

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

Katedra sociologie

**Studijní program Sociologie**

**Studijní obor Sociologie**

**Bakalářská práce**

**Komparace postojů zavedených a nových uživatelů**

**fitness center**

**Filip Tábořík**

Plzeň 2024

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

Katedra sociologie

**Studijní program Sociologie**

**Studijní obor Sociologie**

**Bakalářská práce**

**Komparace postojů zavedených a nových uživatelů**

**fitness center**

**Filip Tábořík**

*Vedoucí práce:*

*Prof. PhDr. Hynek Jeřábek, CSc.*

*Katedra sociologie*

*Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni*

Plzeň 2024

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

*Plzeň, duben 2024*

.....

## **Poděkování**

Na prvním místě bych chtěl poděkovat svému vedoucímu bakalářské práce prof. PhDr. Hynku Jeřábkovi, CSc., za jeho ochotu pomoci, cenné rady a zkušenosti. Jako další bych chtěl vyjádřit poděkování všem, kteří se podíleli na mé práci ve formě participantů. A na závěr patří velké poděkování mé rodině za podporu při studiu.

## Obsah

1. ÚVOD.....	1
2. TEORETICKÁ ČÁST .....	2
2.1. Posilování .....	2
2.2. Historie fitness .....	3
2.3. Fitness centra .....	4
2. 4. Motivace .....	5
2.4.1. Vnitřní motivace .....	6
2.4.2. Vnější motivace .....	8
2.5. Fitness komunita .....	9
2.5.1. Vstup do fitness komunity.....	10
2.5.2. Možné negativní aspekty fitness komunity .....	11
2.6. Zavedený uživatel vs. Klient (nový uživatel fitness center).....	12
2.6.1. Zavedený uživatel fitness center.....	13
2.6.2. Nový uživatel fitness center (klient ve fitness) .....	15
2.7. Fitness trenéři jako součástí komunity .....	17
2.7.1 Typy trenérů a jejich motivace jedince/klienta .....	18
2.7.2. Vztah klient a osobní trenér .....	19
2.7.3. Ideální práce trenéra s klientem.....	19
3. Analytická část .....	20
3.1. Metodologie .....	20
3.2. Výzkumné cíle a otázky .....	22
3.3. Výzkumný vzorek .....	23
3.4. Metoda sběru dat .....	23
3.5. Etické zásady .....	24
3.6. Analýza dat.....	25
3.7. Představení participantů .....	25
4. Analýza .....	26

4.1. Začátky posilování.....	26
4.2. Důsledky cvičení .....	28
4.3. Znalosti a příprava tréninku .....	29
4.4. Změny životního stylu.....	32
5. Zjištění .....	33
6. Závěr.....	34
7. Resumé.....	36
8. Přílohy.....	37
9. Použité zdroje.....	38

# 1. ÚVOD

V dnešní době se dává velký zřetel na vzhled nás všech. Jeden z hlavních aspektů je stavba těla a postava celkově. Tento fenomén mě zaujal, jelikož se sám osobně velmi efektivně věnuji sportu. Každý se rodíme originální, ale na druhou stranu na sobě každý můžeme zapracovat, nejen kvůli vzhledu, to bych přiřadil až na vedlejší kolej. Ale především kvůli svému zdraví, které máme jen jedno. Jedním ze způsobů, jak k tomu docílit, je například návštěva fitness center, kterým se budu věnovat v této práci.

Cílem mé bakalářské práce je tedy výzkum v oblasti fitness center. Zaměřím se na komparaci postojů zavedených (stálých, běžných) a nových uživatelů fitness center. Přesněji bych chtěl zjistit jaké jsou jejich důvody k navštěvování a jak ho samotné vnímají. Očekávám, že již zavedené uživatele pozitivně motivují jejich předešlé zkušenosti, z již předešlých návštěv. Za důležité považuji zjistit či ověřit, které z nich jsou podstatné. U nových uživatelů je pro mě zásadní zjistit jejich motivaci k prvním návštěvám fitness centra a ověřit, zda se jim jejich očekávání potvrdila.

V praktické části se zaměřím především na rozhovory s respondenty, kteří již delší dobu navštěvují fitness centrum, a také s respondenty, kteří začínají nebo o tom teprve uvažují. Do rozhovorů s účastníky z obou skupin plánuji zařadit i otázky zjišťující komunikaci mezi nimi navzájem. Chtěl bych zjistit, zda taková komunikace nebyla jednou z klíčových motivací pro nové návštěvníky nadále využívat služeb fitness center. Budu využívat polostrukturovaných rozhovorů

s fitness uživateli se pokusím získat potřebná data k realizaci mé práce. Průběh mého výzkumu bude průběžně konzultován s vedoucím mé bakalářské práce.

## **2. TEORETICKÁ ČÁST**

### **2.1. Posilování**

Cvičení nebo posilování ve fitness centrech se dá charakterizovat jako zájmový rekreační sport, ve kterém je kladen důraz na osobní projev, prožitek, dobrý zdravotní stav, vzájemné porozumění a podporu ostatních. Jde o soustředěnost na posilování jako výslednice tělesných aktivit přinášející radost a pocit duševní a tělesné pohody. Interpersonální podpora je odvozována od principu soutěže s někým, nikoli proti němu, protihráči nejsou nepřátelé, ale ti, kteří udělují soupeřením povahu vzájemného testování (Coakley, 2001). Touha po vítězství poté odlišuje rekreační typ posilování od vrcholového, kdy sportovní úspěch je centrální hodnotou životního směřování (Sekot, 2008). Uživatelé fitcenter se rozřazují do skupin podle důvodu jejich návštěvy. První je skupina estetických důvodů, kdy se tato skupina pokouší ovlivnit estetiku a tvar své postavy. Této skupině náleží podskupiny s odlišnými cíli, které se dělí na nárůst svalové hmoty, snížení tělesné hmotnosti, změnu kompozice těla. Další je skupina zdravotních důvodů, kdy uživatelé mají snahu ovlivnit svůj zdravotní stav po úrazu nebo nemoci. Má podskupiny rehabilitace, regenerace, prevence. Poslední skupina je výkonnostních důvodů, kdy uživatelé mají touhu porovnávat svou výkonnost s ostatními na soutěžích. Podskupiny jsou kulturisté, kteří se zabývají estetikou v různých váhových kategoriích, siloví trojbojaři, kteří mezi sebou soupeří



v maximální síle při dřepu, benchpressu a mrtvém tahu, a dále strongmani, jejichž kategorie disponuje extrémními silovými cviky, jako je např. log lift, super yoke, tire flip (Kolouch, Boháčková, 1994). Poslední podskupinou je crossfit, který zahrnuje neustále se měnící funkční pohyby prováděné v poměrně vysoké intenzitě (Co je crossfit). Další způsob, jak můžeme rozdělovat motivy návštěv fitness center, je do čtyř skupin, kdy estetické skupině jde o změnu tvarů a proporcí vlastního těla a o změnu tělesné váhy. Zdravotní skupina se snaží o prevenci před onemocněními nebo celkově o zvýšení své odolnosti a výkonnosti. Pro jedince v sociální skupině je důležitá možnost sociálního kontaktu a možnost porovnat své výkony ve fitness s ostatními. Poslední je skupina prožitková, ta se snaží najít odreagování, relaxaci v pohybu a prožitky vlastního těla (Stackeová, D., 2004).

## **2.2. Historie fitness**

Pojem fitness prožívá opět velké bum minimálně v posledních pěti letech, přesto už od pravěku byla potřeba pohybu, kdy lidé potřebovali zlepšovat či udržovat fyzickou kondici pro manuální práce, lov nebo cestování (Brooks, 2003). Starověk také dbal na fyzickou a fyzickou kondici. Civilizace měly v tomto období fyzickou aktivitu spojenou s pojmem „well-being“, což je stav celkové pohody a spokojenosti, díky fyzickému a psychickému zdraví. Například v Číně fungovalo učení Konfucia, které zdůrazňovalo, že pohyb je prevencí před nemocemi. V podobném duchu fungovala jóga v Indii a Řecko bylo v 6. století př. n. l. centrem silových tréninků z důvodu častých válek a Olympijských her, kdy tyto hry byly vždy velkou společenskou událostí s velkou prestiží (<http://www.abc-of-fitness.com/>).

