FB reklamou** cielenou na rodičov.

Ako podporiť motiváciu detí? Priblížime im vzor – napr. Tomáš Tatar **YouTube kanál** (YouTube ako obľúbené médium malých detí³), ktorý deťom jednoducho priblíži krásu hokeja, motivuje ich, a ukazuje základné „grify“.

Funkčnosť:

V prvom rade **odstraňujeme psychologickú bariéru**, ktorá bráni rodičom prihlásiť deti na hokej. Netlačíme na pílu, ale ponúkame rodičom priestor pre pohyb a čas strávený s deťmi. Sami môžu zistiť, či ich hokej baví. Robíme hokej prístupnejším.

Rodičia sú spojným prvkom, ktorý vieme priamo osloviť a ktorý dostáva náš message – **odísť od počítača** - k deťom.

Využívame, čo je k dispozícii – detské ihriská na sídliskách. Motivujeme rodičov, vrátiť sa do detských čias a vziať tam aj svoje deti. Vytvárame online priestor, aby sa postupne organizovali sami a aby sa hokej(bal) stal prirodzenou súčasťou voľného času (rovnako ako beh, futbal, a pod.)

Podpornými online a offline prostriedkami (kickoff eventy, online portál, YouTube kanál, FB promo) udržiavame motiváciu tých, ktorých šport baví a inšpirujeme ich posúvať sa vyššie - na profi tréningy.

Zimných štadiónov je na Slovenku 77. Rozšírením na všetky sídliskové ihriská tak niekoľkokrát **znásobujeme priestor** pre budúce hokejové nádeje Slovenska.

Zdroje:

¹ Dorsch, Travis E. et al. (2017): The Impact of Evidence-Based Parent Education in Organized Youth Sport: A Pilot Study. *In: Journal of Applied Sport Psychology. Vol. 29, 2017. P. 199-214.*

² Cote, J.; Baker, J.; & Abernethy, B. (2003): From play to practice: A developmental framework for the acquisition of expertise in team sport. *In J. Starkes, & K. A. Ericsson (Eds.), Recent advances in research on sport expertise. P. 89-114.*

³ V. Orde, H.& Durner, A. (2016): Basic Data Children and Media. Current surveys and research on media use among children in Germany. Available at: http://www.br-online.de/jugend/izi/english/Basic_Data_Children_and_Media.pdf