

WELLNESS ZA ZDMI WELLNESS CENTER

JANA STARÁ

Příspěvek pro konferenci Sport ve vědě, věda ve sportu konanou 18. prosince 2012 v Brně.

Oficiální citace: STARÁ Jana. Wellness za zdmi wellness center. In Zvonař, M., Kouřilová, P., & Kalina, T. (2012). Sport ve vědě, věda ve sportu 2012: sborník příspěvků ze studentské vědecké konference. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií.

Souhrn/Abstrakt

Wellness v českém prostředí, to jsou krátkodobé lázeňské pobyty, hotely nabízející wellness služby, či wellness centra. Tento model potvrdili v rámci výzkumu i studenti Fakulty sportovních studií, avšak zahraniční návštěvníci wellness center vnímají wellness z trochu odlišného pohledu. Pohledu, který zejména ve Spojených státech od 50. let postupně formuluje tzv. hnutí wellness. Teoretické koncepty rozšiřují wellness dál, než ke zdem wellness center a přináší tak českému wellness i studentům nové příležitosti.

Klíčová slova: Wellness, Wellness centrum, Koncept wellness, Kontinuum nemoc-wellness, Wellness klastr.

Úvod

Wellness v českém prostředí lze označit za fenomén posledních let, kdy téměř každé lázeňské, rehabilitační či sportovní zařízení začalo nabízet tzv. *wellness služby*, hotely a turistické lokality nevyjímaje. Wellness se stalo synonymem vybraného okruhu služeb, které pečují o tělo, mysl a duši člověka, ale již málokdo se zeptá, co toto anglické slovo znamená.

Podle publikace *Wellness v ČR* začalo „implementování myšlenek [wellness] do strategií ubytovacích zařízení, lázeňských a fitness center až v 90. letech 20. století. To bylo dáno zejména naší separací od západoevropského dění před rokem 1989. Teprve v posledních letech dochází k jeho dynamickému rozvoji. Na počátku 21. století se začalo s aktivní propagací zdravého životního stylu a zdravé výživy. Až s postupem času se rozvinul i koncept usilující o komplexní přístup k člověku a hledání rovnováhy a harmonie. Stále větší péče se věnuje zdravotnímu stavu, fyzické kondici, relaxaci a osobnímu rozvoji jedince.“ (Poděbradský, 2008, p. 17)

Wellness je nejen v českém, ale i v evropském kontextu, úzce asociováno s lázeňstvím a stalo se běžným doplňkem sortimentu lázeňských pobytů. Krátkodobé neléčebné pobyty v lázních, ubytování v hotelu vybaveném relaxačním centrem, bazénem, kosmetickým salonem či posilovnou, nebo wellness centra, do kterých Poděbradský (2008, p. 9) zahrnuje fitness, beauty salon a relaxační centrum nabízející masáže, koupele či vířivky a bazén, to je wellness v českém pojetí.

Jak však wellness vnímají a interpretují spotřebitelé těchto služeb a personál těchto zařízení? Pro pilotní průzkum nastiňující vnímání konceptu wellness v českém prostředí byli zvoleni studenti Fakulty sportovních studií, jako návštěvníci wellness center i jako potenciální zaměstnanci v těchto zařízeních.

Průzkumu se zúčastnilo 85 respondentům (53 žen a 23 mužů) zpravidla ve věku 21 – 26 let. V rámci dotazníkového šetření byli požádáni, aby vlastními slovy definovali wellness a jejich odpovědi byli pomocí vizualizačního softwaru převedeny do tzv. wordcloudu (viz obr. 1). Velikost slova naznačuje četnost jeho výskytu.



Obrázek 1: Slova, která studentky/studenti použili při definování wellness.

Z odpovědí studentů a studentek jasně vystupují slova Relaxace, které bylo použito 22krát, Životní styl, který se objevil v 15 odpovědích, Odpočinek a Člověk, která zmínilo shodně 14 respondentů. Tělo a zdraví jsou zde také zastoupeny, a to v 6 odpovědích. Zazněly i jednotlivé složky – psychická, tělesná a duševní, ty však již méně často než jednotlivé procedury, masáže, vířivky, sauny, kosmetické procedury či sportovní centrum.