Během 18. století se začala rozvíjet gymnastika, která byla kombinací zdravotní, edukační a vojenské přípravy. Gymnastika začala především v Německu a ve Švédsku. Kolem začátku 20. století se v Americe začal prosazovat zdravý životní styl, kdy se začala objevovat hesla i od prezidentů o zdravém životním stylu, kteří šli i často sami příkladem. V tomto období se objevují profesionální siláci, kteří byli ovšem pouze baviči publika. Přesto byli předchůdci kulturistů a zvedali zájem společnosti o posilování (Brooks, 2003). Kulturista LaLanne položil základy dnešního posilování ve fitness centrech ve 20. letech 20. století, kdy vyvíjel cvičební programy a cvičební nářadí. Pomocí toho začaly silové tréninky nabývat významu mezi sportovci a začala se vytvářet komunita okolo posilování. Poté americký lékař DeLorme zmínil zdravotní výhody posilování u lidí, kteří prodělali operaci a hlavně vytvořil, dá se říct základní pravidlo cvičení, tři série po deseti opakování, které se používá dodnes (Silvester, 1992). Za druhé světové války americký vědec Cureton pomocí výzkumů lidského těla objevil další rozvoj posilování a tréninku. Pojmy aerobik, fitness, silové tréninky a zdravý životní styl se začaly postupně rozvíjet v 60. letech 20. století až do té podoby, která je nám známa dnes (Brooks, 2003).

### **2.3. Fitness centra**

Fitness centra a posilovny můžeme rozlišovat různými způsoby: dle velikosti, dle účelu nebo dle vybavení. Pro mé zkoumání využiji poslední zmínění, protože z mých zkušeností je v současné době toto dělení nejvíce užitečné pro náš výzkum. Fitcentra se dle vybavení dělí na fitcentra na bázi posilovny, která jsou vybavena jednoručními a nakládacími činkami, posilovacími přístroji,

kladkami a lavičkami. Cvičební programy jsou zaměřené hlavně na ovlivňování svalového aparátu. Dále fitcentra aerobně posilovací, která nabízejí především cvičení na přístrojích jako jsou např. stacionární kola, veslovací přístroje, našlapovací přístroje nebo přístroje simulující běh. Tyto fitcentra jsou určena hlavně pro kruhové posilovací tréninky. Posledním typem jsou fitcentra víceúčelová, kde je snaha kombinovat více variant tělesných cvičení či obecně péče o vzhled, což znamená, že se často jedná o kombinaci předešlých dvou typů fitcenter plus k tomu nabízí své služby například sauny, solária, své lekce jógy, aerobiku a dalších služeb (Kolouch, Boháčková, 1994). Poslední zmíněný typ fitcentra je v současnosti nejčastější. V dnešní době mají téměř všechna fitcentra trenéry nebo instruktory, kteří v jejich zařízení pracují a uživatelé si mohou zaplatit jejich služby ohledně rad v začátcích, oprav při špatném provedení cviku, podpory ve cvičení, tvoření tréninků a jídelníčků.

## **2. 4. Motivace**

Nejprve si tento pojem nejprve upřesníme, než budeme motivaci podrobněji definovat. Motivace je psychický stav vyvolávající aktivitu, chování či jednání a zaměřující se určitým směrem. Okamžitá i trvalá motivace je výsledkem předchozí průběžné celkové motivace, kdy se aktivně tvoří pohnutky jednání. Toto ovlivňování probíhá neustále, tedy i v časových úsecích, kdy si to účastníci interakce neuvědomují. Projevů motivace je několik: Konkrétní pohnutka, průběžná aktivace jednání, směrová determinace jednání, smysluplná struktura jednání, důvod pro určité jednání v situaci volby.

V tomto výzkumu, ohledně tématu motivace, se budeme opírat především o Self-Determination Theory (Sebedeterminační teorie), dále v textu uváděnou jako SDT. Výzkum k této teorii byl prováděn v mnoha zemích, výzkum zkoumá motivaci, lidský vývoj a zdravý životní styl (Deci & Ryan, 2008). Zásadní pro náš výzkum bude vnitřní a vnější motivace.

#### **2.4.1. Vnitřní motivace**

Tento druh motivace má každý z nás, kdy se jedná o jednání, které má zárodek z vlastní vůle jedince. Zkrátka toto jednání je chtěné a vrozené. Díky vnitřní motivaci člověk vyhledává a vykonává nové výzvy a úkoly, které si sám určí. Ze své vůle se snaží o sebevzdělávání a objevování (Deci & Ryan, 2008). Oproti vnější motivaci se jedná o prioritní, protože se jedná o autonomní motivaci, kdy člověk věří v sebe sama a svým schopnostem. Jedinec musí pociťovat své vlastní chování jako sebou kontrolované, že je schopen daný úkol zvládnout sám. Tato sebedůvěra se tvoří v podstatě ze sebe samotné, tudíž lze nazvat vnitřní motivaci jako sebereprodukční.

Pomocí vnějších vlivů lze vnitřní motivaci ovlivnit. V člověku lze díky již zmíněným vnějším vlivům sebedůvěru podpořit nebo zcela zničit. Takové vnější vlivy mohou být například blízké okolí jedince, sociální prostředí, ve kterém se jedinec pohybuje, sociální síť, hodnocení výkonu či peněžní odměna. Všechny příklady zmíněných vlivů uživatelů ve fitness existují. Blízké okolí je chápáno jako rodina, přátelé jedince atd. Sociální prostředí v našem případě může tvořit fitness centrum a sociální síť obsahují mnoho fitness kontentu a mezi fitness komunitou

je to velmi využíváno. Hodnocení výkonu je v podstatě hlavní znak fitness a peněžní odměny jsou na všech fitness soutěžích. Všechny tyto vlivy mohou vnitřní motivaci jedince poškodit nebo podpořit (Ryan & Deci, 2000).

V SDT je vnitřní motivace klíčovým faktorem, který člověka pohání dopředu, kdy chce přijímat nové výzvy, rozšiřovat si své znalosti a obzory. Ke zvyšování vnitřní motivace pomáhá pozitivní zpětná vazba, hledání optimálně náročných úkolů (Vallerand & Reid, 1984). K tomu slouží tři základní psychologické potřeby ovlivňující typ a sílu vnitřní motivace. Jsou to příslušnost, která znamená potřebu cítit spojení k druhým, kompetence, čímž je myšleno vlastní sebeuvědomění ve svých schopnostech vůči ostatním, zkráceně sebedůvěra. Poslední je autonomie, která označuje určitou samostatnost. Tyto psychologické potřeby jsou platné jak v kulturách individualistických, tak kolektivistických, proto také můžeme lépe určit, jak je motivace ovlivňována vnějšími vlivy, které mohou být různé, jako jsme si již uvedli několik příkladů výše v textu. Dle SDT má větší váhu znát kvalitu motivace spíše než její celkovou sílu. Co se týče síly motivace, tak vnitřní motivace se považuje za silnější a důležitější oproti vnější motivaci, protože ta se zaměřuje na dosažení daného výsledku. Naopak vnitřní motivace je o uspokojení sebe sama ze samotné činnosti (Ryan & Deci, 2000; Deci & Ryan, 2008). Vnímáním sebe sama se vnitřní motivace posiluje a nutí člověka pokračovat v dané činnosti.

## 2.4.2. Vnější motivace

Vnitřní motivace je v životě člověka zásadní, ale přesto je mnoho činností, které člověk nedělá ze svého vnitřního uspokojení. Od útlého věku nás pohání také vnější motivace, kdy se jedná o úkoly dané našimi rodiči, učiteli nebo trenéry, které nám připadají nezajímavé a nepodstatné. Stárnutím a dospíváním narůstají povinnosti a závazky, které jsou pro člověka čistě vnější motivací (Ryan & Deci, 2000). Ty mohou být například ve formě finanční odměny, sociálního uznání, přijetí od druhých, získání moci nebo prestiže a materiální odměny. Vnější motivace může být účinná v krátkodobém horizontu, ale z dlouhodobého hlediska má omezenou sílu při podněcování vnitřního růstu či rozvoje. STD ovšem odlišuje druhy vnější motivace podle internalizace, integrace hodnot, regulací činností nebo chování. Internalizace znamená, že jedinec přijímá danou hodnotu vnější motivace a následně je integrace přechodem, kdy se hodnota dostává do souladu s vlastním já jedince (Ryan & Deci, 2000). Tudiž je možnost změny chování, které bylo původně poháněno vnější motivací na pohon vnitřní motivací, ale pouze v případě, pokud dojde k internalizaci a integraci.

STD uvádí subteorii Organistickou integrační teorii, dále v textu uváděnou jako OIT. Tato subteorie rozlišuje různé formy vnější motivace a různé faktory, které napomáhají nebo brání k internalizaci či integraci chování jedince (Ryan & Deci, 2000). Představme si škálu, která řadí typy motivací podle míry, jak vychází ze samy sebe, kdy na jednom konci stojí amotivace, což je stav, kdy jedinec nemá žádný záměr ani úsilí konat činnost, a na druhém konci vnitřní motivace, která jak už jsme si zmínili, je autonomní, tudíž pochází z vlastního

já jedince. Mezi body amotivace a vnitřní motivace stojí vnější motivace, které se na škále pochybují na škále podle míry své autonomie.

Když si tyto vnější motivace popíšeme blíže tak první je externě regulovaná, ta funguje pouze pro zisk odměny nebo pro uspokojení vnějších požadavků, což představuje silnou vnější kontrolu, proto se pohybuje nejbliže u amotivace (Ryan & Deci, 2000). Stav, kdy jedinec přijímá hodnoty, ale pořád nejsou brány jako vlastní, se nazývá introjektovaná regulace. Jedná se sice o vnitřní uvědomění, ale i tak je stále přítomná vnější kontrola (Williams, Grow, Freedman, Ryan & Deci, 1996). Identifikační regulace je dalším bodem na zmíněné škále, kdy má základy položené na větší autonomii. Je blíže k vnitřní motivaci než introjektovaná regulace, protože se jedná o vědomé plnění cílů, kdy jsou brány jako osobně důležité. Integrovaná regulace je nejvíce autonomním typem vnější motivace, kdy jsou hodnoty činnosti plně vtisknuty do vlastního já jedince, ale ani tak se nejedná o vnitřní motivaci (Ryan & Deci, 2000). Zde stále jedinec vykonává činnost pouze pro dosažení výsledku. U vnitřní motivace si je jedinec vědom vlastní volbou a má pocit potěšení z činnosti. Proto se vnitřní motivace považuje za prioritní na rozdíl od vnější.

## **2.5. Fitness komunita**

Obecně komunita je chápána jako skupina lidí sdílejících určité charakteristiky, hodnoty, zájmy nebo prostředí. Klíčovými prvky komunity jsou sociální interakce, vzájemné vztahy a sdílení společných zdrojů či prostoru. Komunity mohou být velmi různorodé jak velikostí, tak charakterem. Od malých

skupin přes vesnice až po velká města a co se týče charakteru, tak existují etnické, náboženské, profesní či zájmové komunity. Důležitým aspektem je také pocit sounáležitosti a identity, který členové komunity sdílejí.

Fitness komunita je skupina lidí, která sdílí zájem o cvičení, zdravý životní styl a péči o své tělo. Tato komunita může být tvořena lidmi různých věkových skupin, pohlaví, sociálních tříd a zájmů, kteří se setkávají kolem společného cíle dosáhnout lepší kondice, síly, zdraví a lepší postavy. Jedním z hlavních prvků fitness komunity je podpora a motivace. Lidé v této komunitě se často vzájemně povzbuzují, sdílejí své úspěchy a výzvy. Také si poskytují rady a podporu při dosahování svých fitness cílů. To může zahrnovat společné cvičební aktivity, jako jsou tréninky ve skupině, společné účasti na sportovních událostech nebo sdílení tipů na stravování a cvičení. Dalším důležitým prvkem fitness komunity je sociální interakce a vytváření přátelství. Lidé, cvičící společně, často navazují nové přátelské vztahy a nacházejí podobně smýšlející jedince, s nimiž sdílejí své zájmy a zkušenosti. V neposlední řadě fitness komunita může také sloužit jako prostředek ke vzdělávání a získávání nových znalostí o cvičení, výživě a zdravém životním stylu. Lidé si vyměňují informace, doporučení a osvědčené postupy, což přispívá k celkovému rozvoji a zdokonalení jejich fitness praktik.

### **2.5.1. Vstup do fitness komunity**

V České republice v současné době často fungují fitness centra na systému založeném na jednorázových vstupech či na permanentkách, které jsou často na deset vstupů, měsíc, tři měsíce, půlroku nebo až na rok. Největší výhodou tohoto



způsobu je jednoduchost a srozumitelnost pro uživatele, když chtějí jít cvičit, tak si zaplatí za vstup a mohou využít danou posilovnu, bez další námahy. Tímto jednoduchým postupem vlastně už jedinec vstupuje do fitness komunity a stává se její součástí. Jednorázová platba za využívání služeb fitness centra uživatelem už dále nenutí ani nemotivuje k tomu, aby vůbec šel cvičit znovu. Za to permanentka už může fungovat jako vnější motivace a motivovat jedince k dalším vstupům. Každopádně ať už využitím jednorázového vstupu či permanentky vstupuje jedinec do určité komunity daného fitness centra či posilovny. Do začátků se doporučuje pronajmout si služby fitness trenéra, který se tímto může stát jedincovým „gatekeeperem“, který jedinci představí svět a komunitu fitness. Tuto roli může plnit i jedincův přítel či známý, který taktéž může člověku otevřít dveře do této komunity. Jak trenér, tak známý či přítel jsou nejčastějším klíčem do fitness. Ano, určitě existují i případy, kdy člověk se do komunity připojil sám, ovšem je to méně častým jevem.

### **2.5.2. Možné negativní aspekty fitness komunity**

I když fitness komunita obecně přináší mnoho pozitivních aspektů, existují i potenciální negativní stránky, které mohou ovlivnit některé jedince. Ve fitness komunitě může být tlak na dosažení vysokých výkonů či ideálního vzhledu. Tento tlak může vést k přemíře cvičení, riziku přetížení nebo poruchy příjmu potravy. Lidé se mohou také cítit pod tlakem při porovnávání svých výsledků a vzhledu s ostatními členy komunity. To může vést k pocitu nedostatečnosti nebo nespokojenosti se sebou samým. Dalším negativním aspektem může být to, že některé fitness komunity mohou být uzavřené nebo málo inkluzivní vůči lidem

různých tělesných typů, věkových skupin nebo úrovní fitness. To může vést k pocitu vyčlenění u jedinců, kteří se necítí dostatečně „fit“ nebo se necítí součástí této komunity. Může i nastat, že fitness komunita postrádá odborný dohled a vedení, což může zvýšit riziko zranění nebo nepřiměřeného tréninku. Další nepříjemností může být pro některé jedince začátek cvičení a zapojení do fitness komunity přerůst do obsese nebo závislosti, což může mít negativní dopad na jejich fyzické i duševní zdraví. Je důležité si uvědomit, že tyto negativní stránky se nevyskytují ve všech fitness komunitách a že mohou být řešeny správným vedením, komunikací a podporou. Poskytování prostoru pro různorodost a inkluzi, zdůrazňování zdraví před vzhledem a poskytování odborného dohledu jsou klíčové k vytvoření zdravé a pozitivní fitness komunity.

## **2.6. Zavedený uživatel vs. Klient (nový uživatel fitness center)**

Fitness klienta, který začíná využívat služeb fitness centra, můžeme nazvat "novým uživatelem fitness centra". Tato terminologie se často používá pro ty, kteří se teprve seznamují s prostředím fitness centra, jeho vybavením a nabízenými službami. Nový uživatel může potřebovat čas na orientaci v zařízení, seznámení se s tréninkovými metodami a možnostmi, které fitness centrum poskytuje. Naopak běžný uživatel už má nebo může mít zavedené postupy cvičení, je dobře seznámen s prostředím a vybavením posilovny. Tyto dva typy cvičenců se liší několika aspekty. Základní rozdíl spočívá v cílech. Fitness klient často pracuje s osobním trenérem a má konkrétní cíle, kterých chce dosáhnout, jako například zvýšení svalové hmoty, zlepšení kondice nebo úbytek tělesného tuku. Tyto cíle mohou být specifické a měřitelné. Běžný uživatel fitness centra může mít širší

spektrum cílů, včetně udržení aktivity, zdravého životního stylu nebo jednoduše relaxace a zábavy. Další aspekt, ve kterém jsou tyto dvě skupiny rozdílné je tréninkový plán, kdy fitness klient často pracuje s osobním trenérem, který mu poskytuje individuálně navržený tréninkový plán odpovídající jeho cílům, potřebám a fyzickému stavu. Běžný uživatel fitness centra může tréninkový plán vytvářet sám nebo využívat obecné tréninkové programy poskytované fitness centrem. Dalším je podpora, kdy fitness klient má obvykle přímý přístup k osobnímu trenérovi, který mu může poskytnout odbornou radu, motivaci a podporu při dosahování cílů. Běžní uživatelé fitness centra se mohou spoléhat na podporu svých známých či přátel ve fitness centru, ale nemají vždy přístup k individuálnímu poradenství. Posledním aspektem je zodpovědnost, kdy fitness klient často nese větší míru zodpovědnosti za svůj trénink a dosahování cílů, protože pracuje přímo s osobním trenérem, který mu může pomoci s plánováním a monitorováním pokroku. Běžný uživatel fitness centra může mít nižší míru zodpovědnosti, protože nemusí mít přímou motivaci nebo podporu k dosahování konkrétních cílů. Celkově lze říct, že fitness klient je obvykle více zaměřen na dosažení konkrétních výsledků a může mít větší podporu a strukturu ve svém tréninku díky spolupráci s osobním trenérem, zatímco běžní uživatelé fitness centra mohou cvičit více nezávisle a méně strukturovaně.

### **2.6.1. Zavedený uživatel fitness center**

Běžný uživatel fitness centra má obvykle určité charakteristiky a zvyklosti, které se mohou lišit v závislosti na jeho cílech, zkušenostech a preferencích. Obecných charakteristik běžného uživatele fitness centra je hned několik. Prvním

z nich je pravidelnost, kdy běžní uživatelé fitness centra mají tendenci chodit cvičit pravidelně, ať už je to několikrát týdně nebo denně, v závislosti na jejich plánu tréninku. Často mají stanovené cíle, jako je zlepšení kondice, ztráta váhy, nárůst svalové hmoty nebo zlepšení celkového zdraví a pohody, tudíž mohou být zaměřeni na určité cíle. Dalším z nich je variabilita cvičení, protože běžní uživatelé fitness centra často provádějí různorodé cvičení, včetně kardiovaskulárních cvičení (běh, chůze na rotopedu, jízda na kole), posilování s vlastní vahou nebo pomocí strojů a volné váhy, ale také cvičení na zlepšení flexibility. Také jsou sami za sebe zodpovědní, kdy jsou schopni sami sebe motivovat a držet se svých cvičebních plánů. To zahrnuje schopnost dodržovat cvičební rutinu, správně provádět cviky a monitorovat svůj pokrok. Také mohou ovládat rozmanitost cvičebních forem. Mnozí běžní uživatelé mají rádi různé formy cvičení a vyzkoušejí různé programy nebo cvičební styly, aby udrželi svou motivaci a zábavu. Objevuje se u nich také zájem o výživu, kdy vedou zdravý životní styl, který zahrnuje také zájem o stravování a výživu, aby podpořili své cvičební úsilí a dosáhli svých cílů. Využívají služeb fitness centra a jsou ochotni využívat širokou škálu služeb a zařízení poskytovaných fitness centrem, jako jsou tréninkové zóny, skupinové lekce, osobní trénink, sauna nebo bazén. Důležitou charakteristikou je i respekt k ostatním uživatelům, kdy běžní uživatelé fitness centra respektují pravidla a pokyny provozovatele a respektují také ostatní uživatele centra.

### **2.6.2. Nový uživatel fitness center (klient ve fitness)**

V komunitě fitness je často používaným termínem klient, který je označením pro jednotlivce, který využívá služby a rady od profesionála v oboru, tedy fitness trenéra (Oxford Dictionary, 2005). Termín klient se běžně používá i ve vztahu k osobnímu tréninku, kde může být chápán jako zákazník nebo návštěvník. Nicméně pojmy návštěvník a zákazník nejsou ve spojitosti s osobním tréninkem tak často užívány jako pojmy sportovec, svěřenec nebo cvičenec.

Nový uživatel fitness center je jedinec, který se teprve seznamuje s prostředím fitness z pozice nováčka. Ve sportovní činnosti se osobnost jedince neustále formuje a mění. Rozvoj sportovní výkonnosti není pouze otázkou svalů a fyzického tréninku, ale souvisí i s rozvojem celé osobnosti. Je důležité, aby se jedinec zapojil do svého sportovního výkonu celou svou osobností, což zahrnuje nejen fyzické schopnosti, ale také mentální aspekty, jako je motivace, vytrvalost, odhodlání a schopnost řešit problémy. Pro určení osobnosti, kterou klient má, se mohou využívat všelijaké diagnostické testy, které určí osobnost a temperament jedince a další vlastnosti jako je sociální role, motivace, morálka a tak dále (Sekot, 2004). Ovšem v prostředí fitness center tyto metody trenéři využívají velmi zřídka. Fitness trenéři spíše poznávají osobnost klienta při samotné práci s ním a postupně jsou schopní určit alespoň základy osobnosti klienta a nadále podle toho pracovat. Ku příkladu temperament klienta lze často snadno rozpoznat podle klientovo chování a reakcí (Sekot, 2004).

Různé typy osobností mohou vyžadovat odlišné přístupy k tréninku ve fitness. Flegmatici jsou jedinci často vytrvalí a odolní vůči dlouhodobé zátěži. Pro ně jsou vhodné vytrvalostní činnosti, jako třeba běh, jízda na kole nebo dlouhé plavání, protože dokážou vydržet dlouhé období fyzické aktivity. Cholericci jsou obvykle dynamičtí a mají tendenci k vysoké intenzitě. Pro ně jsou nejvhodnější rychlostní činnosti s maximální intenzitou, jako jsou intervalové tréninky, sprinty nebo posilování s vysokým zatížením. Sangvinici jsou společenší a adaptabilní. Mají sklony ke kolektivním sportům a týmovým aktivitám. Pro ně mohou být vhodné sporty jako fotbal, basketbal nebo volejbal, které umožňují sociální interakci a spolupráci s ostatními. Melancholici jsou často precizní a toužící po výzvách. Mají rádi extrémní situace a hledají nové a náročné úkoly. V oblasti fitness mohou preferovat různé druhy významných výzev, jako jsou extrémní tréninky, adrenalinové sporty nebo soutěžní disciplíny. Přizpůsobení tréninkového plánu a aktivity jednotlivým typům osobností může vést k efektivnějšímu tréninku a lepším výsledkům (Sekot, 2004). Jistě, že neexistují jedinci s čistě vyhrazeným typem osobnosti. Tyto osobnosti se často prolínají, ale beztak trenérům i klientům může porozumění typu osobnosti klienta pomoci ve vzájemné spolupráci ve fitness.

Dalším dělením fitness klientů je podle pěti typů. Prvním je Vylepšovatel (Improver), který má v oblibě časté a malé změny kosmetického rázu, jako je třeba změna tělesné hmotnosti. Potřebuje ovšem rady a podněty od trenéra k dosažení výsledků. Jako druhý je Přizpůsobivec (Adapter), který usiluje o zlepšení všech aspektů zdravého životního stylu, například aerobní kapacity plic

nebo podkožního tuku. Může to být sportovec, který si dává pauzu od svého hlavního sportu. Preventista (Preemptor) zase kombinuje prvky prvních dvou typů a touží po fit těle a zlepšení fyzické kondice. Hledá vyvážený přístup k tréninku a motivuje se prevencí zdravotních problémů. Dalším typem je Zraněný (Rehabber), který požaduje služby trenéra především ohledně rehabilitace a zesílení určité partie po zranění. Trenér by měl mít znalost v rámci anatomie a biomechaniky. Měl by být schopný vytvořit i speciální tréninkový plán pro zraněného. A jako poslední je Soutěživý (Achiever), ten může soutěžit v různých fitness disciplínách a je motivován dosažením daných cílů. To znamená, že může mít nadměrné požadavky jak od sebe, tak od jeho okolí. Každý z těchto typů klientů má specifické potřeby a cíle, díky kterým by měl trenér přizpůsobit svůj přístup a tréninkový plán (Roberts, 1996).

## **2.7. Fitness trenéři jako součástí komunity**

Skoro každý, kdo se snaží začít v oblasti fitness a tím se zlepšit ve svém sportovním výkonu, zlepšit svou postavu a začít zdravý životní styl, zdokonalit svou techniku nebo dosáhnout jiných cílů ve sportu, potřebuje osobu, která ho bude vést a pomáhat mu rozvíjet jeho potenciál. Tento způsob začátku je v dnešní době úplně normální či dokonce se začátečníkům doporučuje. Tuto roli obvykle zastává trenér, což je odborně nebo pedagogicky vzdělaný pracovník v oblasti tělesné výchovy, který má za úkol vést sportovce v tréninkovém procesu, připravit je na sportovní události, spoluvytvářet dosažitelné výsledky, jak v soutěžích, tak i mimo ně. Fitness trenér může mít širokou paletu úkolů a povinností vůči klientovi, kdy má být jejich práce spíše pedagogická, protože trénink může být

brán za specifickou edukační jednotku, kde se jedinec učí ovládat technické a taktické dovednosti, které jim poté pomohou dosáhnout svých požadovaných cílů (Brooks, 2003).

### **2.7.1 Typy trenérů a jejich motivace jedince/klienta**

Začneme od typu, který je tvrdý, nekompromisní a vyžaduje přesné plnění zadaných úkolů, tedy velkou disciplínu. Tento typ se nazývá autoritářský (Hard-nosed), díky jeho až krutosti a přísnosti v dodržování pravidel může být neoblíbený. Opakem je přátelský trenér (Nice guy), ten používá spíše pozitivní přístupy na rozdíl od Autoritáře, kdy se o jedince zajímá, motivuje ho a dokáže vycházet vstříc, co se týče změn v tréninku. Při jeho vedení vzniká často uvolněná atmosféra. Ovšem někteří mohou považovat tento přístup za slabý a málo efektivní. Podobným typem k autoritáři je naopak intenzivní trenér (driven), který méně trestá, ale za to může brát určité věci osobně a drammatizovat různé situace. Tato emoční nestabilita a náročnost jeho požadavků může být odrazující pro některé jedince. Nenáročný trenér (easy going) je naopak uvolněnější a tím pádem jsou uvolněnější i jeho tréninkové jednotky, kdy často může docházet k improvizaci. Ovšem díky jeho volnějším stylu může docházet k absenci intenzivního procesu tréninku, tudíž tréninky mohou být často i dost neefektivní. Poslední je chladný počtář (business like), který je chytrý a vypočítavý, soustředí se převážně na vzdělávání a nasávání nových informací, ale zaostává na straně lidskosti a na straně emoční stránky. Neumí vytvořit příjemnou atmosféru na tréninku. Žádný trenér není plně vyhraněný a není výhradně jen jedním typem, pouze se může přibližovat (Svoboda, 1997).