Odpovědi na tuto otevřenou otázku se dají téměř půl na půl rozdělit na dvě skupiny. Jedna vnímá wellness jako služby poskytované ve wellness centrech:

„Aktivní i pasivní aktivity, které jsou tělu i duchu člověka prospěšné, zlepšují jeho fyzickou i psychickou kondici, odbourávají stres. Do wellness se mohou zařadit např. i kosmetické salóny.“

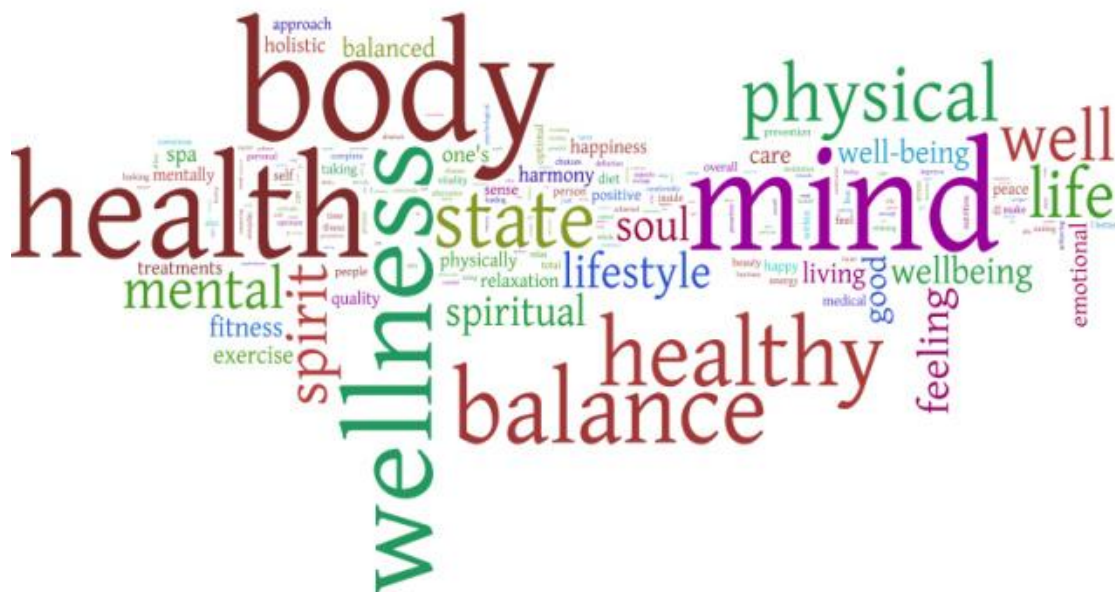
„Pod pojmem wellness si představím prostředí, které zahrnuje sauny, masáže, fitcentrum, solárium, různé odpočinkové místnosti, vířivky atd.“

Druhá skupina vnímá wellness jako způsob života:

„Zdravý životní styl, zaměřený nejen na zdravou stravu, ale i přiměřený pohyb, regeneraci a celkovou péči o tělo a psychiku.“

„Životní styl či způsob života zaměřeny na zvyšování kvality jedince pomocí aktivního pohybu, racionálních výživových zvyklostí a odbourávání negativních faktorů v psychické rovině.“

Stejnou otázku položili výzkumníci ze Stanfordského výzkumného institutu (Stanford Research Institute, 2010) návštěvníkům wellness center po celém světě (60% respondentů bylo ze Severní Ameriky). Jejich odpovědi jsou znázorněny na obr 2.



Obrázek 2: Slova, která při definování wellness použili návštěvníci wellness center (Stanford Research Institute, 2010)

Mezi návštěvníky wellness center byla nejčastějšími slovy Tělo (Body), Duše (Mind), Zdraví (Health) a Rovnováha (Balance) [pozn. Autoři práce nezveřejnili přesná čísla o

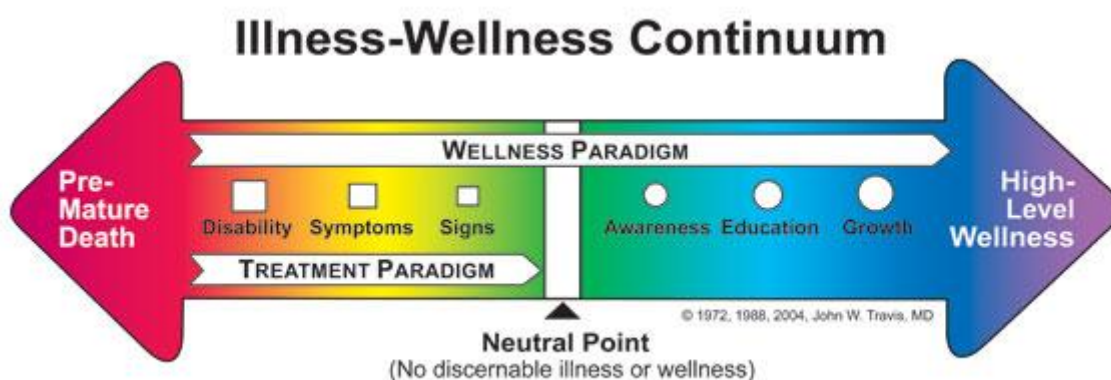
výskytu jednotlivých slov]. V mnoha pojmech se obě skupiny shodují - s různou mírou zastoupení obě uvádějí např. slova Životní styl, Pohoda, Zdraví, Tělo, Duše. Návštěvníci wellness center však zmiňují i pojmy jako Štěstí, Harmonie, Mír či Spirituální, která dotazovaní studenti nevedli ani jednou.