### **2.7.2. Vztah klient a osobní trenér**

Vztah mezi osobním trenérem a klientem je základem úspěšné spolupráce a často stojí či padá na důvěře, kterou klient v trenéra vkládá. Bez této důvěry jsou veškeré rady a znalosti, které trenér poskytuje, méně účinné a mohou být vnímány jako zbytečné. Důvěra je klíčovým prvkem pro efektivní komunikaci a spolupráci mezi oběma stranami. Každý klient je jedinečný, proto není možné stanovit obecná pravidla a chování pro všechny. Je nezbytné, aby každý trenér individuálně přizpůsobil tréninkový plán každému klientovi. To znamená porozumět specifickým potřebám, cílům, schopnostem a preferencím každého klienta a navrhnout plán, který je pro něj nejen efektivní, ale také přístupný a udržitelný v dlouhodobém horizontu. Trenér musí vytvořit prostředí důvěry a otevřenosti, ve kterém se klient cítí podporován a motivován k dosažení svých cílů. To zahrnuje nejen poskytování odborných znalostí a dovedností, ale také empatii, pochopení a schopnost naslouchat a reagovat na potřeby klienta. Pouze tehdy může být vztah mezi trenérem a klientem skutečně efektivní a plodný pro obě strany.

### **2.7.3. Ideální práce trenéra s klientem**

Od samého počátku setkání s klientem se trenér snaží vytvořit vztah založený na vzájemné důvěře a respektu. Tento vztah je klíčový pro úspěšnou spolupráci a dosažení cílů klienta. Trenér se snaží klienta vnímat jako rovnocenného partnera a respektuje jeho individuální potřeby, motivace, přání a cíle. Každý trenér si je vědom toho, že každý klient je jedinečný a může vyžadovat odlišný přístup. V závislosti na osobnosti klienta, jeho motivaci a cílech, může trenér volit různé úrovně zaměření v komunikaci

a zacházení s klientem. Klíčem k úspěchu je schopnost trenéra flexibilně reagovat na potřeby a preference každého klienta a vytvořit prostředí, ve kterém se klient cítí podporován a motivován k dosažení svých cílů. Někteří klienti mohou vyžadovat více strukturovaný a vedený přístup, zatímco jiní mohou preferovat více autonomie a svobody ve svém tréninkovém procesu (Lazarová, 2008). Záleží, na jakých motivacích jedinec funguje. Zda převažují vnitřní či vnější motivace.

Roberts dále zdůrazňuje, že není možné nalézt čistě oddělené typy klientů. Stejně jako u jiných typologií se charakteristiky klientů mohou vzájemně prolínat a překrývat. Každý jedinec může vykazovat rysy více než jednoho typu a jeho potřeby se mohou v průběhu času měnit. Proto je důležité, aby osobní trenér byl schopen flexibilně reagovat na individuální potřeby a preference každého klienta (Roberts, 1996).

### **3. Analytická část**

#### **3.1. Metodologie**

Mnoho výzkumů zkoumalo oblast fitness a motivace, při kterých mělo velké množství takový závěr, který se týkal estetických motivů, kdy se ženy chtějí, ve většině případů, zbavit určitého množství tuku. Především na bocích, stehnech a hýždích. Stejně tak chtějí často zpevnit svaly, především na horní polovině těla. Obvyklým průběhem u mužů je úsilí o nárůst svalové hmoty, síly a úsilí o redukci tuku, zejména v oblasti břicha (Stackeová, D., 2004). Tato práce bude zkoumat motivaci v oblasti fitness z jiného úhlu. Studie, která souvisí s tímto tématem je například „Understanding motivation for exercise: A self-determination theory

perspective.“ Od Wilsona, P. M., Macka, D. E., & Grattana, K. P. z roku 2008, která stejně jako tento výzkum se opírá především o Self-Determination Theory od Deciho a Ryana, kdy tuto teorii ověřují, zda platí ve vztahu motivace s fyzickou aktivitou. Také zkoumají důležitost základních psychologických potřeb. Dostupné výsledky této studie potvrzují správnost mnoha tvrzení SDT (Wilson, P. M., Mack, D. E., & Grattan, K. P., 2008). Jako další studii, na kterou můžeme poukázat je „Motives, Motivation and Exercise Behavioral Regulations in CrossFit and Resistance Training Participants“ z roku 2018, jejíž autory jsou Douglas Popp Marin, Luis Felipe Tubagi Polito, Denis Foschini, Christiano Bertoldo Urtado a Rosemari Otton. Tato studie také využívá SDT, kdy porovnává dva typy cvičení v uspokojování základních psychologických potřeb, jedná se o crossfit a odolnostní trénink. Výsledky z tohoto výzkumu podporují vztah mezi uspokojením psychologických potřeb, vnitřní motivací u účastníků, jak u crossfitu, tak u odolnostního tréninku (Marin, D. P., Polito, L. F. T., Foschini, D., Urtado, C. B., Otton, R., 2018).

V této bakalářské práci jsem zvolil kvalitativní přístup, kdy se zaměřuji na výzkum v oblasti fitness center s důrazem na komparaci postojů zavedených a nových uživatelů těchto center. Hlavním tématem je jaké jsou důvody a jak vnímají své návštěvy fitness center. Zvláštní pozornost budu věnovat vnitřní motivaci jednotlivých skupin uživatelů a tomu, jakým způsobem je ovlivňují jejich předešlé zkušenosti či očekávání. Zkoumáním postojů zavedených uživatelů se zaměřuji na jejich motivaci vyplývající z předchozích zkušeností a na identifikaci klíčových faktorů, které tuto motivaci podporují či oslabují.

Naopak u nových uživatelů je klíčové zjistit, jaké jsou jejich motivace k prvním návštěvám fitness center a zda se jejich očekávání potvrdila či nikoliv, zda se jejich motivace v čase proměnily.

V praktické části práce budou použity rozhovory s respondenty, zahrnující jak stálé uživatele fitness center, tak ty nové. Během těchto rozhovorů budou zkoumány motivace, primárně vnitřní, jednotlivých skupin. Metodologie výzkumu bude založena na polostrukturovaných rozhovorech s fitness uživateli, které budou sloužit k získání potřebných dat pro analýzu.

### **3.2. Výzkumné cíle a otázky**

Jedním z hlavních cílů této práce je porovnání vnitřní motivace k navštěvování fitness center u zavedených a nových uživatelů, kdy hypotéza této práce zní: Zavedení uživatelé mají výhodu silnější vnitřní motivace oproti novým uživatelům fitness center. Pro objasnění této výzkumné otázky a otestování hypotézy využiji v rozhovorech témata motivace uživatele, uživatel a jeho styl cvičení, znalosti uživatele a zásadní změny životního stylu, kdy všechny tyto hlavní okruhy jsou tvořeny z různých otázek týkající se daného tématu. Dalším cílem bude pomocí rozhovorů a jejich následnou analýzou odpovědět na podotázku: Pravidelnost návštěv fitness center zvyšuje vnitřní motivaci uživatelů, a naopak odkládání návštěv značí slabší vnitřní motivaci a převládá vnější.

### **3.3. Výzkumný vzorek**

Pro velikost výzkumného vzorku jsem zvolil celkem šest uživatelů fitness center, tuto velikost se mi povedlo splnit a provedl jsem celkem šest rozhovorů. Polovina participantů, tedy tři, byla vybrána do skupiny stálých uživatelů a druhá zase byla označena jako noví uživatelé. První kritérium, které jsem zvolil pro výběr vzorku obou skupin byl věk v rozmezí dvacet až třicet let. Toto rozmezí jsem vybral z důvodu, že tato věková skupina dle mého je nyní v České republice nejpočetnější v komunitě fitness, tudíž už mohou být spojeni s fitness delší dobu nebo právě s ním začít. Další kritérium nám pomohlo odlišit dvě skupiny a to, jak dlouho participant pravidelně navštěvuje fitness centra, kdy skupina stálých uživatelů pravidelně navštěvuje fitness centra šest měsíců a déle. Naopak skupina nových uživatelů pravidelně pět měsíců a méně. Toto kritérium už jsem si zjistil ještě před samotným rozhovorem, kdy jsem buďto participanta znal od vidění už delší dobu z fitness centra nebo se jednalo o mého známého či známou z této komunity. Dotázal jsem se při optání se, zda by byl zájem být součástí tohoto výzkumu, na délku doby, kdy pravidelně navštěvují fitness centra. Toto kritérium jsem si potvrdil poté v následném rozhovoru.

### **3.4. Metoda sběru dat**

Pro tento výzkum jsem využil polostrukturované rozhovory pomocí, kterých jsem se snažil získat vhled a porozumění do tématu motivací a postojů uživatelů fitness center. Poté bylo cílem porovnat mezi sebou právě motivace

a postoje stálých a nových uživatelů fitness center ohledně jejich posilování a fitness životního stylu. Mé osobní zkušenosti z oblasti fitness a teoretická část mé práce ohledně motivace a její dělení na vnitřní a vnější mě inspirovalo k výše zmíněným výzkumným otázkám. Proto se snažím do tohoto téma více proniknout pomocí kvalitativní metodologie.

Rozhovory byly vždy předem domluvené po kontaktování participantů, kdy si sami vybírali prostředí, kde bude rozhovor probíhat, aby se cítili co nejvíce komfortně. Tímto způsobem bylo provedeno všech šest polostrukturovaných rozhovorů s otevřenými otázkami. Což dotazovaným napomohlo k vyjádření všech svých subjektivních postojů a názorů na dané téma. Rozhovory jsem prováděl tedy s třemi ženami, kdy dvě byly novými uživateli fitness center a jedna stálým uživatelem. Ze tří mužů byli dva stálí a jeden nový uživatel. Dotazování ani témata se nijak nelišila, všechny skupiny rozhovorů byly vedeny stejným způsobem. Rozhovory s novými uživateli trvaly kratší dobu, v průměru třinácti minut oproti rozhovorům se stálými, kdy byl průměrný čas kolem osmnácti minut. Nejdelší rozhovor měl dvacet jedna minut. V příloze jsou k vidění témata rozhovorů, které byly využívány při rozhovorech.

### **3.5. Etické zásady**

Praktická část výzkumu byla v souladu s etickými principy a standardy. Participantů měli možnost dotazů a byly jim poskytnuty veškeré nutné informace k posouzení, zda chtějí být součástí výzkumu. Před začátkem rozhovorů byli všichni účastníci seznámeni s cílem výzkumu a průběhem rozhovoru. Také jim

byly upřesněny možné důsledky své účasti. Při zpracovávání záznamů se bral ohled na zachování anonymity účastníků a důvěrnosti jejich údajů. Se všemi daty ze záznamů bylo zacházeno tak, aby identita účastníků nebyla možná určit. Účastníci měli možnost sdělit své postoje a názory bez možných odsudků či znevážení. Data z rozhovorů byla využita pouze pro účely této bakalářské práce. S těmito daty bylo zacházeno v souladu s etickými standardy výzkumu.

### **3.6. Analýza dat**

Po dokončení rozhovorů jsem je přepsal do dokumentu a poté využil kódování dat pro analýzu. Několikanásobné čtení textů doprovázela identifikace otevřených kódů v textu, které jsem posléze rozřazoval do kategorií. Z toho vplynula základní témata, kterými jsou: začátky cvičení, důsledky cvičení, znalosti a příprava tréninku, změny životního stylu. Pomocí těchto témat jsem se snažil porovnat vnitřní motivace stálých a nových uživatelů fitness center, tudíž mým cílem bylo odpovědět na všechny výzkumné otázky.

### **3.7. Představení participantů**

První rozhovor byl s participantkou Denisou, které je dvacet let. Denisa pravidelně cvičí čtyři měsíce, třikrát až čtyřikrát týdně. Poprvé navštívila posilovnu se svým spolubydlícím. Další rozhovor byl proveden s Janem, kterému je dvacet tři let. Ze začátku doma cvičil pouze s vlastní vahou už od šesté třídy na základní škole, nyní dochází do fitness centra pravidelně již pět let. Ve fitness má velké ambice, takže v posilovně stráví týdně mnoho času. Dále je tu jednadvacetiletá Václava, která cvičí pravidelně čtyři měsíce, posilovnu

poprvé navštívila se svou kamarádkou. Pravidelně cvičí třikrát týdně. Do fitness center dochází nejen kvůli cvičení, ale také poznávat nové lidi. Gabriela, které je dvacet tři let, cvičí pravidelně dvakrát až třikrát týdně po dobu dvou let. Ta se do fitness centra poprvé dostavila po covidu, kdy jí chyběl pohyb. Čtyřiaadvacetiletý Tomáš, který posiluje pravidelně třikrát až čtyřikrát týdně přes rok a půl, začal cvičit kvůli nadváze a rehabilitaci kolene pod vedením fitness trenéra. Posledním účastníkem je Ondřej, který letos oslaví třicáté narozeniny, cvičení se pravidelně věnuje dva měsíce. Fitness centrum navštěvuje dvakrát až třikrát týdně pod vedením fitness trenéra, na základě své nízké tělesné hmotnosti s cílem nabrat svalovou hmotu.

## **4. Analýza**

### **4.1. Začátky posilování**

Ve fitness je všeobecně doporučováno začínat v nejlepším případě s fitness trenérem, který má zkušenosti z oboru a umí vysvětlit vše od techniky cviků, přes rozplánování tréninku, až po jídelníček. Případně začít navštěvovat fitness centra alespoň se známým, který už má nějaké předchozí zkušenosti, důvodem je, aby uvedl jedince do dění. Člověk bez zkušeností, vedení a znalosti limitů vlastního těla, může tak dané cviky, ať už s vlastní vahou či s pomocí strojů, provádět či využívat nesprávně. To může mít lehké až doživotní následky. I přes doporučení pomoci při začátcích a hrozby následků se najdou jedinci, kteří se rozhodnou prostředí fitness center objevovat sami.



Nejčastějšími důvody, proč začít navštěvovat fitness centra jsou snížení či navýšení tělesné váhy, vytvarování svalů nebo zpevnění postavy a zlepšení fyzické kondice. U žen je tedy většinou důvod začátku s cvičením zpevnění svalů v oblastí hýždí, stehen a břicha, což je velmi spjato se snížením tělesné hmotnosti. U mužů je to naopak vytvarování svalů, které zase závisí na zvýšení tělesné váhy (Stackeová, D., 2004).

Na základě získaných rozhovorů se ukázalo, že většina participantů vskutku nezačínala navštěvovat fitness centra bez doprovodu či pomoci zkušenějšího, ale naopak volila začátky až už s fitness trenérem nebo se stálým uživatelem.

*„Začínala jsem se svým spolubydlicím, protože on začínal už dýl než já a on si najal fitness trenéra.“ (Denisa, 20 let)*

*„Já když jsem začal, tak jsem chodil v podstatě jenom s trenérem, protože vlastně mojí ségry manžel je fyzió a k tomu dělá i trenéra, takže jsem chodil jenom s ním ze začátku.“ (Tomáš, 24 let)*

Jako další souhlasí i důvody začátků se cvičením ohledně změny tělesné hmotnosti. Noví uživatelé se stále pohybují v tomto stádiu, kdežto u stálých se již objevují jiné důvody motivace. Jedná se především o zpevnění těla, nabrání svalové hmoty či zvýšení fyzické kondice.

*„Chtěl jsem bejt větší, chtěl jsem vyrůst, ano ((smích)). Nebylo mi dáno, tak jsem si to musel získat.“ (Jan, 23 let)*

*„Chci prostě nabrat. Celej život se potýkám s tím, že jsem vyhublej a ted' už mám na to konečně čas a finance.“ (Ondřej, 29 let)*

*„No, především jsem chtěla shodit nějaký to kilo, přece jen, blíží se léto, takže do plavek ideál.“ (Václava, 21 let)*

## **4.2. Důsledky cvičení**

Výsledkem pravidelného posilování nebo cvičení nemusí být pouze vylepšení tělesné stránky, ale získání optimistické nálady, zmenšení či ztráta stresu, pocit plné energie do celého dne nebo zvýšení sebevědomí a sebedůvěry. Je dokázáno, že cvičení zvyšuje psychologický pocit blaha jedince tím, že zlepšuje sebeúctu a sebevědomí (McDonald a Hodgdon, 1991).

Většina stálých uživatelů z výzkumného vzorku, na rozdíl od začínajících, bere navštěvování fitness center jako svou rutinu, kdy pro ně trénink není jen povinností, ale zábavou. Fitness centra tedy navštěvují z vlastní vůle, nikoliv z vnějších vlivů. Tím se jejich vnější motivace přeměňuje na vnitřní motivaci, což vyvolává pocit štěstí, dobré nálady a uvolnění od stresu po dobře odvedeném tréninku, díky tomu vnitřní motivace reprodukuje sebe sama.

*„Dřív to bylo vyloženě, že dřív to bylo kvůli výkonu, kvůli prostě kolenu a kvůli té váze, fyzičce a zdraví. Jo a ted' už to dělám vyloženě jako pro sebe a pro nějakou jako mentální prostě stránku, že mi to dělá dobře prostě.“ (Tomáš, 24 let)*

*„Jsem plná energie a opravdu mam třeba dobrou náladu z toho, že už jsem ten den něco udělala, že ten celej den prostě neproležím anebo někde neprosedím.“ (Denisa, 20 let)*

*„Díky tomu cvičení odchází, nebo přicházím o ten stres, vlastně ho jako ze sebe vypudím, tím cvičením, takže jsem potom mnohem víc klidnější. Když je to dobrej trénink, tak mam lepší náladu.“ (Honza, 23 let.)*

### **4.3. Znalosti a příprava tréninku**

Mezi zavedenými a novými uživateli je jedním z hlavních rozdílů znalost v oblasti fitness. Ovšem mají stejné to, že obě kategorie mají možnost vyhledávat stále další informace, rady a tipy. Což je znakem vnitřní motivace, kdy má jedinec zájem o sebevzdělávání a samostatnost (Deci & Ryan, 2008). V dnešní době se k objevování fitness obsahu využívají převážně sociální sítě, čehož mohou využívat například influenceři ke svému zviditelnění. Ke zjišťování informací neslouží pouze sociální sítě, ale nadále i komunikace mezi návštěvníky fitness center, trenéry, kdy si navzájem mohou vyměňovat zkušenosti a doporučovat užitečné tipy. Vyhledávání nových informací a celkové sebevzdělávání se objevilo i u zavedených uživatelů z výzkumného vzorku.

*„Sociální sítě používám jako inspiraci ke tvorbě plánu cvičebního nebo tam dávají i jídelníčky, taky se člověk může inspirovat.“ (Gabriela, 23 let)*

*„Jako postupně třeba jednou za 14 dní, za 3 tejdny si napíšu s tím trenérem prostě, proberem to a teď už třeba jednou za 3 tejdny máme trénink, vždycky mi něco přidá i na tom stroji. Takže se jako snažim postupně jako na tom učit.“ (Tomáš, 24 let)*

V rámci plánování tréninků jsou opět značné rozdíly mezi stálými a novými uživateli. Zatímco u stálých uživatelů jde především o vlastní naplánování,

kdy jsou si jistí svou samostatností a znalostmi. Také jsou zodpovědní sami za sebe, jsou schopni sami sebe motivovat a držet se svých cvičebních plánů. U nových návštěvníků se objevuje pomoc s plánem tréninku i se samotnou motivací od trenéra nebo od zkušenějšího jedince. Tento rozdíl mezi stálými a novými uživateli je viditelný i u vzorku tohoto výzkumu.

*„Tak ze začátku, když jsem začínal cvičit, tak jsem sázel na nějaký tréninkový jednotky od těch influencerů, ale momentálně už vim na co se potřebuju zaměřit a co mám pro to dělat, takže si to vymyslím sám. Zaměřuju se třeba na měsíc, dva dopředu, na to, co potřebuju a k tomu postupně nabaluju.“ (Jan, 23 let)*

*„Hele, každej trénink předem konzultuju se svým trenérem, kterej mi pak následně ty tréninky tvoří. Sám si na to ještě netroufnu. Hlavně ten trenér mě k tomu fitku vždycky dokope, i když se mi třeba nechce.“ (Ondřej, 29 let)*

Dále se u cvičení čas od času objevuje improvizace, ta může opět docházet u obou kategorií akorát v jiné formě. Vzorek participantů u tohoto výzkumu ukazuje, že u zavedených uživatelů se improvizace objevuje poté, co v posilovně nelze provést přesný plán, který měli naplánovaný dopředu. Naopak noví uživatelé jsou schopní přijít do fitness centra bez předem daného plánu a vymýšlet program tréninku až na místě. Plánování nových výzev a úkolů, což zahrnuje i plánování cvičebních plánů, je dalším znakem vnitřní motivace (Deci & Ryan, 2008).

*„No, improvizace... prostě si řekneme, dneska jdeme cvičit to a to, vždycky předtím si dáváme třeba 20 minut na běžícím páse, že chodíme (.) do kopce na tom,*

*že se vždycky to, u toho se bavíme, co to, co dáme. Ale zaměřujeme se vždycky na partie, který máme zrovna v tréninkovém plánu, takže tam jde o improvizace spíš ohledně konkrétních cviků.“ (Denisa, 20 let)*

*„No, jako snažím se tý improvizaci vyhnout, ale když musím, tak musím. Jako improvizace nějaká, když jsou třeba zabraný stroje, na který jsem chtěl prostě jít, tak jako jo, problém mi to nedělá. Bud' přeskočím cvik a nechám ho na pak, nebo prostě jedu něco jinýho na stejnou tu partii, co má prostě stejný výsledky.“ (Tomáš, 24 let)*

K přípravě tréninku patří i občasné vynechání, ať už kvůli nemoci, práce či jiný důvodů. Záleží, jak k tomu jedinec přistoupí, má několik možností. Může si trénink nahradit v jiný den nebo v jiný čas nebo třeba jinou sportovní aktivitou, jako je například běh, plavání, míčové hry. Ale také nemusí absenci naplánovaného tréninku v posilovně vůbec nahradit. Většina participantů z tohoto výzkumu, kteří jsou označeni jako stálí uživatelé, ti vynechávají velmi zřídka, jelikož svůj denní program sestavují kolem fitness tréninku, protože to je jejich hlavní část dne. Což jsou opět znaky vnitřní motivace, kdy při vynechání může jedinec pociťovat dokonce i pocit viny. Naopak nenahrazení plánovaného tréninku jiným způsobem lze považovat za znak slabé vnitřní motivace jedince.

*„No tak většinou je to z časových důvodů, že na to není bohužel čas, to mě teda štve dost, jsem smutnej, protože se na ten trénink těším, na každou partii. Ale jako obětovat pro trénink, no to jsem asi schopnej obětovat jako*

*všechno. Vždycky to udělám tak, abych tam ten trénink vecpal, jako maximálně kvůli škole to třeba posunu, ale jinak prostě jedu. “ (Jan, 23 let)*

*„Jako když jednou vynechám, tak to moc nějak neřeším, maximálně se bojím toho, že vynechám jednou, no a pak třeba budu vynechávat furt, ale nijak to jako nenahrazuju spíš. “ (Václava, 21 let)*

*„Někdy mam tejden, kdy prostě každej den den něco dělám, i chodim plavat žejo, chodim i na florbal, takže kolikrát je to jako i, že jsem jako i hodně unavenej občas prostě vynechám kvůli tomu, že jako sám poznám, že ten trénink by neměl takovou kvalitu. No a jako to fitko pro mě má velkou váhu, takže ty ostatní věci spíš plánuju okolo toho fitka, takže většinou to jako není tak, že si něco třeba něco naplánuju a pak třeba to fitko. Spíš to jako teďka mam, že prostě je pro mě primární ten trénink, když ho v ten den mam. “ (Tomáš, 24 let)*

#### **4.4. Změny životního stylu**

Pravidelná návštěva fitness center obnáší i spoustu změn jedincova každodenního života. Může se jednat pouze o nepatrné změny, jako je například dřívější večerka či brzké vstávání, seznámení s novými lidmi a novým prostředím nebo přizpůsobení šatníku cvičebním úborům. Na druhu stranu lze vyvodit i změny, které radikálně zasahují do jedincova životního stylu. Především se jedná o změnu jídelníčku, o rozvrh dne, kdy jedinec může obětovat například svůj volný čas a jiné povinnosti za čas strávený v posilovně. Dalším příkladem jsou finance. Pokud se chce jedinec aktivně věnovat posilování, musí do toho investovat,

at' už se jedná o vstupné do fitness center, doplňky stravy nebo o služby fitness trenéra.

Z rozhovorů od participantů lze vyvodit, že u každého se nějaká změna životního stylu objevila, at' už lehká či větší váhy.

*„Určitě, určitě. Tyhle frekventovaný tréninky berou čas, berou energii (.), takže jsem to musel ze začátku obětovat nějak energii, když jsem dřív hrál abych prostě mohl to dělat naplno, tak jsem to za ten florbal musel vyměnit úplně.“ (Jan, 23 let)*

*„Musela jsem se naučit vstávat, protože já nejsem člověk, kterej by rád vstával.“ (Denisa, 20 let)*

*„Změnu jsem pocítila hlavně ve stravě, že jsem se musela hlídat co jím a nejím, jestli přijímám dostatek bílkovin a takových věcí, kterým ještě tolik nerozumím, ale občas bylo těžký dostatečně jíst, to mi třeba dělalo problém.“ (Gabriela, 23 let)*

## **5. Zjištění**

Pomocí analýzy dat, která byla získána provedením polostrukturovaných rozhovorů, se mi podařilo získat odpovědi na hlavní výzkumnou otázku, hypotézu a další podotázky, které se zabývají vnitřní motivací u zavedených a nových uživatelů fitness center.

Hlavní hypotéza zněla, že zavedení uživatelé fitness center mají výhodu silnější vnitřní motivace oproti novým uživatelům. Tato hypotéza se potvrdila

na základě získaných rozhovorů, přičemž zavedení uživatelé využívají fitness služeb především pro well-being, což znamená, jak již bylo zmíněno v teoretické části, pocit celkové pohody na základě psychického a fyzického zdraví. Tím pádem je značné, že je vnitřní motivace silnější než u nových uživatelů, kde převládá vnější motivace, jelikož noví uživatelé začínají cvičit zejména kvůli vzhledu.

Jako další se potvrdila, díky rozhovorům, také podotázka, ta se zabývala pravidelností návštěv fitness center, která zvyšuje vnitřní motivaci uživatelů, a naopak odkládání návštěv, které značí slabší vnitřní motivaci a převládá vnější. Pro většinu zavedených uživatelů je pravidelnost velmi důležitá. Návštěva fitness center v nich probouzí pocit štěstí a cvičení berou spíš jako zábavu než povinnost. Proto se často stává, že po vynechání naplánovaného tréninku cítí úzkost nebo dokonce smutek. U nových je to přesně naopak. Nový uživatelé mají tréninky jako jakousi povinnost vůči sobě nebo osobnímu trenérovi, trénink v nich prozatím nevyvolává značný pocit štěstí, proto nemají tendenci tréninky nahrazovat, tudíž je u nich vnitřní motivace daleko slabší.

## **6. Závěr**

Cílem mé bakalářské práce byl výzkum v oblasti fitness center. Zaměřil jsem se na porovnání postojů zavedených a nových uživatelů fitness center. Konkrétně se zaměřením na motivace k navštěvování a jak samotnou návštěvu vnímají.

Z výzkumu už víme, že zavedení uživatelé mají silnou vnitřní motivaci, která dává podněty k opakovaným návštěvám fitness center a tím sebe sama nadále posiluje. Návštěvami posiloven stálý uživatelé dosahují well-beingu, což je důvod



sebereprodukční povahy vnitřní motivace. Samostatné plánování tréninků a výzev u zavedených uživatelů v oblasti fitness je charakteristické pro vnitřní motivaci. Zavedení uživatelé fitness center jsou na rozdíl od nových uživatelů ochotni obětovat tréninkům více úsilí a více času. Dalším kritériem je změna životního stylu, která je u zavedených uživatelů fitness center daleko razantnější a obvyklejší než u nových uživatelů, u kterých jde většinou pouze o nepatrné změny. Samostatnost je u nových uživatelů na velmi nízké úrovni kvůli nedostatečným znalostem v oblasti fitness. Pro své začátky si ve většině případů volí fitness trenéra nebo již zkušeného uživatele. Postupem času, kdy se z nových uživatelů stávají zavedení, nejenže roste dovednost samostatnosti a znalosti ve fitness, ale vnější motivace, které dříve převažovaly pomalu ustupují vnitřní motivaci, která se stává dominantní. Avšak přechod nemusí nastat zpravidla u všech nových uživatelů, jelikož některé jedince mohou ovlivnit různé vnější aspekty, které je buď ustálí u vnější motivace nebo naopak celkově odradí od cvičení.

Ačkoliv se zdá, že zavedení a noví uživatelé nemají nic společného, najde se pár případů, kde se shodují, jde například o sledování fitness obsahu na sociálních sítích a díky tomu vzniká touha po sebevzdělání v oblasti fitness. Přestože sebevzdělávání a objevování patří k faktorům vnitřní motivace, vyskytují se u obou skupin ve stejné míře.

Odpovědi na otázky ohledně komunikace mezi oběma skupinami nebyly dost obsáhlé na to, abych je mohl využít na analýzu, zda má vliv na motivaci uživatelů z obou skupin k navštěvování fitness center. Proto jsem se zaměřil především

na již zmíněné hlavní otázky, hypotézu a podotázky, které jsem podrobněji popsal výše v uvedeném textu, viz Zjištění.

Na závěr své bakalářské práce bych chtěl dodat, že při práci na tomto výzkumu jsem pracoval s omezeným počtem participantů, tudíž nemohu své zjištění aplikovat na obecně na fitness komunitu.

## **7. Resumé**

In my final thesis, I focused on fitness center users. Users are divided into regulars, who have been exercising for more than six months, and newcomers, who have been exercising for five months or less. In the theoretical part, I mainly deal with intrinsic motivation and extrinsic motivation, which is very important for users. I also define both terms for users in detail, as well as strength training and its history. An essential part of the theoretical section includes definitions and types of fitness trainers and definitions of types of new users. Fitness center users form a separate and specific community, and thanks to this work, I was able to gain further insight into it.

The practical part focuses on comparing intrinsic motivation among regular and new fitness center users, the beginnings of exercising, improvisation during exercise, exercise methods, and also sacrificing interests for the sake of fitness training. Using theory and based on interviews with participants from both groups, I conducted data analysis, which confirmed that intrinsic motivation reinforces itself and is considered a priority.

In total, I conducted six semi-structured interviews, with three participants being regular users and three participants being new users. I analyzed the data using coding, which I categorized to better understand the motivation for exercising of these two groups.

## 8. Přílohy

### Příloha 1: Témata rozhovoru

1. Základní informace o uživateli
  - Jak dlouho cvičí. Kolikrát týdně cvičí. Jestli začínal/a s fitness trenérem. Za jakých okolností začal/a cvičit. Co ho/jí k tomu vedlo.
2. Motivace uživatele
  - Proč nadále pokračuje v posilování. Co ho/jí nyní motivuje ke cvičení. Vlivy ostatních uživatelů. Motivace pomocí sociálních sítí. Blízké okolí. Vliv na sebevědomí. Cíle ve fitness.
3. Uživatel a jeho styl cvičení/posilování
  - Cvičební plán. Změna nebo vylepšení cvičení. Změna životního stylu. Improvizace při cvičení. Nálada po cvičení. Vynechání plánovaného tréninku a důvody. Obětování pro fitness trénink.
4. Fitness komunita
  - Vnímání fitness komunity. Vzájemná pomoc či spolupráce ve fitness komunitě. Zařazení do fitness komunity.

## 9. Použité zdroje

BROOKS, S. D. The complete book of personal training. Champaign: Human Kinetics Publishers, 2003. ISBN 0-7360-0013-5.

Co je CrossFit - Crossfit With Us. OFICIÁLNĚ LICENCOVANÝ CROSSFIT GYM - CROSSFIT WITH US [online]. Copyright © 2022 CrossFit With Us [cit. 02.05.2023]. Dostupné z: <https://crossfitwithus.cz/crossfit/>

COAKLEY, Jay. Sport and society, Issues and Controversies. New York: Mc-graw-Hill, 2001

Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior. New York: Plenum. Dostupné z: [http://books.google.cz/books/about/Intrinsic\\_motivation\\_and\\_self\\_determinat.html?id=p96Wmn-ER4QC&redir\\_esc=y](http://books.google.cz/books/about/Intrinsic_motivation_and_self_determinat.html?id=p96Wmn-ER4QC&redir_esc=y)

Deci, E. L. & Ryan, R. M. (2008). Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. Canadian Psychology. Vol. 49 (3).

KOLOUCH, Vladimír a Libuše BOHÁČKOVÁ. Cvičení ve fitcentrech – posilování. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1994

LAZAROVÁ, B. Netradiční role učitele. Brno: Paido, 2008. ISBN 978-80-7315-169-0.

MARIN, D. P., POLITO, L. F. T., FOSCHINI, D., URTADO, C. B., & OTTON, R. (2018). Motives, Motivation and Exercise Behavioral Regulations in CrossFit and Resistance Training Participants. *Psychology*, 9, 2869-2884.

MCDONALD, D. G., & HODGDON, J. A. (1991). *The psychological effects of aerobic fitness training: Research and theory*. Springer-Verlag Publishing

ROBERTS, S. O. *The business of personal training*. Champaign: Human Kinetics Publishers, 1996. ISBN 0-87322-605-4.

SILVESTER, L. J. *Weight training for strenght and fitness*. Boston: Jones & Bartlett Publishers, Inc., 1992. ISBN 0867201398.

SEKOT, A. a kol. *Kapitoly ze sportu*. Brno: MU, 2004. ISBN 80-210-3531-5.

SEKOT, Aleš. *Sociologické problémy sportu*. Praha: Grada, 2008

STACKEOVÁ, D. *Fitness: Metodika a cvičení ve fitness centrech*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0840\_5.

SVOBODA, B. *Stručná pedagogika sportu*. Praha: Karolinum, 1997. ISBN 80-7184-325-3.

VALLERAND, R. J. & REID, G. (1984). On the Casual Effects of Perceived Competence on Intrinsic Motivation: A Test of Cognitive Evaluation Theory. *Journal of Sport psychology*. Vol. 6 (1). Staženo 13. 9. z databáze EBSCO.

Wilson, P. M., Mack, D. E., & Grattan, K. P. (2008). Understanding motivation for exercise: A self-determination theory perspective. *Canadian Psychology / Psychologie canadienne*, 49(3), 250–256.