Studenti při interpretaci významu slova wellness kladou větší důraz na vnější proces, který člověku přináší uvolnění a pohodu, kdežto zahraniční návštěvníci wellness center vnímají wellness více jako vnitřní stav člověka.

Teoretická východiska wellness

Pro pochopení zahraničního, zejména amerického pojetí wellness je třeba nahlédnout do literatury, která však v českém prostředí dosud není dostupná. Základní a nejrozšířenější model wellness pochází z knihy *The Wellness Workbook* (Wellness pracovní sešit), kterou v roce 1972 vydal John Travis, jeden ze zakladatelů a hlavních propagátorů konceptu wellness.

Na obr. 3 je model *Illness-Wellness Continuum* (Kontinuum nemoc-wellness), který vychází z pojetí slova wellness jako pravého opaku nemoci¹ a ilustruje vztah mezi Paradigmatem lékařské péče (*Treatmentparadigm*) a Paradigmatem wellness (*Wellness paradigm*).



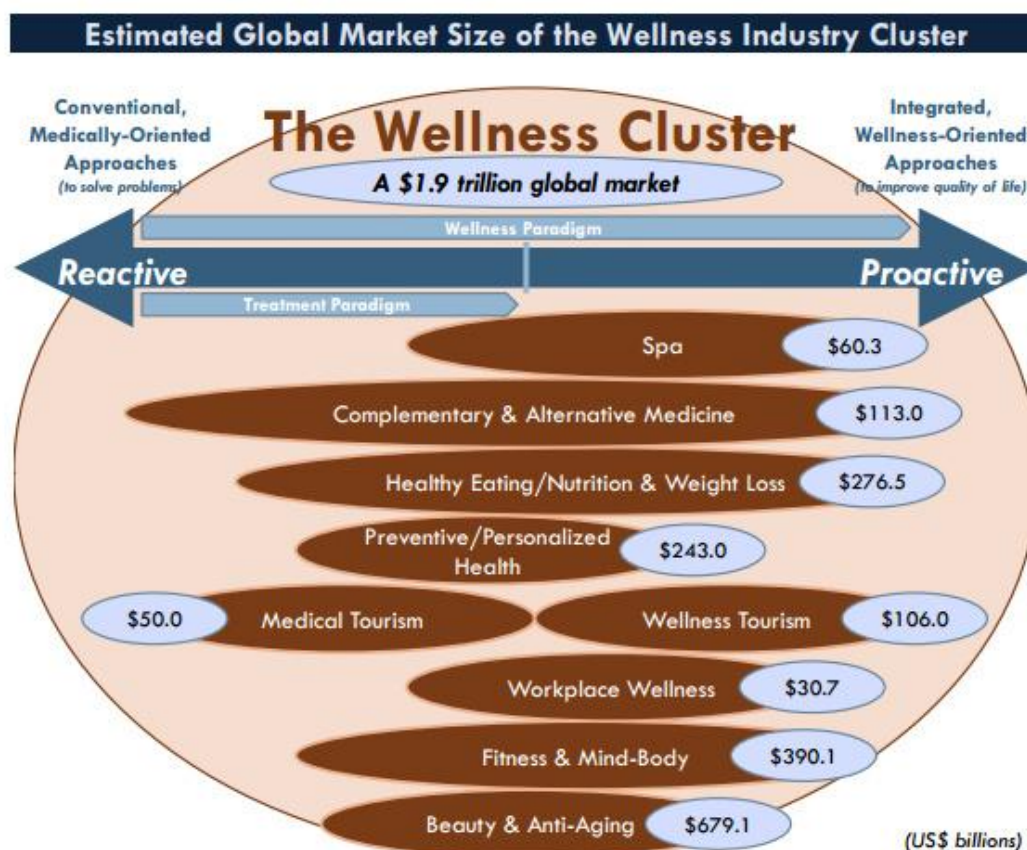
Obrázek 3: Model Illness-Wellness Continuum (Travis, 1988)

Hlavní podstatou tohoto modelu je fakt, že pouhá absence příznaků nemoci s sebou nepřináší wellness, neznamená kvalitní život, ale je spíše neutrálním bodem uprostřed grafu,

¹ Pojem *wellness* v tomto významu poprvé použil Halbert L. Dunn, myšlenkový zakladatel wellness hnutí, v 50. letech 20. století. Použití slova *wellness* je však v anglickém jazyce datováno již od roku 1654 (*Oxford English Dictionary*). Výklady vzniku a významu tohoto slova jako spojení „well-being“ a „fitness“ (např. Poděbradský 2008) jsou mylné.

kdy člověku „nic není“. Do tohoto bodu může člověka přivést lékařské péče, zatímco Paradigma wellness sahá na obě strany kontinua. Koncept wellness pomáhá člověku dosáhnout vyšších úrovní wellness, vyšší kvality života, a to nehledě na jeho zdravotní stav – podle Travisu může i nemocný člověk žít kvalitní život.

Z Travisova modelu vycházel i Stanfordský výzkumný institut při tvorbě zprávy pro *Global Spa Summit*, mezinárodní organizaci působící v odvětví lázeňství. Tato zpráva nesla název *Spas and the global Wellness market: Synergies and Opportunities* (Lázně a globální Wellness trh: synergie a příležitosti) a mapovala souvislosti lázeňského průmyslu s konceptem wellness. Její součástí byl mimo jiné i výše zmiňovaný výzkumu mezi návštěvníky wellness center, ale zejména model *The Wellness Cluster* (Wellness klastr) – viz obr 4.



Obrázek 4: Model The Wellness Cluster (Stanford Research Institut, 2010)

Podle tohoto modelu Stanfordský výzkumný institut odhaduje velikost celosvětového wellness odvětví na 2 biliony amerických dolarů. V modelu jsou vymezena jednotlivá odvětví lázeňského průmyslu, která mají podle autorů „přímou vazbu na wellness, a kterým se tak

otvírají nové možnosti investic a rozvoje podnikání, ale také možnost sehrát vedoucí úlohu ve změně přístupu k péči člověka o sebe sama“.

Tento odhad působí jako velmi pozitivní impuls v období stávající ekonomické krize, avšak omezuje koncept wellness pouze na jednotlicí prvek stávajících lázeňských služeb a dělá z něj hlavně dobrý zdroj peněz.

Wellness, jak jej vysvětlují hlavní postavy tzv. wellness hnutí (Dunn, Travis, Ardell, Hettler, aj.), však není produkt nebo služba. Wellness je životní styl, životní filosofie, která sahá dál než ke zdem wellness center. Donald Ardell (2010) v článku adresovaném právě evropským lázním, české tedy nevyjímaje: „prvním krokem je jasné vymezení toho, co wellness opravdu je, čím se liší od všeobsažných definic wellness, ale zároveň čím může lázeňský průmysl obohatit. [...] Existuje mnoho důvodů, proč by měl lázeňský průmysl přijmout vůdčí roli v podpoře wellness, nehleděna fakt, že z toho plynou dobré peníze.“

Závěr

Propojení wellness s lázeňstvím, rekreací a turismem má v České republice své historické i ekonomické důvody a je logickou reakcí poskytovatelů těchto služeb na rostoucí trend. Průzkum mezi studenty potvrdil, že wellness je často chápáno jako relaxace, odpočinek či životní styl, a to právě v kontextu lázeňských služeb.

Zahraniční pojetí wellness však posunuje z úrovně vnějšího procesu, jehož důsledkem je pocit pohody, do roviny vnitřního stavu člověka. Teoretické koncepty, které se v Americe vyvíjely od 50. let, pojímají wellness jako životní filosofii, jejímž cílem je zlepšení zdraví a kvality života člověka.

Právě pro studenty, z nichž 87% uvedlo, že si buď práci v odvětví wellness hledají, nebo by nabídku takové práce zvážili, je pochopení teoretických konceptů wellness velkou příležitostí, která zvyšuje možnosti jejich uplatnění v praxi a představuje nový myšlenkový rámec, ve kterém mohou například začít rozvíjet své podnikatelské aktivity. Wellness se totiž neodehrává pouze za zdmi wellness center, ale je součástí života každého člověka. Bude jen na nich, jakou cestou se k lidem dostanou a zda dokážou péči o tělo rozvinout i o péči ducha a vést tak jedince i společnost k lepšímu wellness.

Přehled bibliografických citací

Ardell, D. (2010). *European spas poised to become change agents for REAL wellness - maybe*. Seekwellness.com [online]. Přístup dne 16. 11. 2012, z <http://www.seekwellness.com/wellness/reports/2010-06-08.htm>.

Poděbradský, J. (2008). *Wellness v ČR*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Stanford Research Institut, Global Spa Summit. (2010). *Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities*. [online]. Přístup dne 16. 11. 2012, z http://www.sri.com/sites/default/files/publications/gss_sri_spasandwellnessreport_rev_82010.pdf

Travis, J. W., & Ryan, R. S. (1988). *The wellness workbook*. Berkeley, California: Ten Speed Press.

Příspěvek pro konferenci Sport ve vědě, věda ve sportu konanou 18. prosince 2012 v Brně.

Oficiální citace: STARÁ Jana. Wellness za zdmi wellness center. In Zvonař, M., Kouřilová, P., & Kalina, T. (2012). Sport ve vědě, věda ve sportu 2012: sborník příspěvků ze studentské vědecké konference. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií.