

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**Fakulta tělesné výchovy a sportu**

**Analýza motivace návštěvníků fitness center**

Diplomová práce

**Vedoucí diplomové práce:**

PhDr. Daniela Stackeová, Ph.D.

**Zpracoval:**

Martin Vystrčil

2006

## **Abstrakt**

### **Název:**

Analýza motivace návštěvníků fitness center.

### **Cíle práce:**

Zmapovat a analyzovat motivaci návštěvníků velkých fitness komplexů typických pro velké město, jakým je fitness centrum Factory Pro v Praze.

### **Metoda:**

Pro sběr dat jsme použili dotazníkovou metodu ve fitness centrech Factory Pro v Praze. K vyhodnocení dat byla použita statistická metoda v programu Microsoft Excel, ve kterém byly následně vytvořeny grafy, které motivy návštěvníků fitness center inventarizují.

### **Výsledky:**

Získané výsledky ukazují skladbu motivační struktury a hierarchii motivů návštěvníků fitness komplexů v Praze. Částečně charakterizují návštěvníky, jejich životní styl, tělesné sebepojetí, fitness život a vyhodnocují rozdíly motivace ve fitness, ve vztahu k pohlaví a věku.

### **Klíčová slova:**

motivace, sebepojetí, tělesné sebepojetí, motivace k pohybové aktivitě, fitness, motivace ve fitness

## **Abstract**

### **Title:**

Motivation of fitness centers' visitors analysis.

### **Objective of the work:**

To map and analyse visitors' motivation of the big typical fitness complexes in the large cities. e.g. Factory Pro in Prague.

### **Metodology:**

We used for the collection of the data methodology of questionnaire in the fitness centers Factory Pro in Prague. The statistical method of Microsoft Excel was used for an evaluation of the data.

### **Results:**

The results show motivation structure and hierarchy of motives of the fitness complexes' visitors in Prague. They partly characterise the visitors, their life style, Self-concept, fitness life and evaluate the differencies of motivation in fitness, in connection with sex and age.

### **Key words:**

motivation, Self-concept, body image, motivation in physical activity, fitness, motivation in fitness

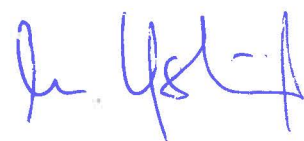
Svoluji k zapůjčení své diplomové práce ke studijním účelům a žádám o přesné vedení evidence vypůjčovateli udáním jména a příjmení, adresy, čísla OP a data vypůjčení.

Jméno	Příjmení	Adresa	Číslo OP	Datum vypůjčení

Prohlášení: Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně a použil pouze uvedenou literaturu.

Datum: 20. srpna 2006, Praha

Podpis diplomanta:

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized cursive letters, likely representing the name of the diploma holder.

Děkuji PhDr. Daniele Stackeové za vedení při tvorbě diplomové práce, za ochotu a odborné rady. Mé poděkování patří i manažerovi fitness centra Factory Pro Radkovi Ferklovi za to, že mi umožnil provést výzkum. Dále bych chtěl poděkovat Petře Kubizňákové, která mi pomáhala při sběru dat.

## OBSAH

<b>I. ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>II. TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>11</b>
II.1 Motivace.....	11
II.1.1 Pojem motivace	
II.1.2 Charakteristika motivace	
II.1.3 Nemotivované chování	
II.2 Potřeby.....	16
II.2.1 Zpředměťňování potřeb	
II.2.2 Spojení potřeb s biologickými účely	
II.2.3 Psychické a sociální potřeby	
II.2.4 Ego-vztažné potřeby	
II.2.5 Síla potřeby	
II.3 Uspokojení.....	18
II.3.1 Energetizace chování a zaměření jednání	
II.4 Teorie motivace.....	21
II.4.1 Psychoanalytická teorie	
II.4.2 Behavioristická teorie	
II.4.3 Teorie homeostázy	
II.4.4 Humanistická teorie	
II.4.5 Výkonová motivace	
II.4.6 Princip psychického ekvilibria	
II.4.7 Princip hédonismu	
II.5 Sebepojetí.....	26
II.5.1 Pojem sebepojetí	
II.5.2 Sebepoznávání ve vztahu k tělu a sportu	
II.5.3 Tělesné a duševní v člověku	
II.5.4 Charakteristika sebepojetí	
II.5.5 Tělesné sebepojetí	
II.5.6 Výkon a zážitek ve sportu	

II.6 Motivace k pohybové aktivitě.....	38
II.6.1 Potřeby a motivy při tělesných cvičeních	
II.6.2 Motivační struktura v souvislosti s tělesnou výkonností	
II.7 Fitness.....	44
II.7.1 Definice fitness	
II.7.2 Historie	
II.7.3 Motivace ve fitness	
II.7.4 Fitness a kvalita života	
II.7.5 Fitness centra	
<b>III. EMPIRICKÁ ČÁST.....</b>	<b>52</b>
III.1 Cíl práce, úkoly práce, hypotézy	
III.2 Diagnostické metody	
III.3 Organizace sběru dat	
III.4 Metody zpracování dat	
<b>IV. VÝSLEDKY.....</b>	<b>57</b>
IV.1 Charakteristika sledovaného souboru	
IV.2 Hodnocení životního stylu	
IV.3 Hodnocení tělesného sebepojetí	
IV.4 Hodnocení oblasti fitness	
IV.5 Hodnocení motivace ve fitness.....	65
IV.5.1 Hlavní důvod ke cvičení	
IV.5.2 Motivační struktura	
IV.5.3 Porovnání „Hlavní důvod ke cvičení“ a „Motivační struktura“	
IV.6 Hodnocení motivačních skupin.....	68
IV.6.1 Hodnocení estetických motivů	
IV.6.2 Hodnocení zdravotních motivů	
IV.6.3 Hodnocení sociálních motivů	
IV.6.4 Hodnocení prožitkových motivů	
IV.7 Hodnocení motivace podle věku.....	73
IV.7.1 Hlavní důvod ke cvičení podle věku	
IV.7.2 Motivační struktura podle věku	



IV.8 Hodnocení motivace podle pohlaví.....	75
IV.8.1 Hlavní důvod ke cvičení žen a mužů	
IV.8.2 Motivační struktura žen a mužů	
<b>V. DISKUZE.....</b>	<b>77</b>
<b>VI. ZÁVĚR.....</b>	<b>80</b>
<b>VII. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>82</b>
<b>PŘÍLOHY.....</b>	<b>86</b>

## I. ÚVOD

Ke zdravému životu patří pravidelný pohyb. Při rozhodování jakou pohybovou aktivitu zvolit, se mnoho lidí rozhodne k návštěvě fitness centra. Dnešní fitness centra ve větších městech již nabízejí služby nejen ke sportovnímu vyžití, ale i služby relaxační, rekondiční a doplňkové. Téma práce jsem si zvolil především kvůli mému zájmu o oblast fitness, ve které bych chtěl pracovat, nejlépe si otevřít fitness centrum vlastní.

Při stavbě cvičebního plánu pro návštěvníky fitness center by všichni trenéři, u každého klienta individuálně, měli především vycházet z věku, pohlaví, hmotnosti, pohybového režimu, předchozí pohybové aktivity, zdravotního stavu, očekávání a motivace klienta.

Klienti navštěvují fitness centra s rozlišným očekáváním i motivací. Na základě získaných informací od návštěvníka fitness centra by trenér měl klienta informovat o reálných možnostech a cílech cvičení. Mnoho návštěvníků fitness center má nereálná očekávání a často tak vedou ke ztrátě motivace a rezignaci na stanovené cíle. Vědomost časového horizontu dosažení cíle je předpokladem pro udržení motivace ke cvičení a vytrvání tak u zahájené pohybové aktivity. Na základě toho, že psychologie ve fitness je zanedbávanou oblastí, zvolil jsem si proto téma motivace.

Pro analýzu motivace návštěvníků fitness center nebylo v rámci diplomové práce technicky možné provést výzkum mimo Prahu. Pro výzkum jsme vybrali dvě fitness centra společnosti Factory Pro (1. na Smíchově, 2. na Černém Mostě), která svým vybavením a nabízenými službami reprezentují moderní fitness centrum v Praze. Předpokládáme, že výsledky výzkumu motivace se neliší od podobných fitness center jiných společností.

Pomocí dotazníku MvF (Motivace ve Fitness), vytvořeného speciálně pro tento výzkum, se nám podařilo zjistit nejen hlavní důvody, které vedou lidi k návštěvě fitness centra, ale i celkově zanalyzovat motivační strukturu návštěvníků.

## II. TEORETICKÁ ČÁST

### II.1 MOTIVACE

Motivace je velmi složitý jev, který si vysvětluje každý jinak a proto vzniklo velké množství definic a konceptů motivace.

#### II.1.1 Pojem motivace

Termín motivace je odvozen z latinského slovesa moveo (-ere, - movi, - motum), což znamená hýbám se. Motivace má velmi komplexní charakter a je spjatá s vlastnostmi osobnosti, fyziologií organismu, životními podmínkami jedince a je ve funkčních vztazích s ostatními psychickými procesy. (Pešek, 2005, str. 9)

Motivace patří mezi problematické psychologické pojmy. Je to abstraktní hypotetický konstrukt, který vychází z deskriptivní generalizace a neoznačuje nic konkrétního („hypotetické hybné síly v duševním životě“). Proto není možné motivaci přímo sledovat a měřit. Vždy se musí nahradit nějakým, zpravidla dílčím ukazatelem, který se sice operacionálně definuje, ale nikdy motivaci dokonale nereprezentuje. Motivace je mnohvrstevný pojem, zavedený pro vysvětlení chování, ale v praxi si za tímto pojmem každý představuje skoro něco jiného. (Hošek, 1986, str. 10)

Motivace se vysvětluje jako podněcující příčina chování. Rozhoduje o vzniku směru a intenzitě jednání člověka, má tedy i význam energetizující, rozhoduje o dynamice chování člověka. Zatímco schopnosti jsme schopni klasifikovat a do jisté míry také diagnostikovat (měřit jejich projevy), motivace zůstává obtížně analyzovatelným komplexem, jehož prostřednictvím vstupují do výkonu další složité proměnné psychického stavu, např. potřeby a emoce, a v neposlední míře i strukturální proměnné osobnostní, např. vůle.

Motivace zůstává dost málo průhledným komplexem příčin a když ve smyslu hlubinných psychologických přístupů začneme uvažovat i o motivech nevědomých, podvědomých a potlačených, dostáváme takřka magický komplex potenciačních

determinant lidských výkonů, dávající širokou možnost různých výkladů. (Dovalil a kol., 2002, str. 41)

Psychologie na otázky po důvodech lidského chování odpovídá v termínech motivace. Sám koncept motivace je vědecký konstrukt, který má vysvětlit variabilitu cílů či důvodů lidského jednání.

Např. H. Thomae (Nakonečný, 1998) uvádí, že pojem motivace se užívá jako úhrnné označení pro všechny procesy a konstrukty, jejichž prostřednictvím se pokoušíme vysvětlit „proč“ lidského chování. Jindy se užívá pojem příčiny: s konceptem motivace je často spojováno všechno, co souvisí s „příčinou chování“; v tomto smyslu je to nadřazený pojem pro takové specifické pojmy, jako jsou pud, pohnutka, potřeba atd. (Wendt, in: Nakonečný, 1998).

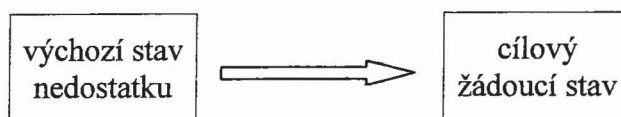
Motivace a chování není totéž, což navíc dokazuje prostý fakt, že ne všechny cíle, které si člověk klade, také uskutečňuje. Motivace souvisí s vnitřní pohnutkou chování, způsob chování pak souvisí s danou situací.

Abstrahujeme-li nyní od vzorce chování, tj. od způsobu, jakým se člověk otevřeně chová, existují ještě další znaky chování, které souvisí s vnitřním stavem individua, ale nikoli s interními kognitivními procesy; jsou to: zaměření chování, jeho intenzita a trvání v čase. A právě těmito znaky může být vytvořena definice motivace jako procesu, který definuje zaměření, energetizaci a setrvání chování. První dva uvedené znaky obsahuje definice, kterou podal J. Reykowski (Nakonečný, 1998): „Motivace je proces psychické regulace, na němž závisí směr lidské činnosti, jako i množství energie, kterou je člověk ochoten obětovat na realizaci daného směru... motivace je vnitřní proces podmiňující úsilí dospět k určitému cíli.“

### **II.1.2 Charakteristika motivace**

Základním paradigma motivace tvoří interakce několika činitelů, ale především je třeba si uvědomit, že smysluplnost motivace spočívá v dosažení nějakého cíle a že tento cíl vyjadřuje nějakou vnitřní potřebu člověka. Proto je cílem dosažení uspokojení této potřeby, která byla vzbuzena jako reakce na nějaký nedostatek v organismu nebo vnějších podmínkách života individua. Uspokojení se označuje jako

dovršující reakce a jeho konkrétní příklady jsou nasycení, pocit úlevy z vyhnutí se nebezpečí apod. Lze vyjádřit následujícím schématem:



Obr. 1. Jednoduché vyjádření průběhu motivace

Motivace vystupuje jako intrapsychický proces, vyúsťující v motivační stav označovaný jako **potřeba**, stav, který se vyznačuje určitým napětím a pohnutkou (puzením) uspokojit tuto potřebu, tj. redukovat výchozí motivační stav napětí a puzení. Potřeba je stav nějakého nedostatku, který má být odstraněn (redukce potřeby). Potřebou nejsou vnější objekty, nýbrž vnitřní stavy. S potřebou spojený instrumentální vzorec chování, který je produktem učení a je usměrňován situačními klíči, směřuje k dosažení toho, co se obvykle označuje jako cílový objekt, kterým je objekt s vlastnostmi signalizujícími možnost uspokojení (incentivy).

(Nakonečný, 1998, str. 456)

Motivace je proces zásadně endogenní, vnitřní svým důvodem; i když může být vyvoláván také vnějšími podněty-pobídkami, mohou to být motivující podněty, které vyvolávají vnitřní pohnutky a které jsou obvykle prostředky uspokojování vnitřních potřeb (typickými pobídkami, motivátory, jsou peníze, které člověk získává proto, aby s jejich pomocí dosáhl různých uspokojení z jídla, ošacení, rekreace atd.). To je **rozdíl mezi motivací a motivováním**, vnějšími činiteli aktivovaný stav motivace. Pojem motivace, jak již bylo naznačeno, je psychologický konstrukt vyjadřující vnitřní stav, který je prožíván. Toto prožívání motivace je vyjadřováno různými nejednotně vymezenými termíny jako chtění, snaha, touha, přání, úsilí, záměr a dalšími. Vyznačuje se, jak již bylo uvedeno, jednotou napětí a puzení k více či méně uvědomovanému zaměřenému chování. S tím souvisí pojem **nevědomá motivace**, který vyjadřuje chování, jehož skutečné psychologické příčiny si subjekt není vědom. (Nakonečný, 1998, str. 456)

Z toho, co bylo dosud uvedeno, vyplývá, že podstata motivace je emocionální. Tato **emocionální podstata motivace**, zdůrazňována řadou významných psychologů (R. Leeper, 1948, D. C. McClelland, 1942, 1955, P. V. Simonov, 1966, a další), je jasně prokazována emocionální podstatou všech klíčových konstruktů vztahujících se k paradigmatu motivace a výše uvedených (výchozí stav motivačního napětí, tj. potřeba, dovršující reakce, tj. uspokojení, incentiva, tj. nějaká vlastnost či hodnota cílového objektu). Vše, co člověk činí, ať už z pohnutek fyziologických, jako je hlad, psychických, jako je potřeba něžnosti nebo opory, či duchovních, jako jsou morální zásady, směřuje k dosažení nějakého uspokojení, tělesného, duševního či duchovního. Proto také **smysl lidského chování** spočívá v uspokojování vzbuzených aktuálních a trvalejších pohnutek, motivů, jež vyjadřují řadu různých přirozených životních tendencí, které vyjadřují směřování k uspokojení řady potřeb, tj. nedostatků v biologickém i sociálním bytí člověka. (Nakonečný, 1998, str. 456)

S touto tezí vystupuje další termín, **motiv**, který poukazuje na vztah motivace a motivu, na vztah, který není vždy také dostatečně vymežován. Pojem motivace vyjadřuje proces, determinovaný, konstituovaný nějakou psychologickou příčinou, motivem, který tak vyjadřuje obsah toho, k čemu motivace směřuje, tj. obsah uspokojení. Motiv vyjadřuje smysl chování, poslední psychologické „proč“ jeho zaměření. (Nakonečný, 1998)

Podle Nakonečného (1998) se dá motivace vyjádřit v několika následujících charakteristikách, shrnujících to, co bylo dosud uvedeno:

- motivace zaměřuje jednání k dosažení určité dovršující reakce (k určitému uspokojení, které redukuje výchozí motivační stav);
- motivace energetizuje cílově zaměřené chování, přičemž míra této energie je proporcionální síle výchozího motivačního stavu (více hladovějící člověk bude energičtěji hledat možnost nasycení než člověk méně hladovějící);

- persistence: motivace setrvává, pokud nebylo dosaženo původního nebo náhradního cíle; potlačená realizace motivace se transformuje v kompenzační činnost;
- variabilita instrumentálního chování: v různých situacích dosahuje člověk téhož uspokojení různými způsoby chování;
- motivace spouští instrumentální chování jen za určitých podmínek, a to: je-li pravděpodobné dosažení cíle, má-li cílový objekt určitou hodnotu a nejsou-li důsledky jednání v rozporu s morálními postoji individua;
- motivace je endogenní stav, který se však utváří v interakci subjektu s jeho životním prostředím, resp. se situací, v níž se nachází;
- výchozí motivační stav je prožíván jako pohnutka k určitému jednání, přičemž tato pohnutka vychází z nějakého vnitřního nebo vnějšího nedostatku individua (proto je výchozí motivační stav označován jako potřeba);
- motivace směřuje k udržování a k obnovování vnitřní rovnováhy, tj. ze stavu dané potřeby, která je reakcí na ztrátu této rovnováhy, k uspokojení, které tuto rovnováhu restauruje;
- motivace je určována biologickými a sociokulturními činiteli a je funkčně spojena s naučeným instrumentálním chováním;
- v zážitkové struktuře motivace je vedle pocitu napětí a puzení obsažen také vzorec dovršující reakce (uspokojení), který lze označit jako motiv;
- motiv jako jádro motivace je vždy intrapsychické emocionální povahy;
- motivace je funkčně propojena s procesy kognice (vnímání, myšlení), s motorikou (její behaviorální vyústění) a s emocemi (její obsahovou podstatou);
- motivace vyjadřuje smysl lidského chování, proto v termínech potřeb nebo motivů je lidské chování vysvětlováno (motivy jsou dále neanalyzovatelné explanační konstrukty pro cíle lidského chování).

### **II.1.3 Nemotivované chování**

Problémem nemotivovaného chování je otázka, zda je veškeré chování motivováno. Odpověď závisí na širším či užším pojetí motivace. Chápeme-li motivaci úžeji, jako např. D. Krech a R. S. Crutchfield (1958), tj. jako proces záměrného,

vědomě zacíleného chování, které bylo předem zamýšleno a nemá spontánní, impulzivní povahu, pak můžeme některé případy chování označit za nemotivované, tj. nezáměrné. Chápeme-li však motivaci širěji jako psychofyziologický fenomén vyjadřující potřeby organismu, resp. individua jako biologické a současně sociální bytosti, je termín „nemotivované chování“ protimluv, protože můžeme identifikovat i chování, které není záměrné, ale nechybí mu proto psychologický důvod, motiv. Klasická psychoanalýza zdůraznila, že všechny projevy lidské aktivity jsou symptomatické, i „náhodné pohyby“, tj. poukazují na nějaký motiv, třeba nevědomý.

Záleží ovšem na tom, co chápeme pojmy motivace, resp. motiv, a jaký vztah mají k významu pojmu příčina. Chápeme-li motiv v širokém významu psychologické příčiny, pak je veškeré chování motivováno. (Nakonečný, 1998)

## **II.2 POTŘEBY**

V psychologii jde o psychologické pojetí potřeby, které není totožné s biologickým nebo ekonomickým pojetím: organismus má řadu specifických potřeb (určitých substancí, jako je např. vápník), které nemají psychickou odezvu, mohou však být motivující.

Pokud chápeme potřebu jako psychický stav vyznačující se puzením k dosažení určitých cílových objektů a k dovršující reakci vztažené k těmto objektům, jak je tomu u zkušených jedinců, u nichž je s potřebami spojen také vzorec jejich uspokojení, není nutné pojmy potřeby a popudu oddělovat.

Podstatným znakem psychologicky pojatých potřeb je, že jsou to vnitřní stavy individua. Objekty, k nimž směřuje potřebami motivované chování, jsou jen prostředky uspokojování potřeb: potřebou pro hladovějícího jedince je najedení, jídlo je jen cílový objekt (potřebou je pro organismus). (Nakonečný, 1998)

### **II.2.1 Zpředměťňování potřeb**

Zpředměťňování potřeb znamená „naplnění potřeby obsahem, který je čerpán z okolního světa“, a což „právě převádí potřebu na vlastní psychologickou úroveň“



(Leont'jev, in: Nakonečný, 1998). Zpředměťňování či zaměřování potřeb k určitému způsobu uspokojení je funkcí učení, a projevuje se tak interindividuálními odlišnostmi v uspokojování potřeb, i když je tu i společný znak, dosažení dovršující reakce. (Nakonečný, 1998)

### **II.2.2 Spojení potřeb s biologickými účely**

Organické potřeby vyjadřují nedostatky organismu, nikoli jen určitých substancí a nikoli jen ve smyslu jejich chybění. Např. potřeba pohybu vyjadřuje právě nadbytek energie ve svalových buňkách, potřeba odpočinku naopak úbytek zásob energie v buňkách kosterního svalstva.

Orientace člověka na hédonistický princip (viz. Princip hédonismu), vedla k tomu, že se u člověka vytvořily apetity, chuti na něco, např. na konzumaci pochutin bez biologické hodnoty. Některé z těchto apetitů mohou přerůst ve skutečné potřeby, protože se stanou součástí tělesného metabolismu (narkomanie), nebo v úporné návyky.

Tyto fyziologické (organismické) potřeby, zakotvené v tělesných funkcích a metabolických procesech organismu, souvisí s principem fyziologické homeostázy (viz. Teorie homeostázy). Vyjadřující nedostatky v biologické dimenzi bytí a jsou základními činiteli motivace. Uspokojení fyziologické potřeby, např. nasycení, znamená obnovení homeostázy. (Nakonečný, 1998)

### **II.2.3 Psychické a sociální potřeby**

Tyto sociogenní potřeby reagují na nedostatky v sociálním bytí individua. Jejich mechanismy jsou složitější, ale fungují analogicky k potřebám fyziologickým.

V uspokojování fyziologických i sociálních potřeb se uplatňuje učení, formující příslušné instrumentální vzorce jednání. Zdrojem sociogenních potřeb jsou především různé nedostatky v sociálních vztazích člověka (např. nedostatek porozumění, citové odezvy a další). Tyto potřeby jsou interindividuálně velmi odlišné, neboť jsou produktem jedinečné životní historie individua. (Nakonečný, 1998)

#### **II.2.4 Ego-vztažné potřeby**

Nejvýznamnější a velmi naléhavé jsou tzv. ego-vztažné potřeby, které souvisí s udržováním a zvyšováním hodnoty ega (jáství). Naprostá většina lidí, až na výjimky u určitých druhů psychopatií, touží po projevech uznání a úcty, obdivu a souhlasu, po získání prestiže a osobní kompetence. Pokud se jim ze strany jejich sociálního okolí nedostává příslušných podnětů (např. projevů uznání a úcty), vznikají příslušné ego-vztažné potřeby s příslušnými vzorci chování, které směřují, často nevědomě, k získávání takových ego-uspokojujících, tj. ego-evalvujících podnětů, a samozřejmě tendence vyhýbat se ego-devalvujícím situacím. (Nakonečný, 1998, str. 466)

#### **II.2.5 Síla potřeby**

Vedle obsahu, je základním znakem síla potřeby, která se projevuje zážitkově naléhavostí jejího uspokojení. V síle jednotlivých potřeb se lidé velmi různí.

Síla potřeby narůstá s přibývajícím deprivací v čase (např. s přibývajícím hladověním nebo s časovou délkou sexuální abstinence), avšak příslušná předmětná aktivita narůstá jen po určitou mez a pak s pokračující deprivací dokonce klesá.

U člověka může být pokles zacílené aktivity způsobován také ztrátou naděje na dosažení uspokojení, případně nahrazením blokové (frustrované) aktivity náhradním cílovým objektem. Potřeba, jak již bylo uvedeno, je spojena s určitým napětím, ale „organismus nesměruje k úplnému uvolnění, nýbrž k optimu napětí“ (Nuttin, in: Nakonečný, 1998).

Potřeby se mohou sdružovat, ale mohou se také zastupovat. (Nakonečný, 1998).

### **II.3 USPOKOJENÍ**

Veškeré motivované chování směřuje k dosažení nějaké dovršující reakce, k uspokojení, které má různý obsah a více či méně výrazný akcent libosti (nasycení, uklidnění či úleva, odpočinek, pocit úspěchu, hrdosti atd.).

Existují dva druhy uspokojení, redukce základních a redukce sociálních potřeb, které vyjadřují nějaké fyziologické a sociální deficity, a naopak indukce, trvalá aktivizace tzv. potřeb růstu, které mají povahu „nenasytného“ zájmového zaměření a pozitivního sebehodnocení, a další, které fungují v podstatě jako tendence k sebezdokonalování. „Uspokojování základních potřeb vede k žádoucnějším subjektivním výsledkům, tzn. k hlubšímu štěstí, klidu a k bohatosti vnitřního života“ (Maslow, 1954, in: Nakonečný). Uspokojování základních potřeb vede k uvolnění a pocitům blaha, ale v žádném případě nemůže redukovat delirium štěstí a extáze jako uspokojená láska, píše Maslow.

Sociogenní potřeby jsou vzbuzovány nějakými nedostatky v sociálních podmínkách života jedince, proto uspokojování těchto potřeb závisí kromě jiného, také na sociální kompetenci individua (na jeho schopnosti přiměřeně vnímat a interpretovat sociální situace a adekvátně v nich reagovat). Různé sociální situace vyžadují různé psychologicky adekvátní reakce. Analogicky funguje uspokojování ego-vztažných potřeb.

J. Reykowski (Nakonečný, 1998) používá místo pojmu uspokojení termínu redukce motivačního napětí, který zahrnuje uspokojení všech druhů potřeb.

Uspokojení znamená dosažení nějaké hodnoty, tj. nějakého subjektivně pojatého dobra, ale existují i hodnoty všeobecné (život, zdraví, láska, svoboda atd.). Reykowski v tomto smyslu uvádí termín hodnota cíle a činitele, které ji způsobují (Reykowski, in: Nakonečný, 1998). Dosažení cíle pak může být naplněním očekávání, nebo zklamáním.

Jedinec se učí uspokojovat své potřeby a v rámci tohoto procesu se také učí diskriminovat, tj. vyvarovat se napříště obtížím, nedokonalostí, zklamání, a naopak upevňovat postupy, které vedly ke spolehlivému dosažení cíle a k plnému uspokojení. Všechny potřeby však jedince uspokojuje v interakci s jinými lidmi, a tak dosažení uspokojení nezávisí jen na něm, nezávisí jen na tom, co chce získat a jak, ale také na tom co poskytuje těm, kteří jsou partnery této interakce, a na jejich vstřícnosti. Na dosažení konečného cíle je ovšem často třeba vynaložit mnoho úsilí, vzdát se mnoha dílčích méně hodnotných radostí, přinést oběti, podstoupit strádání apod. Tak mohou někteří lidé obětovat mnoho námahy a peněz, aby dosáhli společenské prestiže, obdivu, uznání a jiných ego-vztažných cílů, které jsou nejsilnějšími motivy. (Nakonečný, 1998)

### **II.3.1 Energetizace chování a zaměření jednání**

Motivace byla definována jako proces energetizace, zaměření a udržování chování (dokud nebylo dosaženo původního nebo náhradního cíle). S pojetím motivace jsou tedy spojeny především dvě uvedené otázky: jak je chování energetizováno a jak je zaměřováno na dosažení cíle.

Organismus je v jistém smyslu aktivní, se stálou úrovní vzrušení v nervovém systému i během spánku (Hebb, in: Nakonečný, 1998). Energií, kterou disponuje a kterou obsazuje chování, čerpá z potravy a kyslíku a ukládá ji v buňkách svalů a nervů. Zdrojem síly pohybů (intenzity chování) jsou metabolické procesy přeměny látek v energii. Podněty z nitra organismu a z jeho vnějšího prostředí pak vytvářejí aktivační syndrom, pohotovost nervové soustavy, resp. organismu k činnosti, která je dotována energií uloženou v nervových a svalových buňkách. (Nakonečný, 1998)

Energetizace je interindividuálně odlišná. Lidé mají různou optimální úroveň aktivace. Obecně však můžeme říci, že nejlepší výkon je spojen s její vysokou mírou. Pokud ovšem síla motivu překročí určitou hodnotu, výkon klesá podobně jako při nízké aktivaci. Tato zkušenost je v psychologii vyjádřena Yerkes-Dodsonovým zákonem, který říká, že optimální mentální nebo motorické činnosti jsou spjaty především se střední úrovní motivace a tedy i aktivace mozku (Nakonečný, in: Pešek, 2005). Velká síla motivu znesnadňuje především řešení komplexních a obtížných úkolů.

Stav vzrušení (excitace) je spojen s přípravou organismu k účelné akci. Excitaci vyvolávají vnitřní stavy fyziologické a psychické nerovnováhy a vnější podněty mající vztah k motivům. Psychologicky souvisí úroveň excitace se stavy pozornosti, resp. s úrovní bdělosti, s úrovní anticipace a s dalšími psychickými jevy. Zejména s vyhledáváním, přijímáním a zpracováním informací a to především z hlediska aktuálního motivačního zaměření (Pešek, 2005). Aktivita organismu však také závisí na celé řadě dalších činitelů, jako je např. věk, teplota prostředí, rytmus bdění a spánku atd. (Nakonečný, 1998).

Zdrojem vzrušení mohou být jak vnější podněty, tak i určité vnitřní stavy související s motivací, např. stávající potřeby, ale i očekávání a kognitivní procesy s nimi spojené. Aktivace je v tomto smyslu funkčním podkladem energetizace chování.

Energetizace chování souvisí v neposlední řadě s emocemi, resp. s afekty, které figurují u vnějších i vnitřních zdrojů aktivace a v nichž člověk prožívá subjektivní smysl událostí i vnitřních změn. (Nakonečný, in: Pešek, 2005)

Zaměřenost chování je uskutečňována v procesu učení působením odměn a trestů. Lidské chování se instrumentalizuje v poměru k získávání odměn a vyhýbání se trestům. Rozhodujícím činitelem jsou zde „kognitivní klíče“ nebo také kognitivní analýza situace. Subjekt je za příslušného vnitřního vyladění motivován, či přitahován určitým objektem, s jeho vzrůstající hodnotou a se zvyšující se pravděpodobností jeho dosažení. (Nakonečný, in: Pešek, 2005)

## **II.4 TEORIE MOTIVACE**

Existuje celá řada teorií motivace. Rozdílné pojetí motivace a rozdílná metodologie jejího výzkumu znemožňuje vytvoření jednodušší teorie, a tak se setkáváme s různými teoriemi a s různými teoretickými a empirickými konstrukty.

Motivované chování směřuje k nějakému uspokojení, tj. k dosažení něčeho příjemného, vychází z nějakých nedostatků a směřuje k jejich odstranění; fyziologické potřeby vyjadřují vlastně porušenou fyziologickou homeostázu. Objevují se tedy dvě motivační tendence: 1. k udržování rovnováhy a 2. k získávání příjemného (příjemné je také vyhnout se nepříjemnému). Někteří psychologové jsou přesvědčeni, že tyto obecné tendence mají povahu principů, jiní, že nikoli. (Nakonečný, 1998)

### **II.4.1 Psychoanalytická teorie**

Její základy vytvořil svým dílem S. Freud (1893, 1900 a pozd.), opíraje se o pozorování a intuitivní výklad klinických případů neuróz, ale také snů, chybných úkonů a dalších projevů nevědomí. (Nakonečný, 1998, str. 490)

Dřívější pokusy psychologů vysvětlují motivaci pudy (instinkty), postavené na vývojových myšlenkách Dárwina. Z tohoto pohledu lidé projevují chování, které se vyvíjí, protože je to jeho hodnota k přežití. Např. instinktivní pobízení může vysvětlit

agresivní chování, protože takové chování bylo více vhodné k přežití – rozmnožit více potomků. Z tohoto pohledu jakékoliv chování, jako např. jíst, pít, mýt se nebo být součástí společnosti, může být vysvětlováno jako dávat najevo jíst, pít, mýt se nebo být součástí společnosti. Průkopníci v psychologii jako William James a William McDougal začali vytvářet seznamy základních pudů (instinktů). Nicméně v roce 1920 některé seznamy vzrostly a obsahovaly přes 10.000 instinktů!

Pokud je odpověď na otázku „Proč nerada maluje?“ nebo „Proč dělají sport?“, protože je to pudové (instinktivní), pak to není moc pokrokem, navíc, je-li to vůbec pravda. Druhým problémem s instinktem samotným, jako teorií motivace je, že nevysvětluje kulturní rozdíly v chování a motivaci. (Shaw a kol., 2005)

#### II.4.2 Behavioristická teorie

Behavioristické teorie jsou jiným přístupem s dlouhou historií v psychologii. „Vychází převážně z laboratorních experimentů se zvířaty a byly rozvíjeny v souvislosti s teoriemi učení (konstrukty odměny a trestu patří do oblasti učení i motivace)“ (Nakonečný, 1998, str. 491)

Tato teorie je založena na pohledu, že motivace nastává, když vznikne napětí způsobené stavem nerovnováhy mezi aktuálním fyziologickým stavem organismu a normálním, klidovým stavem. Někteří psychologové použili termíny potřeba a „drive“ (popud). Ostatní rozlišili, že potřeba je vnitřní stav nedostatku, a že spouští drive, kterým je vyjádřen stav motivovaný k redukci nedostatku. V tomto pohledu, drive vzniká z potřeby a přetrvává, dokud není vytvořena nějaká úspěšná odezva. (Shaw a kol., 2005)



**Obr. 2. Model aktivace popudu**

### **II.4.3 Teorie homeostázy**

Nejčastěji používaná obdoba pro teorii homeostázy je přirovnání k termostatu. Právě jako termostat, založen na nastavení teploty, určuje kdy má být bojler zapnutý nebo vypnutý, tak lidé mají nastavený stupeň pro každou fyziologickou potřebu, jakoukoliv nerovnováhou jsou řízeny jejich akce. Např. jestliže setrváme ve vytrvalé aktivitě na nějaký čas bez pití, bude výsledkem „tkáňový“ deficit. Homeostázní mechanismus bude registrovat tento nedostatek a vyprodukuje signál potřeby, na základě, jaký drive (žízeň) je vytvořen, a který pak motivuje vyhledat pití. Po napití, je tkáňový deficit odstraněn a homeostázní regulátor zastaví signál potřeby, který následně odstraní drive. Naopak i přepití má následek v homeostázní regulaci, kromě toho v tomto případě, tkáňová nerovnováha je lepší z přetížení než nedostatku.

(Shaw a kol., 2005)

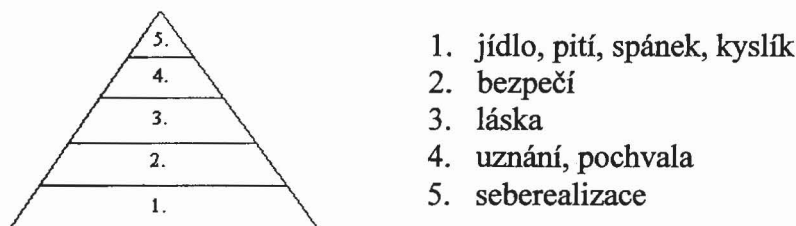
Fyziologická homeostáza se vztahuje také k organismu jako celku, nikoli jen k jednotlivým orgánům a k vnitřním biochemickým konstantám. Principem homeostázy však není možné vysvětlit veškeré lidské chování, které sice směřuje k udržování a restauraci rovnováhy, ale jiného druhu než je rovnováha homeostatická (viz. Princip psychického ekvilibria). (Nakonečný, 1998)

### **II.4.4 Humanistická teorie**

Zakladatelským otcem humanistické psychologie byl Abraham Maslow (1954), který nabídl obecnou smyslovou teorii rozdílných typů motivace a spojení mezi nimi. Navrhl uspořádání potřeb a představil tyto potřeby ve formě pyramidy. Základní potřeby, jako fyziologické potřeby jídla, pití a potřeby bezpečí (jistoty) byly umístěny na základ pyramidy jako nezbytné k lidské existenci. Méně nezbytné potřeby pro přežití, ale důležité pro duševní pohodu, láska a potřeby cti, byly umístěny v pyramidě výš. Na vrcholu pyramidy je potřeba seberealizace, kterou Maslow i jiní humanističtí psychologové považovali také za nezbytnou. Seberealizace je uskutečnění (či dělání aktuálního) jednoho potenciálu. Další hlavní tvrzení teorie je, že lidé upřednostňují níže položenou potřebu nad potřebou položenou výše (obr. 3). Zjednodušeně někdo, kdo je honěn medvědem, se nestará o svou čest!

Maslowova teorie je stále populární a je široce citována v obecných učebnicích lidské motivace, pravděpodobně pro její jednoduchost i přesto, že jsou problémy s teorií. Zaprvé - teorie nebyla postavena na silných empirických základech. Maslow odvodil svou teorii z rozhovorů, které vedl s malým počtem žen, když byl mladým vědeckým asistentem ve svých 20 letech. Zadruhé - empirické práce bylo velmi málo pro její platnost. Další spornou otázkou je jeho výběr, který pokrývá motivy. Je jasné, že i vyšší potřeby, jako např. zdolávat hory nebo přeplout oceán u někoho převyšují nad potřebou bezpečí. Někteří lidé se velmi zabývají seberealizací a mají tak malou starost o jejich níže umístěné potřeby. Jiný příklad takového chování je malíř, který chřadne ve své podkrovní místnosti pro vytvoření veledíla a nezajímá se o základy jako je jídlo. Zjednodušeně, pokud by lidé přednostně uspokojovali níže položené potřeby jak navrhuje Maslow, mohli bychom očekávat maratonce, že zastavují při běhu, kvůli zabýváním se tkáňového nedostatku nebo kvůli redukci bolesti. Jeví se, že je možné přehlédnout základní potřeby, když se chceme setkat s potřebou vyšší.

(Shaw a kol., 2005)



**Obr. 3. Hierarchie potřeb podle Maslowa**

#### **II.4.5 Výkonová motivace**

McClelland (Nakonečný, 1996) chápe motiv výkonu jako na zkušenosti závislé spojení očekávání afektivní změny s určitými podmínkami této změny. Výkonová motivace, je pak chápána jako očekávání určitých afektivních změn ve vztahu k dosažení či nedosažení cíle.

Teorie se domnívá, že se lidé liší v míře, kterou touží po úspěchu (výkonu). Úroveň jejich touhy je dána odečtením jejich motivu vyhnout se selhání (úzkost jako



rys) od jejich motivu pro úspěch nebo přiblížení se cíli (vnitřní motivace). Výsledný motivační směr je pak umírněný dvěma situačními proměnnými, pravděpodobností úspěchu a hodnota pohnutky k úspěchu jednotlivce.

Ve výsledku, teorie výkonové motivace je tendence přiblížení cíle, mínus tendence vyhnoutí se neúspěchu, násobené pravděpodobností úspěchu a hodnotou úspěšného výsledku pro jednotlivce. Hlavní předpověď z teorie se týká volby činnosti. Teorie specificky předpovídá, že jedinci s vysokými potřebami úspěchu budou preferovat úkoly se střední obtížností, a že jedinci s malými potřebami úspěchu, budou preferovat úkoly, které jsou pro ně buď snadné nebo příliš obtížné. Typickým testem těchto myšlenek, je dání účastníkům na výběr před každou zkouškou, jak daleko od cíle si přejí vykonávat úkol při míření na cíl. (Shaw, 2005)

Teorie výkonové motivace má velmi blízko ke sportovním činnostem a využívá ve svém pojmovém aparátu termíny sportovcům blízké, jako jsou např. úspěch, neúspěch, naděje, strach, očekávání, riziko apod. (Hošek, 1986)

#### **II.4.6 Princip psychického ekvilibria**

Udržování a zejména restaurace psychické homeostázy má jinou povahu než fyziologická homeostáza. Ta směřuje k udržování v podstatě stále stejného, konstantního stavu, který vyjadřuje jakési vitální optimum (např. optimální tělesná teplota, optimální úroveň aktivace apod.); jde tu o rovnováhu statickou. Naproti tomu psychická rovnováha (psychické ekvilibrium) je dynamická, nesměruje nutně k udržování stále stejného vnitřního stavu, ale k odstraňování rozporů, což se může uskutečňovat vytvořením nové rovnováhy.

Primárně tu jde o vyrovnání se s negativními emocemi, které destabilizují vnitřní psychickou rovnováhu, toho je však možné docílit i změnou původních postojů a způsobů chování – ale ovšem i reinterpetací situace, významu informace atd., což umožňuje zůstat u starých návyků. Člověk, který trpí pocity viny, s úlevou přijímá trest (jak je známo z některých případů sériových vrahů) nebo se více či méně vědomě trestá sám. Negativní emoce, jako pocity viny, selhání, zpronevěření se něčemu, působí vnitřní destabilizaci či dezintegraci osobnosti, tedy psychickou nerovnováhu, a musí být eliminovány, obvykle sebetrestáním. (Nakonečný, 1998)

#### **II.4.7 Princip hédonismu**

Zdá se být logické, že lidé touží po příjemném a vyhýbají se nepříjemnému. Je to historicky stará teze, která má oporu v běžných zkušenostech a nachází rozhodné potvrzení v experimentech se zvířaty. P. Th. Young (1961), který příjemné a nepříjemné emoce nazývá „afekty“, formuloval na základě experimentů se zvířaty následující: organismus má tendenci k maximalizaci příjemného a k minimalizaci nepříjemného, přičemž oba tyto pocity jsou motivující a vystupují jako činitelé organizace chování.

Chceme-li aplikovat princip hédonismu i na lidskou motivaci, musíme rozlišovat různé druhy lidské slasti; vedle slasti smyslové, dané stimulací smyslových orgánů, a slasti duševní, jako je např. radost z úspěchu, je tu ještě slast duchovní, vyplývající z uskutečňování a obrany určitých duchovních hodnot, např. křesťanských, jako je obětavá láska k bližnímu. (Nakonečný, 1998)

„Lze říci, že principy ekvilibria a hédonismu tvoří jednotu. Porušení rovnováhy je nepříjemné a její udržování a obnova jsou příjemné“. (Nakonečný, 1998)

### **II.5 SEBEPOJETÍ**

Tělo má pro celkové sebepojetí velmi podstatný význam a do značné míry ho i předurčuje. V současné společnosti vzrůstá zájem o vlastní osobu a vzhled i funkčnost vlastního těla (Fialová, 2001). Vnímání těla a možnost jeho ovlivnění se stalo motivačním faktorem životního stylu dnešní společnosti.

#### **II.5.1 Pojem sebepojetí**

V našem světě existuje jeden objekt, který je krásnější, cennější a uznávanější než všechny ostatní=naše vlastní tělo. Jeho znovuoživení po tisícileté éře puritanismu má za důsledek jeho všudypřítomnost v masové kultuře, módě, reklamě... Péče o tělo, dokonce připravenost k různým obětem, (dietní režimy, speciální cvičení, kosmetické

zátkroky...) ukazují, že dochází k renesanci těla. V současnosti už je zřejmé, že nás nepotrestá Bůh, když budeme nedbalí k vlastnímu tělu, ale pomstíme se sami sobě, protože tělo pro nás dnes představuje pramen štěstí, prožitků identity. Tělo je pociťováno nejen jako prostředek životních prožitků, ale i jako objekt prestiže. (Anzebbacher, in: Fialová, 2001)

Prostřednictvím vlastního těla vstupuje člověk do sociálních kontaktů, vyjadřuje sebe, sděluje o sobě. Proto se v dnešní době snažíme pochopit člověka, jeho tělo i duši jako jednotu. Směřujeme k jeho celistvému pojetí. Myšlení, pocity a vůle – kognice, emoce a motorika – jsou sice popisovány a někdy i nesprávně chápány jako tři různé způsoby, ale nemůže vést k lepšímu, komplexnějšímu pochopení individuality nebo osobnosti.

Každodenní zkušenosti i vědecké výzkumy ukazují na úzkou souvislost duševních a motorických výkonů. Funkčním základem a výchozím bodem každého chování individua je jeho tělo. Tělo však často zůstává cizí, neznámé a málo poznané právě pro svou blízkost. Vlastní tělesnost člověka je zcela samozřejmá a jsme na ni zvyklí. A snad právě proto by mělo být vlastní tělo objektem uvědomělé pozornosti a výkladu. Často se jím však vědomě začneme zabývat až při aktuálních funkčních poruchách způsobených zraněním či onemocněním, kdy tělo přestává být samozřejmostí a začíná být považováno za významné (Grupe, in: Fialová, 2001).

Jednání s tělem jako s věcí může poškodit nejen fyzické, ale i duševní zdraví člověka. Starost o tělesný vzhled je často doprovázena obavami z těla a jeho funkcí, může odvádět energii jedince od důležitých věcí pro život a naopak jej orientovat na boj s často domnělou nadváhou, vráskami, šedinami... Stejně tak i tělesná cvičení a sport byly dlouho chápány jen jako formování tělesné části karteziánsky rozděleného člověka (tělo a duše). Vlivem Husserlovy fenomenologie, existenciální filozofie i přínosu dalších společenských věd, psychologie a pedagogiky, však začíná být prosazována výchova člověka jako celku, ve kterém má působení na tělo (pohyb, výživa, životní styl, výchova aj.) zprostředkující roli. Nejde již o výchovu utváření těla, ale výchovu skrze tělo (Rýdl, in: Fialová, 2001).

Pohled na tělo jako centrum člověka se v posledních desetiletích spojuje stále více i s terapeutickými možnostmi, jak ovlivnit tělo správnou životosprávou (především pohybovou činností a výživou), jak naučit člověka o své tělo pečovat ve smyslu zdravotní prevence, ale i kultivovaného a zdravého vzhledu.

Mluvit o kráse člověka je značně složitější než u krásy zvířat a věcí. Chápali bychom člověka chybně, kdybychom jeho krásu, tedy smyslový výraz jeho bytí, viděli pouze v jeho tělesném zjevu. Člověk může být i vnitřně krásný, prostřednictvím vlastností, které vypovídají o jeho duši. Tělesnost člověka tedy znamená „být tělem“ a „mít tělo“ a v tom se tato tělesnost projevuje jako prvotní forma „bytí na světě“. (Fialová, 2001, str. 14)

Tělesno od duševna člověka nelze oddělovat. Vzájemně se podmiňují a ovlivňují a není je proto možné dualisticky rozdělit na dvě nezávislé substance, které mohou být formovány, utvářeny a vychovávány odděleně. Náš přístup k tělesnému sebepojetí (body image) z této premise vychází. (Fialová, 2001, str. 15)

### **II.5.2 Sebepoznávání ve vztahu k tělu a sportu**

Ve starých (předkřesťanských) kulturách se člověk prožívá, poznává v jeho tělesně-duševní celistvosti, také ve spojení s jinými bytostmi, duševním světem, kosmem. Postupně, především s příchodem křesťanství, zesiluje lidské vědomí individuální zodpovědnosti za svůj vývin. S rozvojem racionálního myšlení se člověk stává schopnější poznávat i ovládat svět i sebe, dostává se však častěji do situace pochybností, nejistoty. Postupně se jeho vlastní bytost víc „rozděluje“ na tělo a duši (vznikají přírodní a společenské vědy).

V psychologii se problémy sebepoznávání dostávají do centra pozornosti. Objevují se pojmy jako vědomí sebe, obraz o sobě (fyzické Já, duševní Já, spirituální Já, sociální Já apod.), sebepojetí (jak se člověk vnímá a co o sobě ví), sebehodnocení, sebeúcta, láska k sobě, sebedůvěra, přesvědčení o vlastní schopnosti ovlivňovat události atd. Z pohledu humanistické psychologie vědomí sebe má rozhodující vliv na prožívání i chování člověka v dané situaci. Dochází k oživení zájmu o navrácení celistvosti

vytváření mostů mezi tělesným a duševním, zkoumání prožívání svého těla a vztahu člověka k vlastnímu tělu.

Výsledky zkoumání na běžné populaci, populaci sportovců i duševně nemocných naznačují úzkou souvislost mezi duševním zdravím, orientací na sport a tělesným sebepojetím. Ve stavu duševního zdraví člověk přijímá sám sebe ve svojí tělesně-duševní celistvosti, podobně, jako to bylo ve starých kulturách. Narušené zdraví souvisí s negativním tělesným sebepojetím, odcizením se vlastnímu tělu, jeho odmítáním. To se projevuje v zhoršených kontaktech, vztazích s jinými lidmi. V běžné populaci se zhoršené tělesné sebepojetí vyskytuje zejména u dospělých, nesportujících žen a u mladých děvčat s intenzivní, ale nepřiměřenou fyzickou aktivitou.

Tělesnou stránku existence člověka je možné chápat také jako proces, událost, kterou prožíváme jistým způsobem. Prožívání svého těla a vztahu k svému tělu souvisí s prožíváním hranic vlastní bytosti. Z psychologického hlediska člověk může vědomí sebe, zužovat odmítáním částí sebe. Na druhé straně je schopný vědomí sebe rozšiřovat přijímáním toho, co přesahuje hranice jeho fyzické existence. Sportem můžeme hranice sebe samého rozšiřovat o další zážitky. Na druhé straně sportovec může zužovat hranice sebe o odmítané stránky svojí bytosti (pokud odmítá citové projevy, nové poznatky apod.). (Macková, 2003, str. 42)

### **II.5.3 Tělesné a duševní v člověku**

Tělo a duše člověka tvoří jednotu, vzájemně se podmiňují i ovlivňují. Druhého člověka obvykle vnímáme jako určitou jednotu, v pohledu na sebe bývají ale někdy problémy.

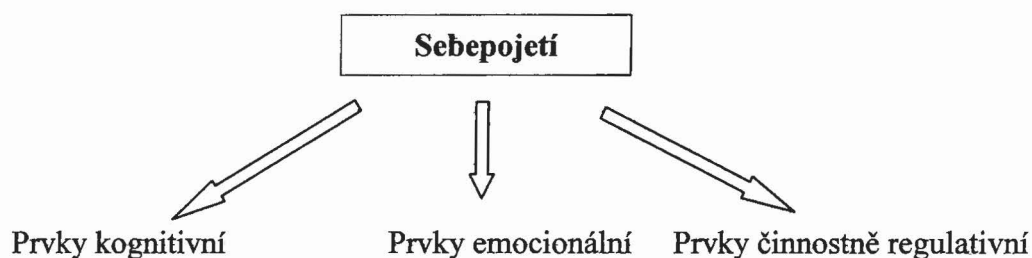
Za nejdůležitější zdroj poznání osobnosti jsou pokládány nikoliv údaje o vnější skutečnosti nebo příznaky neuvědomovaných dějů, ale jedinečná podoba, ve které si člověk své bytí uvědomuje. Osobní, subjektivní prožitková autentičnost tohoto bytí je nosnou silou v duševním životě a její nedostatek bývá zdrojem poruchy. Ztráta kontaktu se sebou samým znemožňuje přiměřené uspokojení pudových motivů i vytvoření uspokojivých vztahů s druhými lidmi.

Spokojenost člověka se sebou samotným ovlivňuje do značné míry i jeho chování. Psychologicky chápeme jedince jako bytost aktivní. Míru aktivity jedince

ovlivňuje i pocit vysoké hodnoty já, pocity důležitosti, kompetence, výkonnosti, přitažlivosti atd. Důležité je, jak jedince vnímá a pociťuje sám sebe, jak o sobě smýšlí a jak se domnívá, že o něm smýšlí jiní (to se týká jeho fyzického zevnějšku, psychických vlastností a chování, ale i toho, co mu patří jako majiteli-např. věci, partner...). Pro dobré fungování člověka ve společnosti má význam jeho sebepercepce a sebehodnocení, které zohledňují jeho duševní i tělesné předpoklady a znaky. (Fialová, 2001)

#### **II.5.4 Charakteristika sebepojetí**

Sebepojetí chápeme jako celkový postoj k vlastní osobě, který má prvky kognitivní (sebepoznání, sebedefinování...), emocionální (sebehodnocení, sebeúcta...) a činnostně regulativní (sebeprosazování, sebeuplatnění, sebekontrola...). (Fialová, 2001)



**Obr. 4. Struktura sebepojetí**

Sebepojetí se opírá o vlastní zkušenost i o mínění druhých osob. Vliv pocitu vlastní hodnoty se spojuje s tím, že činitelé, kteří ho zvyšují, jsou zdrojem intenzivně příjemných emocí.

Sebepojetí chápeme jako obraz já (mé inteligence, mého těla, mého charakteru, mých pocitů...). Tělesné sebepojetí (tělesný vzhled, zdraví a výkonnost) je velmi důležitou součástí celkového sebepojetí. (Fialová, 2001)

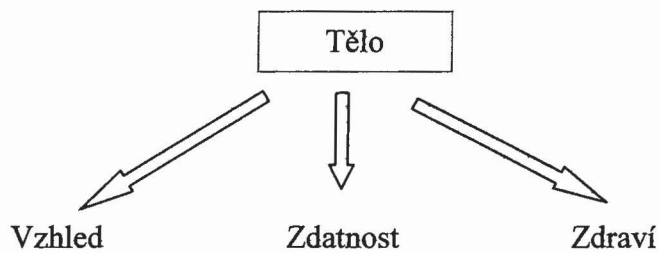
Tím, že je člověk přijímán druhými a přijímá i sám sebe, je možné pravé sebepoznání a plné fungování jedince. Hlavním znakem zralé a dobře fungující

osobnosti je otevřenost vůči zážitkům a novým poznatkům, která je podmíněna jistotou o vlastní hodnotě ve všech ohledech a důvěrou ve vlastní schopnosti. Člověk se zdravým sebepojetím se stává aktivním a uvědomělým spolutvůrcem svého života. (Fialová, 2001)

### **II.5.5 Tělesné sebepojetí**

Do celkového sebepojetí vlastní osoby výrazně zasahuje mimo jiné i hodnocení vlastního tělesného já, které zahrnuje informace týkající se našeho vzhledu, zdraví a tělesné výkonnosti. Tyto údaje pocházejí z různých zdrojů (vnitřních i vnějších) a vyjadřují naši subjektivní zkušenost s vlastním tělem. Tomuto pohledu na vlastní tělesnou schránku, který představuje konkrétní postoj k vlastnímu tělu, říkáme tělesné sebepojetí. Výzkumy v této oblasti se zabývají především otázkami spokojenosti či nespokojenosti s jednotlivými částmi těla a vlivem hodnocení vlastního těla na sebevědomí. Bylo zjištěno, že hodnocení vlastního těla, tedy míra spokojenosti či nespokojenosti s naším vzhledem, výrazně ovlivňuje celkové sebehodnocení. Podle výzkumů uvádí přes 90% testovaných osob, které jsou spokojeny se svým celkovým vzhledem, též pozitivní psychologické přizpůsobení se světu (pozitivní sebepojetí, životní spokojenost, absenci osamělosti a depresí). Naopak negativní hodnocení tělesného vzhledu se projevuje i v menší míře psychologické přizpůsobivosti. (Fialová, 2006)

Tělo je objektem sociálního a kulturního vývoje. Mění se normy a hodnoty v různých kulturách, epochách nebo prostředích ovlivňují naše sebepojetí. V současné době se dokonce začíná pěstovat kult, který na naše tělo klade náročné požadavky (aby bylo zdatné, opálené, štíhlé a bez tuku, zdravě vypadající...) Tělo se stává designérským produktem a objektem, do kterého musí být investováno. Tělo bývá často veřejně prezentováno i jako symbol úspěchu... Z těchto důvodů je tělo považováno za jednu z nejdůležitějších komponent celkového sebepojetí. Tělesné sebepojetí proto sehrává v životě dnešního člověka výraznou roli. (Fialová, 2001, str. 36)



**Obr. 5. Základní složky tělesného sebepojetí (Mrázek, in: Fialová, 2001)**

Pod pojmem tělesné sebepojetí řadíme všechny představy jedince, které mají vztah k jeho vlastnímu tělu. Proto má tělesné sebepojetí (body image) kognitivní, afektivní i konativní komponenty, které ho charakterizují (Mrázek, in: Fialová, 2001).

Vzhled a funkčnost lidského těla jsou základními faktory tělesných a psychických stavů i projevů osobnosti v chování. Spokojenost, či nespokojenost s vlastním tělem je nedílnou součástí sebepojetí, tělesný vzhled je rovněž určujícím faktorem úcty člověka k sobě samému. Chování i osobnost člověka se také často v komunikaci diagnostikují na základě jeho tělesného vzhledu. Tělesný vzhled je i jedním ze signálních znaků sociální percepce. Z těchto důvodů je tělesné sebepojetí součástí interakce člověka v každodenním životě. Snaha po zdokonalení tělesného vzhledu, vlastního zdraví i tělesné zdatnosti se může stát přímo, či zprostředkovaně efektivním motivačním činitelem pro zdravý způsob života. Tendence ke zlepšení těla a jeho projevů je součástí motivační struktury a postojů k pohybové aktivitě v denním režimu, působí i na správné výživové návyky. (Fialová, 2001, str. 39)

Poznatky z výzkumů, které mají souvislost s tělesným sebepojetím (Siebrasse, in: Fialová, 2001, str. 40):

- Tělo je naší vizitkou, vypovídá o věku, pohlaví, zdravotním stavu, společenském postavení, příslušnosti k rase ...
- Postoj k vlastnímu tělu podmiňuje náš vztah k ostatním lidem i naše chování.
- Hodnocení vlastního těla má význam pro sebehodnocení a psychické zdraví.
- Tělesná hmotnost je základní složkou tělesného sebepojetí.



- Aktuální či domnělá otylost a touha po štíhlosti nezávisí často na skutečné hmotnosti (zvláště u žen).
- Přílišné prožívání těla může působit i destruktivně, protože nároky na ideální postavu jsou dnes vysoké.
- Současný ideál zdatnosti a štíhlosti prezentovaný médií se orientuje na anorektický typ, proto také nebezpečně přibývá stravovacích poruch.

Nespokojenost s tělem se objevuje od 8 let, chlapci a dívky vyjadřují podobné starosti o vlastní postavu jako dospělí. Způsob vnímání vlastního těla ve vztahu k věku, společenské třídě, etnické skupině a sexuální orientaci je ovlivněn různými společensko-kulturními tlaky, které působí na jednotlivé skupiny.

(Fialová, 2001, str. 40)

Současná společnost nás učí, že image jedince má velký význam. Cítit se atraktivní je důležité pro naše sebehodnocení. Někteří nás dokonce posuzují podle toho, jak vypadáme. Úspěch se proto zdá být dosažitelnější pro ty, kteří se blíží ideálu. Většina z nás ale nebude nikdy schopná dosáhnout ideálního vzhledu a proporcí těla. Přesto nás neustále obklopují informace o tom, že můžeme, když se o to budeme důsledně pokoušet. Často těmto zprávám uvěříme a někdy přestaneme být šťastní. Mohou se dostavit pocity nekompetentnosti a deprese, protože dosažení ideálu je nereálné.

Zlepšení tělesného sebepojetí vyžaduje změnu způsobu myšlení a vnímání i změnu chování jedince pro zdraví a krásu vlastního těla. Změna vnímání a posuzování sebe sama musí předcházet změně těla, pokud nemá dojít k poruchám zdraví (tělesného i duševního).

Za základní složky tělesného sebepojetí považujeme zdraví, vzhled a zdatnost. Význam těchto jednotlivých složek se mění s věkem člověka a je závislý i na pohlaví. (Fialová, 2001, str. 40)

## **Vzhled**

Vzhled má výrazný vliv na celkové sebepojetí. Představy o vlastním těle jsou důležitými komponentami individuálního přijímání skutečnosti. Snaha po zdokonalení tělesného vzhledu se může stát hnacím motorem pro zdravý způsob života a ovlivnit pohybové aktivity v denním režimu i působit na správné výživové návyky.

Řada profesí má dnes ve svých požadavcích na určitá pracovní místa i nároky na vzhled člověka. To, jak vypadáme, je naší vizitkou. Obecně lze říci, že vzhled má větší význam pro ženy než pro muže, ženy se jím více zabývají a jsou ochotny věnovat jeho pěstění čas i peníze. Toho někdy využívají různé firmy, které nabízejí zaručené prostředky působící na krásu člověka. Se vzrůstajícím věkem ale poutá stále větší zájem jedince jeho vlastní zdraví. (Fialová, 2001, str. 40)

## **Zdraví**

Zdraví chápeme v souhlasu s lékařskou definicí jako stav úplné tělesné, duševní a sociální pohody a ne pouze jako nepřítomnost nemoci. Na jedné straně lze mluvit o zdraví objektivním a subjektivním, na druhé straně pak o zdraví tělesném a duševním. Subjektivní aspekt zdraví je založen na vnitřních pocitech a vlastním mínění každého člověka o jeho zdravotním stavu. Objektivní aspekt zdraví je naopak dán názorem jiných lidí na zdravotní stav jedince (lékař).

Psychické zdraví často přímo souvisí se zdravím fyzickým. To znamená, že špatný tělesný stav může způsobit psychické zhoršení, a naopak špatné duševní zdraví může zapříčinit tělesné onemocnění. (Fialová, 2001)

## **Zdatnost**

V poslední době bývá s péčí o zdraví spojován pojem wellness. Jde o životní styl, ve kterém hraje podstatnou roli zdatnost, ale důležité jsou i jeho další 4 součásti: pozitivní přístup k životu, osobní návyky, zvládání stresu, výživa a kontrola hmotnosti.

Schopnost těla fungovat s optimální účinností a hospodárností nazýváme zdatností. Za nejdůležitější součásti zdatnosti jsou považovány (Blahušová, in Fialová, 2001):

- Kardiorespirační vytrvalost
- Svalová síla
- Svalová vytrvalost
- Neuromuskulární koordinace
- Rychlost svalové kontrakce
- Kloubní pohyblivost

Nejúčinnějším způsobem, jak zlepšit všechny složky je cvičení. Zdatnost (tělesná kondice) vyjadřuje dosažení harmonie těla a ducha. Psychická vyrovnanost a duševní svěžest bývá výsledkem tělesných cvičení. Dobrá tělesná kondice dovoluje větší tělesnou zátěž, účinnější obranu proti nemoci, vede k duševní vyrovnanosti a atraktivnímu vzhledu. Člověk, který se cítí fit, je většinou sám se sebou spokojenější. (Fialová, 2001, str. 44)

### **Současný stav tělesného sebepojetí**

Za posledních 30 let vzrostl počet otlých ve všech věkových skupinách (Wels, in: Fialová, 2001). Negativní tělesné sebepojetí by nemělo být způsobeno nevhodnou pohybovou činností. (Fialová, 2001, str. 114)

Dosavadní výzkumy ukazují (Fialová, 2001, str. 114):

- Tělesné sebepojetí a zvláště tělesná hmotnost představují zřetelně základní aspekt při sebehodnocení a mají základní význam pro psychické zdraví.
- Soustředěná pozornost na aktuální či domnělou otylost, stejně jako touha po štíhlosti a opakované diety jsou nezávislé na skutečné hmotnosti a představují specificky ženské problémy.
- Ženy jsou společensky častěji hodnoceny na základě svého tělesného vzhledu, proto používají svá těla jako prostředek rozvoje vlastních

výrazových možnostech. Přílišné prožívání těla může působit také destruktivně, protože nároky na ideální postavu jsou dnes vysoké.

- Ideál štíhlosti a zdatnosti v naší společnosti, jak je prezentován v médiích, se vlastně orientuje na anorektický typ, proto také v poslední době tak nebezpečně přibývá stravovacích poruch.
- Duševní pohoda a well-being úzce souvisí s tělesným sebepojetím, především kvalitou vnímání a hodnocení vlastního těla.
- Sport má pozitivní vliv na emocionální přizpůsobení, redukci depresí, životní spokojenosti, pozitivnějšího sebepojetí.

Většina žen, ale i někteří muži chtějí být štíhlejší. Štíhlost se stala hodnotou, cílem snažení mnoha lidí. Štíhlost je považována za podmínku výkonnosti, atraktivity a osobního štěstí. Štíhlost je všude přítomná díky médiím – noviny, časopisy, film, televize nám vnucují denně štíhlý ideál těla. (Fialová, 2006, str. 56)

### **Tělesné sebepojetí a pohybové aktivity**

Pohybové aktivity jsou jako prostředek korekce tělesných proporcí i duševní vyrovnanosti nezastupitelné a mají místo v průběhu celého života každého jedince.

Pohyb pomáhá zlepšovat sebepojetí člověka působením na zvyšování jeho sebedůvěry, pocitu vlastní hodnoty, povědomí o sebekázni a sebekontrolě, působí také na subjektivní pocity zdraví, síly, dostatku energie, dobrého vzhledu apod. Sport kompenzuje nedostatek pohybu v životním stylu, současně v utváření identity a individualizace jedince. (Fialová, 2006)

### **II.5.7 Výkon a zážitek ve sportu**

V oblasti sportu, v tělovýchovných vědách se důraz tradičně klade na sportovní výkon. Postupně se však chápání sportu obohacuje o oblast tělesného a duševního zdraví, celkovou zdatnost člověka (ve smyslu rozvoje jeho fyzické, duševní, sociální zdatnosti). Nejnověji se objevuje chápání sportu jako prostředku kultivace osobnosti.

V psychologii sportu doteď převládá orientace na sportovní výkon, výsledek – vliv klasické i moderní psychologie chování. Důraz se klade na zvenku pozorovatelné,

měřitelné chování. Za nedostatek tohoto přístupu považujeme především zúžené vnímání člověka, přeceňování vnějších podmínek jeho chování (v podobě odměny, trestu apod.), přičemž jeho prožívání, jedinečné, lidské Já zůstává v pozadí. Výkon jako vnější hodnota umožňuje něco „mít“ (materiální hodnoty, sociální status, obdiv druhých apod.).

Do psychologie sportu postupně proniká orientace na sportovní zážitek – vliv humanistické a pozitivní psychologie. Zájem se soustřeďuje na vnitřní stránku sportovní činnosti, subjektivní prožívání sportovce, proces, který je náročnější zachytit. „Zážitkový přístup“ si všímá specificky lidské stránky individua jako prožívání radosti ze sportu, uvědomění si jeho hlubšího smyslu, orientuje se na seberealizaci, rozvoj, kultivaci osobnosti sportovce. Důležité se stává „být“, resp. proces bytí, průběh života sportovce. (To všechno může pozitivně působit i na jeho optimální výkon.)

Mezi oběma protikladnými přístupy (orientací na výkon a orientací na zážitek) není ostrá hranice, do jisté míry se prolínají. Sportovec svůj výkon (často spojený s vítězstvím, prohrou) prožívá, prožívání sportovní činnosti souvisí s aktuálním výkonem. Jde především o to, na co se v dané chvíli soustředíme – či na vnějšek, navenek pozorovatelné sportovní chování (výkon, výsledek), a nebo vnitřní prožívání sportu (zážitek, proces bytí).

Extrémní příklon k výkonu či zážitku přináší zvýšená rizika. Při extrémní výkonové orientaci hrozí disharmonie ve vývinu sportovce (např. převaha tělesných kvalit nad duševními, vůle nad city apod.), ztráta lidské hodnoty sportovce a její nahrazení komerční hodnotou. Při extrémní orientaci na zážitek hrozí také disharmonie ve vývinu (oslabení účasti rozumu, trvalejší zaplavení city, oslabení kontaktu s realitou), pokud se touha po nějakém sportovním zážitku stává neodolatelnou.

Mezi orientací na sportovní výkon a zážitek je optimální harmonie v životě i ve vědě. Oby přístupy totiž přistupují ke sportu z jiného úhlu pohledu, navzájem se doplňují, společně tvoří celek, rovnováhu mezi „mít“ a „být“. Společně směřují k harmonickému vývinu osobnosti sportovce i komplexnějšímu pohledu na fenomén sportu. (Macková, 2003, str. 20)

Aktivně provozované pohybové aktivity ve všech svých různých podobách mají důležitý zdravotní význam, umožňují regeneraci fyzických a psychických procesů a

významně ovlivňují kvalitu života. Sport má i významný společensko psychosociální aspekt. Existují studie, které prokazují, že s rostoucí prosperitou společnosti rostou i její negativní aspekty, které je možno aktivní sportovní činností vyrovnávat nebo dokonce pozitivně ovlivňovat. (Voráč, 2002)

## **II.6 MOTIVACE K POHYBOVÉ AKTIVITĚ**

Následující teoretický rámec, týkající se motivace k pohybové aktivitě, vychází především z klasické psychologie sportu, konkrétněji z motivace ve sportu. V klasické psychologii sportu, se motivace zaměřuje především na výkon. Motivace k pohybové aktivitě je složitějším komplexem. Hlavním cílem většinou není výkon, cílů je několik, jsou různorodé a zcela individuální.

Z hlediska sportovce je sportovní úspěch hlavním bezprostředním cílem, hodnotou, o jejíž dosažení se snaží. Úspěchu se dociluje intenzivním sportovním tréninkem a je prostředníkem k dosažení řady osobních a společenských cílů (zdraví, zdatnost, tělesná krása apod.) Tato skutečnost podstatně ovlivňuje motivační strukturu sportovce a je těsně spojena s jeho strukturou emoční. Sportovní úspěch má tedy z psychologického hlediska v životě sportovce důležité místo jako významný zdroj motivů a citů. (Macák, Hošek, 1989)

### **II.6.1 Potřeby a motivy při tělesných cvičeních**

Sportovní činnost je z hlediska snažení, chtění a jednání sportovce činnost mnohostranná. Také podmínky vzniku jednání ve sportovní činnosti mají více stránek. Z těchto důvodů je značně obtížné podrobně a přesně vymežit pojem motiv sportovní činnosti. Proto mluvíme raději o motivaci sportovní činnosti, tj. o příčinách a podmínkách jednání ve sportu, ať jsou jakéhokoli druhu. Sledování motivace určitého sportovce má pro pochopení tohoto jednání velký význam. Současně je to úkol velmi

obtížný, což ostatně vyplývá z vymezení pojmu motivace sportovní činnosti jako komplexu motivačních faktorů.

Z hlediska sledování motivace sportovní činnosti je třeba si uvědomit a pochopit faktory, které se podílejí na jejím vytváření. Základem této motivace je složitá, historicky vzniklá struktura biologických a společenských tendencí, které mají ke sportovní činnosti těsnější nebo volnější vztah. Na základě podněcujících tendencí cyklicky vznikají aktuální potřeby. Pro tělovýchovné činnosti je důležité, že jednou z hlavních biologických potřeb člověka je potřeba tělesného pohybu. Je to cyklická potřeba funkční, jejímž cílem není určitý předmět, nýbrž činnost. Potřeba pohybu vzniká patrně nahromaděním energie v pohybových centrech nervové soustavy, zejména v korových buňkách. Potřeba pohybu je vyvolána i periferně signály ztuhlosti, křečovitosti a únavy některých svalových skupin, zvláště při déletrvajících statických činnostech, např. stání či sedění. Člověk se pak protahuje, protřepává údy, prochází se apod.

Uspokojování potřeby pohybu dostává již od útlého dětství společenský charakter. Nežádoucí způsoby pohybových projevů jsou tlumeny, společensky vhodné posilovány. K uspokojování potřeby tělesného pohybu dochází výběrovým způsobem. Z vrozené potřeby pohybu se postupně vyvíjí i potřeba společenská, sledující v podstatě udržení vysoké funkční, tělesné i psychické zdatnosti organismu. Ve sportovní činnosti vystupuje potřeba pohybu jako základní pohnutka, která prostřednictvím nespécializované tělovýchovné činnosti přivádí na určitém stupni a za určitých podmínek individuum k činnosti sportovní, jež je pouze specifickou formou činnosti tělovýchovné. Při vlastní sportovní činnosti je potřeba pohybu jedním z impulsů vedoucích k této činnosti.

Je celá řada dalších aktuálních potřeb, které mají určitý vztah ke sportovní činnosti a vznikají na základě podněcujících tendencí motivačního trsu (potřeba opakování činnosti, potřeba změny apod.) Velký význam mají pro sportovní činnost potřeby, které souvisejí s utvářením vztahů mezi lidmi (např. potřeba určitých citových vztahů, potřeba zaujmout určité místo ve společnosti, potřeba hodnocení a uznání vlastní činnosti apod.).

Už z rozsáhlosti potřeb, které se podílejí na vytváření motivů sportovní činnosti, plyne, že tyto motivy lze obtížně třídít a klasifikovat. Ve sportovní činnosti je nesnadné

provést vyčerpávající klasifikaci motivů a k didaktickým účelům se zdá nejvýhodnější třídění Madsena, který dělí lidské motivy především s přihlédnutím k sociální determinovanosti člověka na:

- motivy společenského kontaktu,
- motivy dosahování něčeho,
- motivy prestiže,
- motivy akvizice, tj. nabývání a ponechávání,
- emocionální motivy agrese a dosažení bezpečí.

Všechny tyto motivy se bezesporu často uplatňují v motivaci sportovní činnosti, a proto je tomuto třídění možno dát přednost před mnoha jinými, rozsáhlejšími i stručnějšími klasifikacemi motivů.

V působení jednotlivých motivů existuje určitá zákonitost, která je založena na časové posloupnosti v uspokojování jednotlivých potřeb člověka. Je velmi pravděpodobné, že potřeba sebeuplatnění ve sportovní oblasti může vzniknout pouze tehdy, jestliže člověk není hladový a unavený. Potřeby sportovce jsou uspokojovány postupně, nejprve základní fyziologické potřeby, dále potřeba bezpečnosti, potom potřeba sounáležitosti, potřeba uznání a nakonec potřeba sebeuplatnění. (Macák, Hošek, 1989)

Potřeby účastníků jsou základem veškeré činnosti. Jde o základní požadavky, přání, zájmy a hodnoty, které závisejí na dosavadních zkušenostech a poznacích, na celkovém způsobu života i aktuálních stavech. (O'Dell, 1997)

Pro udržení zahájené pohybové aktivity se jako významné, ukazují zejména motivy a cíle tréninků, schopnost vlastní motivace a také schopnost časově zaplánovat pohybovou aktivitu do všedního dne (Brehm, Eberhardt, 1995).

### **Zájem**

Mnohoznačným pojmem související s motivací je zájem. Zájmy se dělí podle oblastí společenské praxe. Pro jednotlivce je charakteristická určitá struktura jeho zájmů, jejich intenzita, hloubka, trvalost a aktivita. Ve sportovní oblasti znamená zájem specifickou zaměřenost poznávacích procesů na určitý předmět, osobu, činnosti nebo



určitou oblast jevů, které souvisejí se sportovní činností. Tato zaměřenost je zpravidla spojena se snahou o jejich bližší a hlubší poznání a s určitým citovým stavem. Určité vyhraněné zájmy o určitou sportovní činnost se postupně od celkového všeobecného zájmu o tělesný pohyb, vzniklého na základě vrozené potřeby pohybu, diferencují. Mohou však vznikat přímo. Např. zájem o všestrannou tělesnou přípravu u sportovců vzniká zprostředkovaně jako dílčí zájem o činnost nutnou k úspěchu. Vedle hlavního zájmu se tak shromažďují různé zájmy dílčí, vedlejší. Činorodost zájmů je závislá na jejich zpevňování a dalším rozvíjení. (Macák, Hošek, 1989, str. 66)

## **Cíle**

Cíle, které jsou dalšími důležitými motivačními faktory, vznikají z potřeb a jsou ovlivňovány působícími motivy i zájmy. Obecně je cílem vždy určitá hodnota, která uspokojuje aktuální potřebu.

Dosahování cíle se podřizuje celá osobnost sportovce, jeho psychika i motorika. Cíl pak determinuje pohybové činnosti člověka. Působí zejména jako podnět dovršující, tj. ukončující jednání. Dílčí cíle mohou mít však i spouštěcí význam pro další činnost. Pořadí i způsoby dosahování cílů jsou řízeny myšlenkovou úvahou, jež bývá často ovlivněna citovým vztahem k dosahovaným hodnotám. Z hlediska významnosti sportovních cílů rozeznáváme cíle hlavní, které jsou obvykle perspektivní (např. umístění v důležitém závodě), a cíle dílčí, jejichž postupným plněním se dosahuje cílů hlavních. Metodické postavení těchto cílů a jejich plnění podporuje činorodost člověka a upevňuje jeho charakter. Nereálně a nepřiměřeně stanovené cíle snižují aktivitu člověka. Pro každého člověka existuje pravděpodobně optimální velikost cíle, který pro něj není ani příliš vysoký, ani příliš nízký a vyvolává u něho maximální úsilí. (Macák, Hošek, 1989)

Z rozboru motivace sportovní činnosti vyplývá, že sportovní činnost je silně motivována sama o sobě, neboť vychází přímo z různých základních tendencí a biogenních potřeb. Kromě toho je činností dobrovolnou a zájmovou. (Macák, Hošek, 1989, str. 66)

Podle A. N. Leont'jeva (Macák, Hošek, 1989, str. 83) je „každá činnost především určována jejím skutečným motivem. Pojem činnost je nevyhnutelně spojen s pojmem motiv; ten může být jak hmotný, tak ideální, jak vyvolaný vjemem, tak i existující jen v představách, v myšlení. Hlavní je, že za motivem stojí vždy potřeba, že motiv vždy odpovídá té které potřebě“.

## **II.6.2 Motivační struktura v souvislosti s tělesnou výkonností**

Okruh sportovní motivace vznikající na základě podněcujících tendencí funkčních potřeb a pod vlivy společenského prostředí sportu i sociálních tendencí člověka je velmi rozsáhlý. Je mnoho zdrojů motivace (rodina, četba, biogenní potřeby aj.). Různé motivační zdroje vytvářejí složitý komplex, který nazýváme motivační struktura. Sdružuje řadu potřeb, motivů, zájmů a cílů, hlavních i vedlejších, jež navzájem splývají, překrývají se, jsou si často i vzájemně protichůdné. Proměnlivá motivační struktura osobnosti určitého sportovce má svou regulační účinnost – energetizuje a ovlivňuje výběr chování sportovce. Působí zde i četné mikromotivy, které si jedinec nemusí ani plně uvědomovat nebo je ve svých představách retrospektivně zkresluje či je přímo i tají. Explorace motivů, prováděná obvykle dotazníkovou metodou se zřetelem k anamnéze sportovce, je vhodná pouze pro obecnou inventarizaci motivů. Do hloubky jednotlivých osobností však neproniká. Za pozornost stojí změna motivační struktury ve vztahu k výkonnosti člověka. (Macák, Hošek, 1989, str. 70)

### **Prvotní expanze**

První pokusy o provádění sportovní činnosti. Hlavními pohnutkami sportovních činností jsou zde primární motivy, vyplývající biologicky z funkční potřeby tělesného pohybu a společensky z potřeby uplatnění vlastní osobnosti, z potřeby vzrušení, z potřeby společenského styku i z dalších sociálních tendencí, např. napodobení, sympatie, vcítění apod. U dospělých začátečníků se pak objevují především motivy zdravotní, estetické a rekreační. V tomto stadiu jsou různé podněty vnějšího prostředí, odpovídající obnovené potřebě (impulsu), vnějšími pobídkami (incentivami), tj. vnější stránkou motivů aktivizujících a usměrňujících člověka ke sportovní činnosti. Značnou

úlohu mají přitom i různé, často nahodilé okolnosti, např. sportoviště v blízkosti bydliště, příklady slavných sportovců, četba, sportovní zájmy blízkých osobností apod.

Stadium prvotní expanze, při němž se motivační struktura začíná teprve rýsovat, se projevuje menší výběrovostí při volbě sportovní činnosti, rozptýleností sportovních zájmů, bezprostředností a emocionálností přístupu, značnou sportovní fluktuací a silným vlivem vnějších podnětů. Z hlediska učení odpovídá tomuto stadiu fáze předběžné orientace. Začátečník se obvykle zajímá současně o více sportů, řídí se přitom hlavně libostí prožitků, bývá v tréninku méně cílevědomý apod.

(Macák, Hošek, 1989)

### **Stadium specializace**

Stadium výběrového sebeuplatnění je charakterizováno zdůrazňováním již určitých motivů sportovní činnosti, přičemž motivy společenského uplatnění, soutěžení apod. začínají převažovat nad pouhým libostním uspokojením potřeby pohybu. Působnost libostí ovšem nemizí. Provází nikoli už jen pohybové uspokojení, nýbrž především růst vlastní výkonnosti, dovednosti, úspěchů; libost je spojena s vítězstvím a tvoří trvalý, i když ve své činnosti situačně proměnlivý základ motivace již určitého a vybraného druhu sportovní činnosti. Motivační struktury se v tomto stadiu vyhraňují a zpevňují, a to v přímé závislosti na růstu výkonnosti. Základním mechanismem tohoto procesu je resultantní zpětná vazba a v závislosti na ní i stále zpřesňovaná cílová představa a zvyšující se aspirační úroveň. Výsledkem těchto procesů je vznik dominantní zaměřenosti sportovce na určitý sport. Specializovanější a ustálenější zájem vede sportovce i k systematictějšímu tréninku, emocionální přístup je doplněn racionálním poznáváním obsahu i pohybových a teoretických principů dané disciplíny, dostavují se první dílčí úspěchy, což zvyšuje tréninkovou aktivitu i cílevědomost sportovce a jeho aspirační úroveň. Tento pozitivní proces nemusí vždy nastat ani nemusí pokračovat. To je závislé především na přijatelném poměru úspěchů a neúspěchů. Přijatelnost tohoto poměru je individuálně odlišná. Z hlediska psychologické přípravy jde v této fázi především o regulaci poměru mezi aspirační úrovní a aktuální výkonností sportovce. (Macák, Hošek, 1989)

### **Stádium sportovního mistrovství**

Je charakterizováno silnou účinností soutěžení, sebeuplatnění a odezvy směřující k dosažení i udržení vysoké výkonnosti. Výkonností nesleduje sportovec již pouze původní účel, tj. uspokojení potřeby pohybu, nýbrž staví ji do služeb ještě jiných cílů, osobních (vítězství, sláva, pocty) i společenských (reprezentace, rozvíjení daného sportu, předávání zkušeností). Motivační struktura je zde již diferencována, specifikována a upevněna a vede sportovce k cílevědomé, vystupňované aktivitě. (Macák, Hošek, 1989)

### **Stadium involuce**

Stadium involuce motivační struktury je zvláštním stadiem motivace, příznačným pro období trvalého poklesu výkonnosti ke sklonku závodnické kariéry sportovce. Ve stadiu involuce motivační struktury sportovce obvykle přetrvává pozitivní, citově i rozumově podložená motivace sportovní činnosti, která se jeví jako základní, celoživotní a stabilizovaný vztah ke sportu. (Macák, Hošek, 1989)

## **II.7 FITNESS**

### **II.7.1 Definice fitness**

Fitness je pojem, se kterým se setkáváme ve více významech. Nejčastěji pod ním chápeme to, co bylo před rokem 1989 nazýváno kondiční kulturistika nebo také kondiční posilování. Jedná se o cvičení ve fitness centrech, jehož náplní je cvičení s volnými činkami a cvičení na trenažérech, doplněné o aktivity aerobního charakteru na speciálních trenažérech, dodržování určitého dietního režimu včetně použití doplňků výživy a o celkový životní styl, jehož cílem je rozvoj celkové zdatnosti, zlepšení držení těla, zlepšení postavy při současném působení na upevňování zdraví a rozvoj síly (Kolouch, in: Stackeová, 2002).

## II.7.2 Historie fitness

Anglický název „Body building“ dobře vystihuje hlavní účel tohoto cvičení, tj. ovlivnění tvaru a rozměrů těla. První systémy takového cvičení se začaly objevovat již na počátku minulého století. Nejznámější z nich je systém Angličana Rubena Sandowa (1867-1925), který vypracoval speciální sestavu cviků se zátěžemi, jejímž cílem byl symetrický rozvoj všech svalových skupin. V roce 1903 vyšla v Londýně jeho kniha „Body building“, která dala později v anglosaských zemích název celému hnutí. Výraznější rozvoj zaznamenalo toto cvičení po II. světové válce, kdy v roce 1946 byla založena mezinárodní federace kulturistiky IFBB („International Federation of Body Building“), na které zpočátku participovaly USA a Kanada. Velkou zásluhu na jejím zrodu a vývoji měli Američané bratři Joe a Ben Weiderové. V současné době má tato federace více než 130 členských zemí a je šestou největší sportovní federací na světě.

V naší republice se kulturistika rozvíjí od 60. let. Z okamžik „oficiálního“ počátku kulturistiky u nás je považován rok 1964, kdy byla jako samostatná komise přiřazena ke vzpírání. Později se osamostatnila a rozdělila na tři směry: kondiční kulturistika, sportovní kulturistika a silový trojboj. I ten se později oddělil a v dnešní době existuje soutěžní kulturistika, v jejímž rámci vznikly soutěže fitness jako nová kategorie, a kondiční kulturistika ve smyslu výše uvedeného fitness. Po roce 1989 fit centra mohou a nemusí být organizována ve Svazu kulturistiky a fitness ČR. Tím zaniknul i jednotný systém školení trenérů, vznikla řada soukromých trenérských škol, vychází několik specializovaných časopisů ..., vychází řada publikací a řada článků v různých typech periodik, takže teorie fitness tréninku je značně neucelená, resp. Žádná ucelená teorie v současné době neexistuje. Svůj podíl na tom má i fakt, že do roku 2000 patřilo provozování fitness center mezi nevázané živnosti a nebyla tedy třeba žádná kvalifikace, nyní je k získání živnostenského oprávnění pro provozování fitness centra nebo jiného sportovního zařízení třeba vysokoškolského vzdělání tělovýchovného zaměření, pro trenérskou či instruktorskou práci pak absolvování kursu u školícího zařízení s akreditací MŠMT ČR. V poslední době byla zaznamenána snaha Svazu kulturistů a fitness ČR o striktní oddělení kvalifikace trenér kulturistiky a instruktor fitness centra, přičemž školení trenérů kulturistiky by bylo výsadou sportovního svazu.

V období počátků kulturistiky byl v USA koncipován určitý tréninkový systém, nazvaný „Weiderovy tréninkové principy“. Původně byly tyto principy koncipovány pro výkonnostní kulturistiku s cílem maximalizace svalové hmoty a svalové síly. Jejich aplikace je možná pouze u jedinců geneticky disponovaných, dosahujících určité výkonnostní úrovně. Základem těchto principů byly tzv. „objemové“ či „základní“ cviky. Tento přístup pak byl v časopisech prezentován jako vhodný a účinný pro každého a dodnes podle něj cvičí většina návštěvníků fitness center. I v soutěžní kulturistice jsou dnes tyto principy přežitkem, protože tréninkové teorie se rychle rozvíjely a byly koncipovány nové trenažéry. Základními cviky bylo cvičení s volnou zátěží, především tlak s velkou činkou vleže na lavici („bench press“), mrtvý tah a dřep s činkou, dále přitahy k bradě, bicepsově zdvihy s velkou činkou v stoji apod. Při všech těchto cvicích je extrémně zatěžována páteř a podporován rozvoj svalových dysbalancí. Při dlouhodobém provádění takového tréninku pak dochází ke vzniku vertebrogenních obtíží až nezvratným morfologickým změnám na kloubním a vazivovém aparátu. (Stackeová, 2004. str. 8)

### **II.7.3 Motivace ve fitness**

V kondiční - rekreační kulturistice, která se provádí ve fitcentrech, se cvičenci nepřipravují pro soužení porovnávání a cílem jejich snažení není vždy bezvýhradně zvětšení a zkvalitnění svalové hmoty. Každý sleduje svoje individuální cíle, usilující o zlepšení zdravotního stavu, kondice, metabolismu, zpevnění svalstva a rozvoj zaostávajících svalových skupin vzhledem k zlepšení symetrie, vylepšení postavy redukcí tukových vrstev v podkoží, a nebo o zlepšení držení těla, také prevence odstranění bolestí v zádech, zvýšení celkové síly, či zlepšení psychického stavu a podobně. (Černý a kol., 1993)

Ústředním motivem pro zahájení cvičení ve fitness centru je špatně hodnocený fyzický stav nebo další potíže. (Brehm, Eberhardt, 1995)

Řada výzkumů (Fox, 1997, Fialová, 2001 a další) se zabývala motivací v oblasti fitness a výsledky všech směřovaly k jednomu závěru, a to že v hierarchii motivů

je v této oblasti vždy na prvním místě skupina motivů, kterou můžeme označit jako motivy „estetické“. Ženy si ve většině případů přejí redukovat množství tuku na problémových partiích – bocích, stehnech a hýždích a „zpevnit“ svaly na horní polovině těla, muži obvykle usilují o nárůst svalové hmoty a síly a redukci tuku především v oblasti břicha. (Stackeová, 2004, str. 70)

Motivy ve fitness můžeme rozdělit do těchto skupin:

- Estetické (možnost změny tvaru a rozměrů vlastního těla, možnost ovlivnění tělesné hmotnosti apod.)
- Zdravotní (celkové zvýšení odolnosti a výkonnosti, prevence civilizačních onemocnění apod.)
- Sociální (možnost sociálního kontaktu, možnost výkonového srovnání apod.)
- Prožitkové (možnost odreagování stresu, relaxace v pohybu, nové prožitky vlastního těla apod.)

V hierarchii motivů se odráží rozdíly osobnostní, intersexuální, transkulturní a věkové.

Obecně lze říci, že převažují motivy estetické, s přibývajícím věkem nabývají na důležitosti motivy zdravotní a prožitkové.

Primární motivací bývá nejčastěji oblast motivů estetických, v průběhu času u řady jedinců převažují motivy prožitkové spolu se změnou životního stylu a změnou vztahu k vlastnímu tělu a sobě samému – změnou sebepojetí a sebehodnocení. (Stackeová, 2004, str. 70)

Příčinou nízké perzistence motivace jsou často nerealistická očekávání, na nichž mohou mít svůj podíl komerční informace v reklamě a v časopisech.

(Stackeová, 2002, str. 42)

Mezi hlavní faktory objasňující ukončení pohybové aktivity ve fitness, patří špatně stanovené cíle, které jsou většinou nedosažitelné. Dokonce i trenéři ve fitness centrech jen zřídka berou zřetel na tento faktor při sestavování programu.

Pro větší pravděpodobnost udržení pohybové aktivity, je velmi důležité zlepšit plánování a realizace individuálních programů. Více pozornosti je třeba věnovat kognitivním aspektům, jako je správná informace o cílech a účincích cvičení. (Brehm, Eberhardt, 1995)

#### **II.7.4 Fitness a kvalita života**

Podle D. Stackeové (2002) v kontextu kvality života, pak obzvláště v současné společnosti může být přínos fitness tréninku značný, a to hned v několika oblastech:

1. sociální

Fitness centra se stávají místem setkávání, poznávání nových osob, vytváření nových skupin, a to ve zvláštním kontextu – jednak péče o tělo, jednak kompetitivním ve smyslu změny vzhledu těla a podávání určitého výkonu.

2. prožitkové

Toto cvičení, jak již bylo výše zmíněno, má pozitivní vliv na tělové schéma, jak ve smyslu diferenciaci tělesných pocitů, tak změny vztahu k vlastnímu tělu spojené se získanou kompetencí ovlivnit jeho vzhled a atraktivitu. Změna tělového schématu je prostředníkem změny sebepojetí, která se odrazí nejen ve změně prožívání sebe sama, ale i vmyšlení, cítění a konání jedince a jeho úspěšnosti v jiných životních aktivitách, což opět přispívá k lepšímu životnímu pocitu a zvýšení ukazatele kvality života.

3. zdravotně preventivní

Fitness trénink je velmi účinný ve smyslu prevence negativních důsledků stresu, a to jak v rovině somatické (prevence civilizačních onemocnění, tak psychické (tzv. abreaktivní účinek pohybové aktivity). Ovlivňuje tak kvalitu života přímo, a to zmíněným účinkem psychohygienickým, a nepřímo, přes zlepšení somatického stavu a zmírnění rizika vzniku tzv. civilizačních onemocnění.



Vzhledem k poměru času, který cvičení ve fitness centru vyžaduje, a jeho efektu na pohybový aparát a na organismus celkově je v dnešní době charakterizované přemírou stresů a hypokinézou (nedostatek fyzické aktivity, který má negativní vliv na pohybové a funkční možnosti lidského organismu a posléze na zdraví jedince, dochází ke zhoršení svalové koordinace, držení těla, snižuje kloubní pohyblivost, svalstvo atrofuje a snižuje se výkonnost kardiovaskulárního a respiračního aparátu), fitness, pokud je správně prováděné, je velmi vhodnou pohybovou aktivitou. K jejím výhodám patří mimo jiné možnost začít z jakékoliv výchozí úrovně nezávisle na věku, možnost provozovat cvičení celoročně a možnost cvičit nezávisle na partnerech. (Stackeová, 2002, str. 42)

Podle L. Majora (1993), mezi hlavní výhody navštěvování fitness centra patří:

- lepší zdravotní stav
- více životní energie
- zvýšení sebevědomí a větší sebedůvěra
- zvýšení fyzické síly, zlepšení kondice a celkového vzhledu
- zvýšená výkonnost v jiných pohybových činnostech
- prevence zranění a jejich rehabilitace
- zvýšení schopnosti duševního a tělesného uvolnění
- větší schopnost soustředění v práci a vytrvalost v plnění každodenních povinností

### **II.7.5 Fitness centra**

Fitness centra se v České republice neustále rozvíjejí. Tento trend zaznamenal největší změnu po revoluci 1989, kdy zaznamenal velký nárůst počtu nových, většinou menších fitcenter, která začala nahrazovat domácí cvičení ve sklepích pro muže a cvičení aerobikového typu v sokolovnách. (Hnilička, 2004)

V současné době dochází k rozsáhlé komercializaci „kondiční“ kulturistiky a dynamickému růstu fitness a wellness center. Současný trend, který je pozorovatelný v ČR, je poskytování komplexních služeb. Nově vznikající fitness centra nenabízejí jen jednu službu, ale celý komplex služeb, který v sobě zahrnuje sportovní, regenerační, rekondiční a doplňkové služby. Nově vzniklé projekty ve své většině již nemají charakter posiloven, ale sportovně regeneračních či společenských center, se širokou nabídkou komplexních služeb. Klienti nevyužívají tyto služby jen ke sportovním aktivitám, ale také k navazování společenských kontaktů a setkání s přáteli. Novým trendem v České republice je také zvětšování plochy nově vzniklých fitness center, kdy v porovnání s lety 1993-1994 dochází k dramatickému vzestupu. Dříve běžná velikost fitness center a posiloven (okolo 300 m<sup>2</sup>) se v dnešní době ukazuje jako naprosto nedostatečná a průměrná velikost nových fitness center přesahuje v současnosti již 1500 m<sup>2</sup>. (Beran, 2005)

Malá fitcentra mají 30 – 100 m<sup>2</sup>, jsou skromnější, spíše rodinného typu, s tím souvisí i omezenější nabídka služeb, nižší cenová hladina.

Středně velká fitcentra jsou na ploše 100 – 350 m<sup>2</sup>. Větší fitcentra pracují dynamičtější formou, k dispozici mají větší plochu, větší finanční kapitál, i větší touhu a předpoklad pro to být úspěšným a vyhledávaným fitcentrem, které bude prosperovat po delší dobu.

Fitcentra s velikostí plochy nad 350 m<sup>2</sup> označujeme jako velká. K nim s určitostí patří i sportovní a kulturně-sportovní centra, nabízející nejširší paletu služeb. (Vostárek, in: Hnilička, 2004)

Mezi základní doporučení, při formování projektu placené tělovýchovné služby, patří mimo jiné:

- odborná kvalifikace majitele a personálu a jejich vztah ke sportovní činnosti, které jsou předpokladem pro sortimentní skladbu nabídky služeb a jejich efektivní realizaci.
- zaměření na konkrétní segmenty zákazníků i pokud jde o založení fitklubu na malém městě, kde je navíc jedinou provozovnou tohoto druhu, není účelné se specializovat na určitý typ zákazníků. Nestandardní skupiny zákazníků přicházejí

v úvahu v místech s vyšší hustotou populace a tam, kde se lze prostřednictvím analýzy ověřit jejich zájem o určitý druh služeb. Je-li tento zájem evidentní, je třeba z hlediska prosperity těmto nestandardním skupinám přizpůsobit jak interiér fitklubu, tak i sortiment doplňkových služeb. (Čáslavová, Pippal, 1994)

Dalšími postřehy ohledně fitcenter vhodné zmínění v této práci jsou, že návštěvnost fitness center je o víkendech velmi nízká. Posilovna zpravidla nestačí k pokrytí nákladů, proto spektrum nabízených služeb se rozšiřuje o solária, myostimulátory, masáže, prodej zdravé výživy, kavárenská a barová obsluha. Tzv. rozšířená nabídka služeb je nezanedbatelnou součástí zisků a v některých případech představuje až 50% veškeré tržby. Cenové relace služeb závisí především na ceně konkurenta, samozřejmě s ohledem na návratnost investic. (Čáslavová, Pippal, 1994)

### **Fitness centra Factory Pro**

Factory Pro má v současné době tři samostatná střediska, jedno v Českých Budějovicích a dvě v Praze (Smíchov a Černý Most). Původně Factory Pro začínalo jako malá posilovna v budově Radlické mlékárny na Smíchově, které se za pár let vypracovalo na moderní sportovní komplex, nabízející širokou paletu nejrůznějších sportovních příležitostí pro všechny sportovní kategorie.

Ve fitness centrech Factory Pro, najde návštěvník posilovnu (600-1100 m<sup>2</sup>), cardio zónu, bazén, sály s širokou nabídkou různých druhů cvičení, spinning, relaxační služby, masáže, squash a další.

### III. EMPIRICKÁ ČÁST

#### III.1 CÍL PRÁCE, ÚKOLY PRÁCE, HYPOTÉZY

##### **Cíl práce:**

Analyzovat motivační strukturu návštěvníků fitness center.

##### **Úkoly:**

- studium literatury vztahující se k tématu práce
- zpracování teoretické části
- sestavení odpovídajícího dotazníku, který zajistí potřebné informace k vyhodnocení motivační struktury ve fitness
- zajištění procesu sběru dat v pražském fitness centru s širší nabídkou služeb
- vyhodnocení nasbíraných dat
- zpracování výsledků, grafické vyjádření

##### **Hypotézy:**

- předpokládáme, že u lidí navštěvující fitness centrum budou převažovat estetické motivy
- předpokládáme, že s přibývajícím věkem nabývají na důležitosti motivy zdravotní
- předpokládáme, že ženy budou chtít především redukovat množství podkožního tuku, zhubnout
- předpokládáme, že muži především usilují o nárůst svalové hmoty a síly
- předpokládáme, že ženy k dosažení svých cílů využívají především aerobik a kardio zónu (stacionární kolo, veslovací trenažér, běhací pás, stepper atd.)
- předpokládáme, že muži k dosažení svých cílů využívají především posilovnu

## III.2 DIAGNOSTICKÉ METODY

### **Charakteristika dotazníku**

Na základě studia problematiky a konzultací jsme vytvořili dotazník, odpovídající výzkumu, s názvem Motivace ve fitness – MvF (viz. Příloha 1). Použitý dotazník není standardizovaný z důvodu, že neexistuje oficiální standardizovaný dotazník, který by zajistil všechna potřebná data k výzkumu.

Dotazník se skládá z 27 otázek, převážně uzavřených. Otázky jsou zaměřené na zjištění následujících souborů informací:

**1) Osobní informace:**

pohlaví, věk, vzdělání, stav, počet dětí, zaměstnání.

Otázky v dotazníku č.: 1), 2), 3), 4), 5), 6).

**2) Informace o životním stylu:**

fyzická náročnost zaměstnání, kouření, pití alkoholu, pravidelnost cvičení, cvičení doma, úprava jídelníčku, držení diety, užívání doplňků výživy.

Otázky v dotazníku č.: 7), 8), 9), 15), 16), 21), 22), 23).

**3) Informace o tělesném sebepojetí:**

spokojenost se vzhledem těla, spokojenost se zdravím, spokojenost s fyzickou zdatností, spokojenost s tělesnou hmotností.

Otázky v dotazníku č.: 10), 11), 12), 13)

U tohoto souboru otázek byla nabídka pětistupňové škály odpovědí (1-velmi spokojen/a až 5-velmi nespokojen/a). Otázka na tělesnou hmotnost měla nabídku tří odpovědí (snížit – udržet – zvýšit).

**4) Informace týkající se využívání služeb fitness centra:**

pravidelnost návštěv fitness centra (FC), doba navštěvování FC, četnost návštěv FC, zda je navštěvování FC hlavní nebo vedlejší sportovní aktivitou, využití osobního trenéra ve FC, využití služeb spojených s fitness.

Otázky v dotazníku č.: 17), 18), 19), 20), 24), 26), 27).

**5) Otázky zaměřené na motivační strukturu:**

**A)** otevřená otázka - uvedení hlavního motivu cvičení.

Otázka v dotazníku č.: 14) „Hlavní důvod proč cvičíte je: .....“.

**B)** otázka č. 25) obsahuje 19 tvrzení, která se týkají motivů návštěvy fitness centra. Pro hodnocení využijeme vytvořené škály Lickertova typu, kde respondent má s každým nabídnutým tvrzením vyjádřit, jak moc se s tvrzením ztotožňuje na pětistupňové škále odpovědí (1-zcela souhlasí, 5- zcela nesouhlasí). Tvrzení jsou vybrána z následujících skupin motivů tak, aby z každé skupiny bylo přibližně stejně tvrzení, a taková, která se pravděpodobně vyskytují jako nejčastější motiv ke cvičení z dané skupiny.

Estetické motivy: tvrzení označená v dotazníku A), B), I), J), P)

- snížit množství podkožního tuku (zhubnout)
- docílit nárůstu svalové hmoty
- udržet si postavu
- zpevnit postavu
- vyrýsovat svaly

Zdravotní motivy: C), D), K), L), Q)

- zcela nebo částečně odstranit zdravotní problém
- být v lepší kondici (odolnost, výkonnost, zdatnost)
- rozvíjet svalovou sílu
- rozvíjet vytrvalost
- předcházet případným zdravotním problémům

Sociální motivy: E), F), M), R)

- možnost seznámit se nebo setkat s přáteli
- zvýšit si sebevědomí
- získat si respekt, obdiv nebo uznání okolí
- vyžaduje to budoucí nebo současné povolání

Prožitkové motivy: G), H), N), O), S)

- koníček (hobby)
- dobrý pocit ze cvičení
- odreagování, relaxace
- pocit získání energie ze cvičení
- životní styl

Pro vyhodnocení této části dotazníku, budeme kladné odpovědi spojovat, stejně jako záporné:

(př. Souhlas = zcela souhlas + spíše souhlas).

Pokud bude vhodné zachovat všech pět stupňů škály pro vyjádření vyhodnocení, učiníme tak.

Na závěr této otázky byla zařazena otevřená otázka, kde respondent může uvést další motiv ke cvičení, který nebyl vyjádřen v předchozích tvrzeních.

### **III.3 ORGANIZACE SBĚRU DAT**

Jak už bylo uvedeno, využijeme dotazníkové metody. Případné respondenty náhodného výběru požádáme o samostatné a anonymní vyplnění dotazníku v pracovní den na recepci při odchodu z velkého fitness centra v Praze, ve kterém nám sběr dat povolí a v odpoledních až večerních hodinách, kdy je návštěvnost fitness center nejvyšší. Oslovení případných respondentů budou zajišťovat dva dotazující. Oslovovat ženy budu já a abychom zvýšili úspěšnost oslovení a rychlost sběru dat, bude muž oslovovat pomocník – studentka vysoké školy ekonomické, která má pracovní zkušenosti s komunikací s lidmi. Budeme se snažit o minimálně 100 dostatečně vyplněných dotazníků, a to tak, aby při konečném součtu dotazníků zastupovala obě pohlaví přibližně polovinu, z důvodu zjištění rozdílů motivační struktury u mužů a žen.

### **III.4 METODY ZPRACOVÁNÍ DAT**

Výsledky jednotlivých odpovědí jsme zpracovali pomocí programu Microsoft Excel a pomocí příslušných funkcí je vyhodnotili. Nejdříve jsme shromáždili data do vyhodnocovací tabulky (viz. Příloha 2), poté jsme získaná data zanalyzovali a vyhodnotili pomocí tabulek a grafů ve výsledkové části.



## **IV. VÝSLEDKY**

Ve výsledkové části jsme kromě charakteristiky sledovaného souboru, shrnuli výsledky do tabulek a grafů, které jsme vytvořili na základě vyhodnocovací tabulky (vytvořené ze získaných dat z dotazníků, viz. Příloha 2). Jsou v ní vyhodnoceny všechny soubory otázek z dotazníku jako životní styl, tělesné sebepojetí, oblast fitness, motivace ve fitness (hlavní důvody návštěvy fitness centra, motivační struktura návštěvníků fitness centra, hodnocení skupin motivů, rozdíly motivace podle věku, rozdíly motivace podle pohlaví).

Směrodatná odchylka u uvedených výsledků je max. +/- 10%.

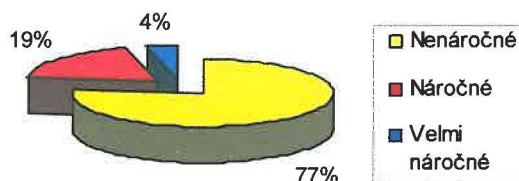
### **IV.1 Charakteristika sledovaného souboru**

Sběr dat proběhl v pracovní den ve dvou fitness centrech Factory Pro (Smíchov a Černý Most) v Praze mezi 16:00 až 20:00 hodinou, kdy je návštěvnost fitness center nejvyšší (dle sdělení pracovníků recepce fitness centra). Dotazníkové akce se zúčastnilo celkem 129 respondentů. Z toho bylo 63 žen a 66 mužů. Věkové rozpětí je od 19 do 58 let, kde největší zastoupení je ve věku 20-29 let, kterých bylo 82. Průměrný věk celého souboru byl 29,6 let, z toho u souboru mužů 29,7 let a u žen 29,5 let.

Další údaje charakterizující soubor ohledně vzdělání, stavu a dětí jsou uvedeny v tabulkách č. 1-3 (viz. Příloha 3).

## IV.2 Hodnocení životního stylu (viz. Příloha 4)

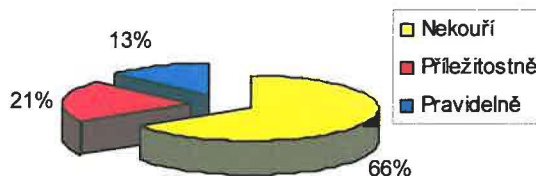
### Fyzická náročnost zaměstnání:



Graf 1. Náročnost zaměstnání

Většina návštěvníků (77%) fitness center má fyzicky nenáročnou práci, což uvedlo více žen než mužů.

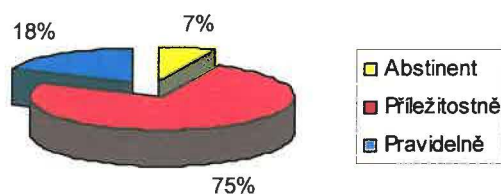
### Kouření:



Graf 2. Kouření

Celkový počet kuřáků je 34%, ale kouří spíše příležitostně (21%).

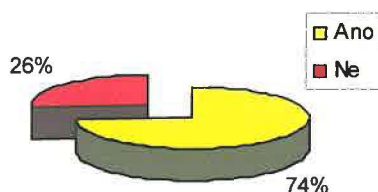
### Pití alkoholu:



Graf 3. Pití alkoholu

Alkohol konzumuje 93% návštěvníků, z toho 18% uvedlo, že pravidelně.

### Pravidelnost cvičení a cvičení doma:



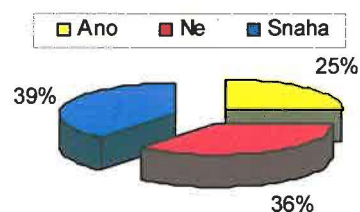
Graf 4. Pravidelnost cvičení



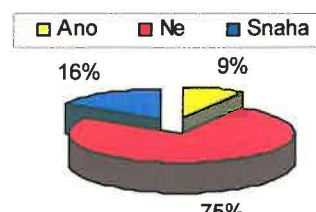
Graf 5. Cvičení doma

Pravidelnou tělesnou aktivitu dodržuje 74% dotázaných (více muži), kdy 37% cvičí i doma. Ukázalo se, že návštěvníci fitness center, kteří dodržují pravidelnou tělesnou aktivitu, jsou i pravidelnými návštěvníky fitness center [kor.k. 0,74].

### Úprava jídelníčku a dieta:



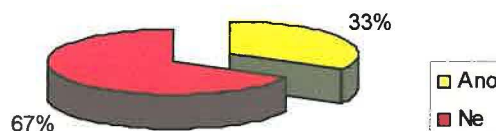
Graf 6. Úprava jídelníčku



Graf 7. Držení diety

O úpravu jídelníčku se nestará ani se o to nesnaží 36% lidí. Dietu dodržuje 9% a dalších 16% návštěvníků se o to snaží.

### Užívání doplňků výživy:



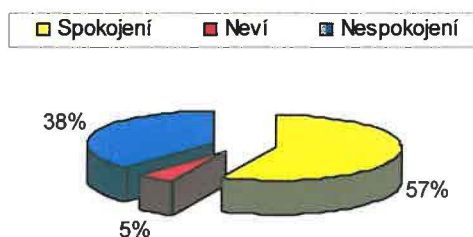
Graf 8. Užívání doplňků výživy

Na otázku o užívání doplňků výživy odpovědělo ano 33% respondentů, dvakrát víc mužů než žen.

### IV.3 Hodnocení tělesného sebepojetí (viz. Příloha 5)

U otázek zaměřených na tělesné sebepojetí nebyly zjištěny žádné větší rozdíly mezi muži a ženami. Rozdíly mezi pohlavím se objevily pouze u otázky na tělesnou hmotnost, kdy snížení by chtěly docílit více ženy než muži. Naopak, pokud někdo chtěl zvýšit tělesnou hmotnost, byli to především muži.

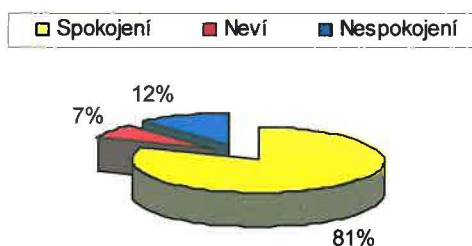
#### **Vzhled těla:**



**Graf 9. Spokojenost se vzhledem těla**

Spokojených se vzhledem těla je 57%, i přesto, že nikdo neodpověděl, že je velmi spokojen. Nespokojených je 38% návštěvníků fitness center.

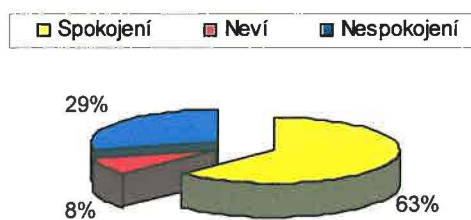
#### **Zdraví:**



**Graf 10. Spokojenost se zdravím**

Se zdravím je spokojeno 81% dotázaných a 12% nespokojených. Nikdo neodpověděl, že je velmi nespokojen.

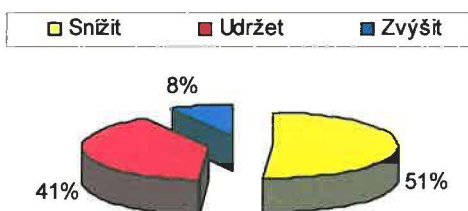
### Fyzická zdatnost:



Graf 11. Spokojenost s fyzickou zdatností

S fyzickou zdatností je spokojeno 63% návštěvníků a 29 % je nespokojených, z toho pouze tři lidé byli velmi nespokojení.

### Tělesná hmotnost:



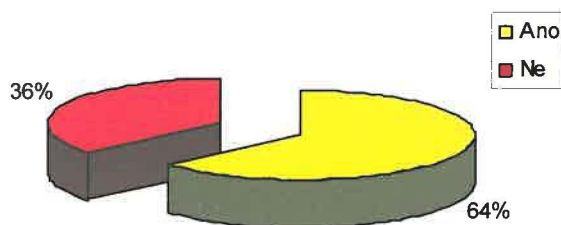
Graf 12. Spokojenost s tělesnou hmotností

Tělesnou hmotnost by chtělo snížit 51% lidí, především ženy. Devět mužů a jedna žena by chtěli svou tělesnou hmotnost zvýšit (8%). Ostatní by svou hmotnost chtěli udržet.

#### **IV.4 Hodnocení oblasti fitness** (viz. Příloha 6)

Zde jsou interpretovány výsledky, které se týkají fitness.

##### **Pravidelnost návštěv fitness centra:**



Graf 13. Pravidelnost návštěv fitness centra

Pravidelně navštěvuje fitness centrum 64% dotázaných, více muži než ženy.

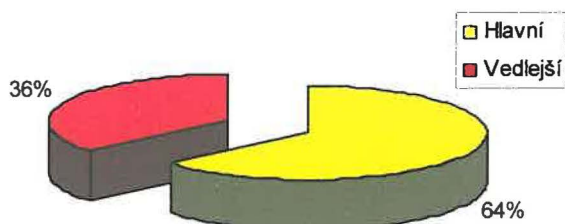
##### **Doba navštěvování fitness centra:**

Výzkumu se zúčastnili lidé, kteří byli ve fitness centru poprvé nebo podruhé, další uváděli, že navštěvují fitness centrum týdně, někdo měsíce, ale většinu tvořili ti, kteří chodí cvičit už roky. Nejvíce uvedl 43 letý muž, který cvičí už 20 let. Průměr ze všech odpovědí je 4 roky a 4 měsíce.

##### **Četnost návštěv fitness centra:**

Nejčastěji se vyskytovala odpověď, že lidé navštěvují fitness centrum 2x týdně. Průměr ze všech odpovědí je 2,2x týdně.

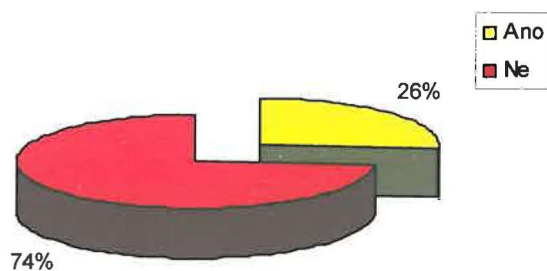
### Hlavní nebo vedlejší sportovní aktivita:



Graf 14. Návštěva FC - hlavní nebo vedlejší sportovní aktivita

Cvičení ve fitness centru, jako hlavní sportovní aktivitu, udalo 64% sportovců. Dalších 36% dotázaných bere návštěvy ve fitness centru jako vedlejší, doplňkovou aktivitu k jinému sportu, a to především k cyklistice. Další sporty, které uvedli jsou in-line bruslení, plavání, squash, tenis, turistika, odbíjená, fotbal a další.

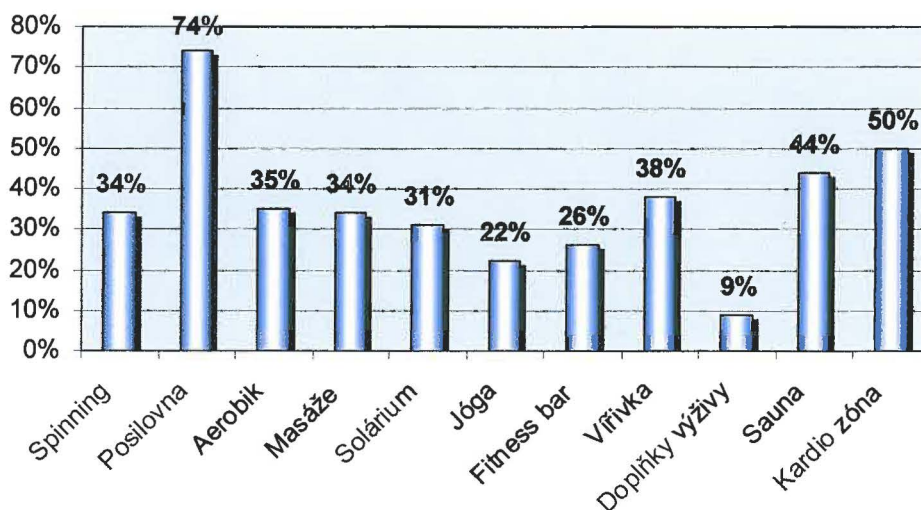
### Využití osobního trenéra:



Graf 15. Využití osobního trenéra

Osobního trenéra někdy využilo nebo stále využívá pouhých 26% návštěvníků fitness center.

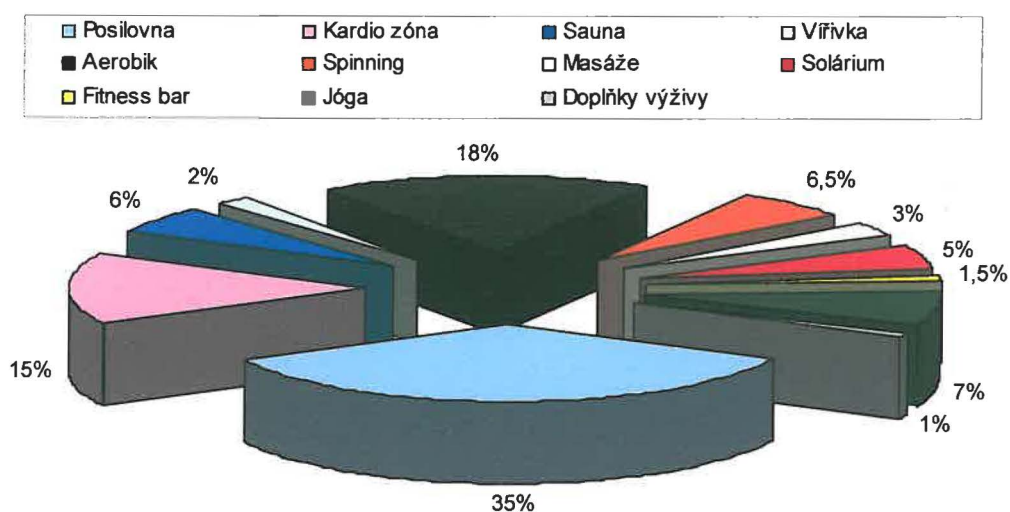
### Využití služeb fitness centra:



Graf 16. Využití služeb fitness centra

Ve fitness centru je nejvíce využívána posilovna, kam zamíří 74% lidí. Dále je velmi využita kardio zóna (aerobní treňažéry) a poté sauna. Nejméně je využíván prodej doplňků výživy.

### Pravidelné využívání služeb fitness centra:



Graf 17. Pravidelné využívané služby fitness centra

Muži pravidelně navštěvují posilovnu a kardio zónu. Ženy pravidelně cvičí na hodinách aerobiku nebo také v posilovně.

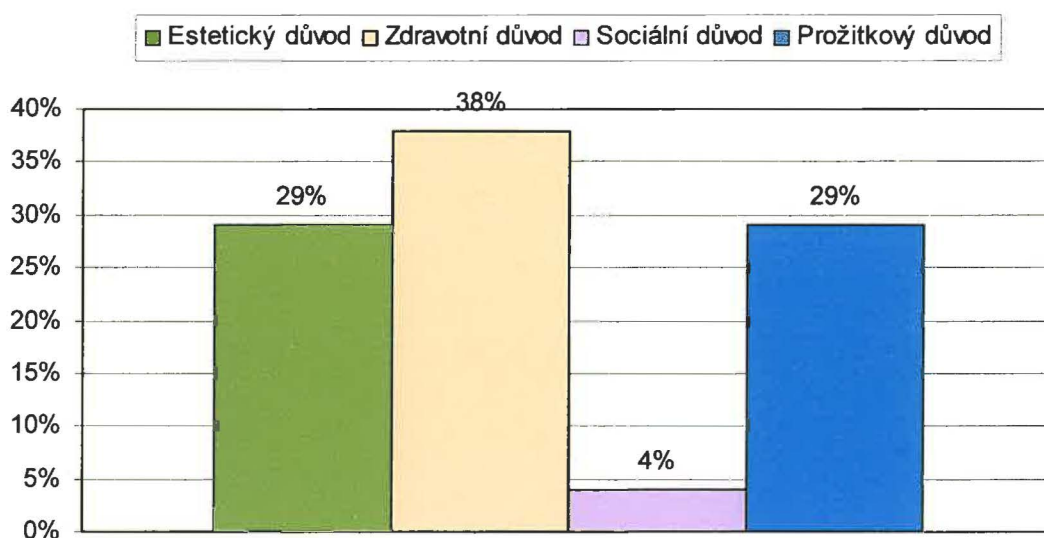


## IV.5 Hodnocení motivace ve fitness

### IV.5.1 Hlavní důvod ke cvičení (viz. Příloha 7)

Estetický důvod	Zdravotní důvod	Sociální důvod	Prožitkový důvod
29%	38%	4%	29%

Tab. 21b: Hlavní důvod ke cvičení



Graf 18. Hlavní důvod ke cvičení

Jak je patrné z tabulky a grafu, nejčastěji uváděným hlavním důvodem ke cvičení byl důvod zdravotní. Nejvíce zmiňovaným zdravotním důvodem bylo zlepšení nebo udržení kondice, dále zdraví jako takové a také odstranění bolesti zad.

Dalšími uváděnými důvody ke cvičení byly důvody estetické a prožitkové, které se vyskytly ve stejném poměru. Z estetických důvodů se nejčastěji objevily důvody jako zlepšení nebo udržení postavy a dále ztráta podkožního tuku (zhubnutí). Z důvodů prožitkových dotázaní nejčastěji zmiňovali dobrý pocit ze cvičení, zábavu a relaxaci.

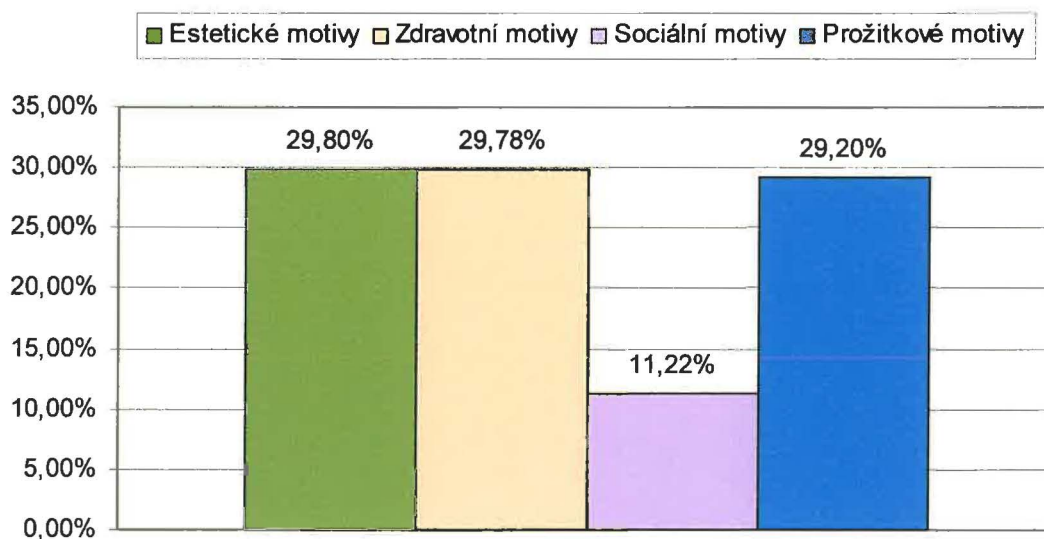
Nejméně zmiňované byly důvody sociální. Dvakrát respondenti zmínili, že to potřebují k výkonu povolání, další dva zmínili, že se připravují k soutěži v kulturistice.

#### IV.5.2 Motivační struktura (viz. Příloha 1, otázka č. 25)

Tabulku a graf jsme vytvořili na základě vyhodnocení celé otázky č. 25. Rozdělení motivů je popsáno v metodice práce (III.2, bod 5) nebo dále v podkapitole IV.6 – Hodnocení motivačních skupin.

Estetické motivy	Zdravotní motivy	Sociální motivy	Prožitkové motivy
29,80%	29,78%	11,22%	29,20%

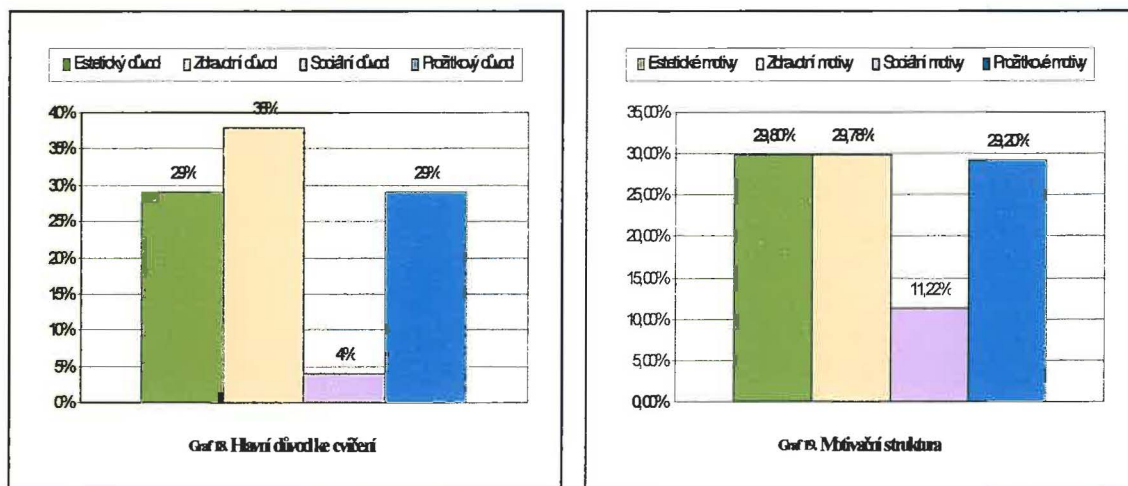
Tab. 22: Motivační struktura



Graf 19. Motivační struktura

Jak ukazuje tabulka a graf, motivační struktura lidí navštěvujících fitness centrum se skládá velmi vyrovnaně ze tří skupin motivů. Velmi těsně převládá skupina motivů estetických nad skupinou zdravotní a poté skupinou motivů prožitkových. Nejméně se na motivační struktuře podílí skupina motivů sociálních.

### 5.4.3 Porovnání: „Hlavní důvod ke cvičení“ a „Motivační struktura“



Při porovnání grafů je vidět, že po podrobnějším zpracování motivační struktury jedinců navštěvujících fitness centrum se skupiny motivů (důvodů) změnilly. Vlevo je graf, který vyjadřuje hlavní důvod ke cvičení, jak jej uváděli dotázaní sami v otevřené otázce (otázka č.14) v dotazníku MvF. Vpravo je graf znázorňující skupiny motivů, tvořící motivační strukturu respondentů podle vyjádřeného souhlasu či nesouhlasu s tvrzeními uvedenými v dotazníku MvF (otázka č. 25).

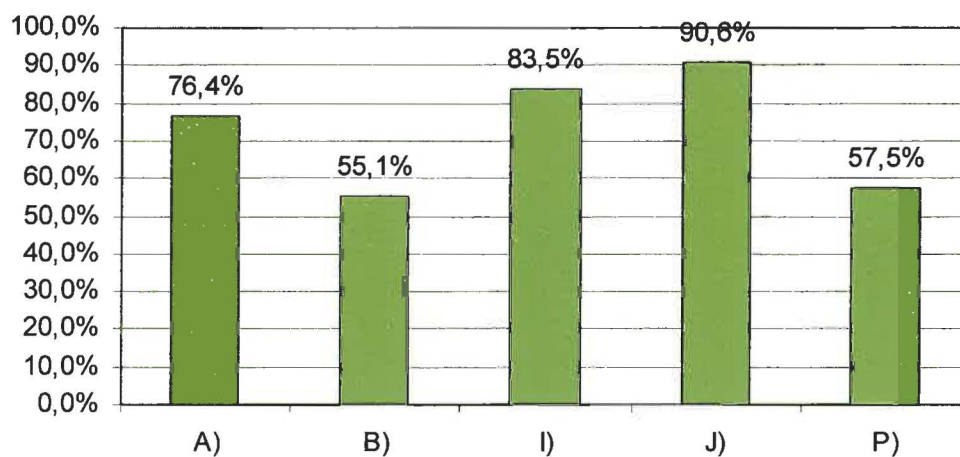
Zatímco sami respondenti především zmiňovali jako hlavní důvod ke cvičení důvod zdravotní, v motivační struktuře se skupina motivů zdravotních srovnala se skupinou motivů estetických a prožitkových. Přesto, že sociální důvod byl uveden jako hlavní důvod ke cvičení výjimečně, na celkové motivační struktuře se podílí sice v menší míře, ale ne zanedbatelně.

## IV.6 Hodnocení motivačních skupin

### IV.6.1 Hodnocení estetických motivů (viz. Příloha 8)

Mezi estetické motivy jsme zařadily motivy, které souvisí se vzhledem těla.

- A) snížit množství podkožního tuku (zhubnout)
- B) docílit nárůstu svalové hmoty
- I) udržet si postavu
- J) zpevnit postavu
- P) vyrýsovat svaly



Graf 20. - Estetické motivy

	A)	B)	I)	J)	P)
Celkem %	76,4%	55,1%	83,5%	90,6%	57,5%
Počet respondentů	97	70	106	115	73

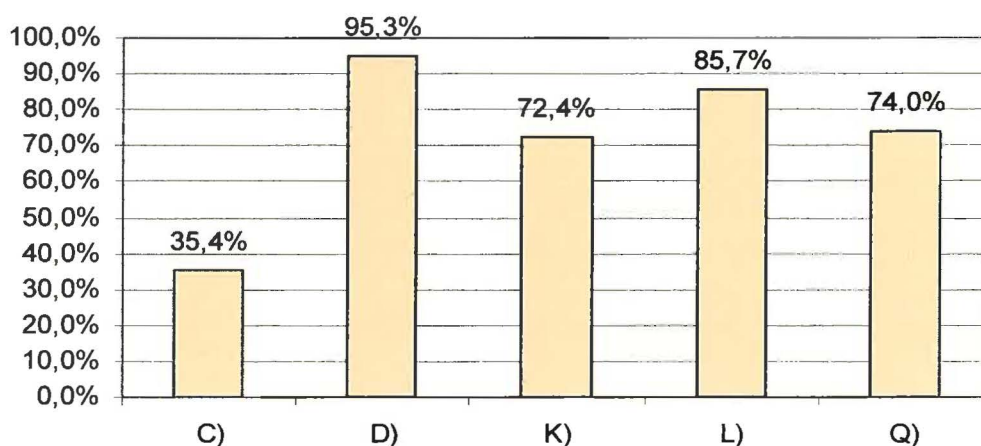
Tab. 23: Estetické motivy

Jednoznačně nejvíce návštěvníků chce zpevnit svoji postavu a nebo si ji alespoň udržet. Především ženy, které chtějí svou postavu alespoň udržet, by jí zároveň rády

zpevnily [korelační koeficient 0,78]. Zhruba  $\frac{3}{4}$  dotázaných chce snížit množství podkožního tuku (zhubnout) a necelých 58% sportovců, chce vyrýsovat své svaly. O nárůst svalové hmoty usilují především muži, ale i 22 žen chce tohoto cíle dosáhnout. Zajímavá spojitost je, že především muži kteří chtějí zpevnit svou postavu, zároveň navštěvují fitness centrum pro rozvíjení své vytrvalosti [kor.k. 0,7].

#### IV.6.2 Hodnocení zdravotních motivů (viz. Příloha 9)

- C) zcela nebo částečně odstranit zdravotní problém
- D) být v lepší kondici (odolnost, výkonnost, zdatnost)
- K) rozvíjet svalovou sílu
- L) rozvíjet vytrvalost
- Q) předcházet případným zdravotním problémům



Graf 21 - Zdravotní motivy

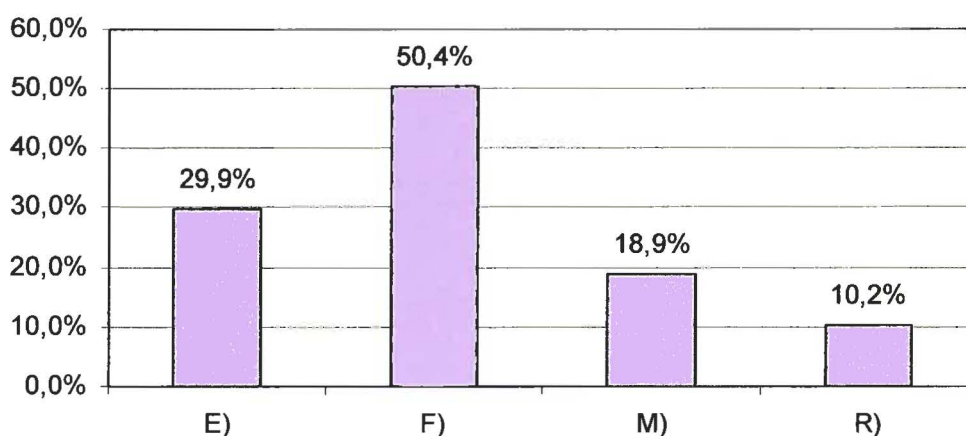
	C)	D)	K)	L)	Q)
Celkem %	35,4%	95,3%	72,4%	85,7%	74,0%
Počet respondentů	45	121	92	108	94

Tab. 29: Zdravotní motivy

Nejen ve skupině zdravotních motivů, ale i celkově v celém výzkumu, nejvíce návštěvníků chce být v lepší kondici (95,3%). Dalším zdravotním motivem sportovců navštěvujících fitness centrum je, že chtějí rozvíjet svoji vytrvalost (85,7%). Přibližně stejné procento respondentů chce rozvíjet svoji svalovou sílu (především muži) a předcházet zdravotním problémům. Posledním zdravotním motivem je odstranění zdravotního problému, který uvedla víc jak třetina dotázaných (víc ženy než muži). Zajímavá spojitost je, že především muži kteří chtějí rozvíjet svou vytrvalost, zároveň navštěvují fitness centrum, aby zpevnili postavu [kor.k. 0,7].

#### IV.6.3 Hodnocení sociálních motivů (viz. Příloha 10)

- E) možnost seznámit se nebo setkat s přáteli
- F) zvýšit si sebevědomí
- M) získat si respekt, obdiv nebo uznání okolí
- R) vyžaduje to budoucí nebo současné povolání



Graf 22 - Sociální motivy

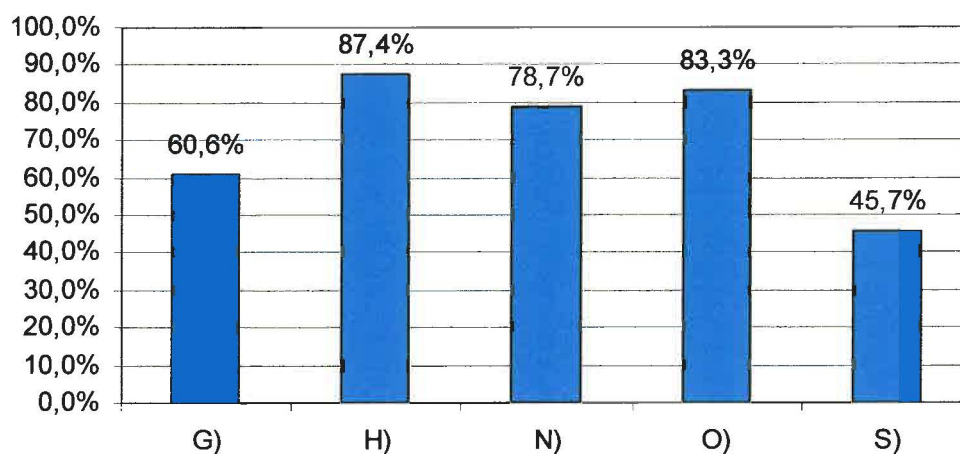
	E)	F)	M)	R)
Celkem %	29,9%	50,4%	18,9%	10,2%
Počet respondentů	38	64	24	13

Tab. 35: Sociální motivy

Sociální motivy se podílejí na motivační struktuře nejméně ze čtyř skupin motivů. I přesto polovina dotázaných uvedla, že si chtějí návštěvou fitness centra zvýšit sebevědomí a třetina, že se mohou seznámit nebo setkat s přáteli (především muži). Získání respektu nebo uznání okolí je důležité pro necelých 20% respondentů a zhruba desetina navštěvuje fitness centrum, protože to vyžaduje výkon jejich budoucího nebo současného povolání.

#### IV.6.4 Hodnocení prožitkových motivů (viz. Příloha 11)

- G) koníček (hobby)
- H) dobrý pocit ze cvičení
- N) odreagování, relaxace
- O) pocit získání energie ze cvičení
- S) životní styl



Graf 23 - Prožitkové motivy

	G)	H)	N)	O)	S)
Celkem %	60,6%	87,4%	78,7%	83,3%	45,7%
Počet respondentů	77	111	100	105	58

Tab. 40: Prožitkové motivy

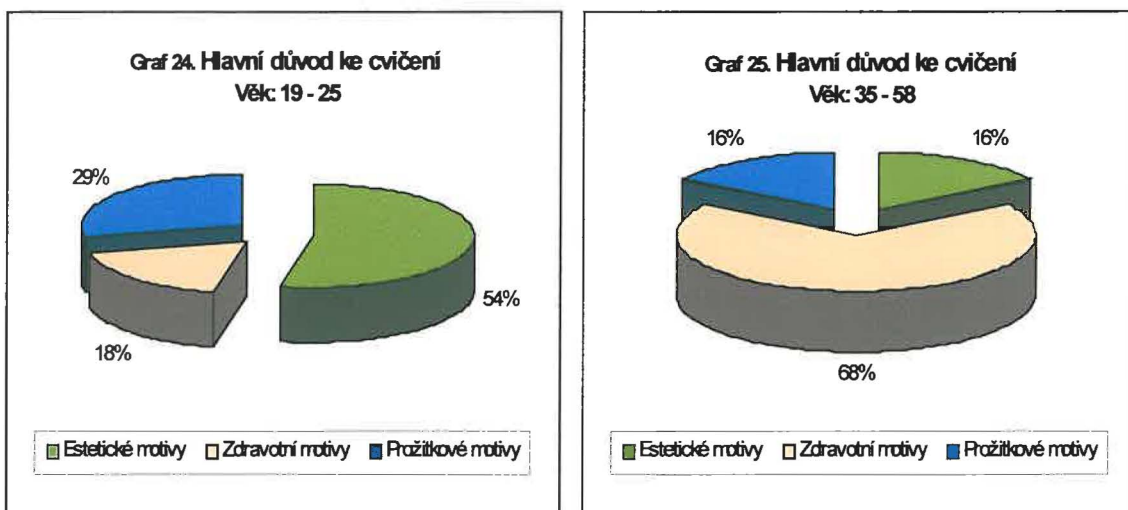
Ze skupiny prožitkových motivů se na motivační struktuře nejvíce podílí dobrý pocit ze cvičení. Velkou mírou se podílí i pocit získání energie ze cvičení. Zhruba  $\frac{3}{4}$  návštěvníků se ve fitness centru chce odreagovat a relaxovat. Pro víc jak 60% respondentů je chození do fitness centra koníčkem (zájmem) a pro přibližně 46% lidí považuje fitness za svůj životní styl. Především ženy berou fitness jako svůj životní styl a zároveň je to pro ně koníčkem (zájmem) [kor.k. 0,79]. U mužů, kteří mají fitness jako koníček (zájem), je navštěvování fitness centra zároveň odreagováním, relaxací [kor.k. 0,74].



## IV.7 Hodnocení motivace podle věku

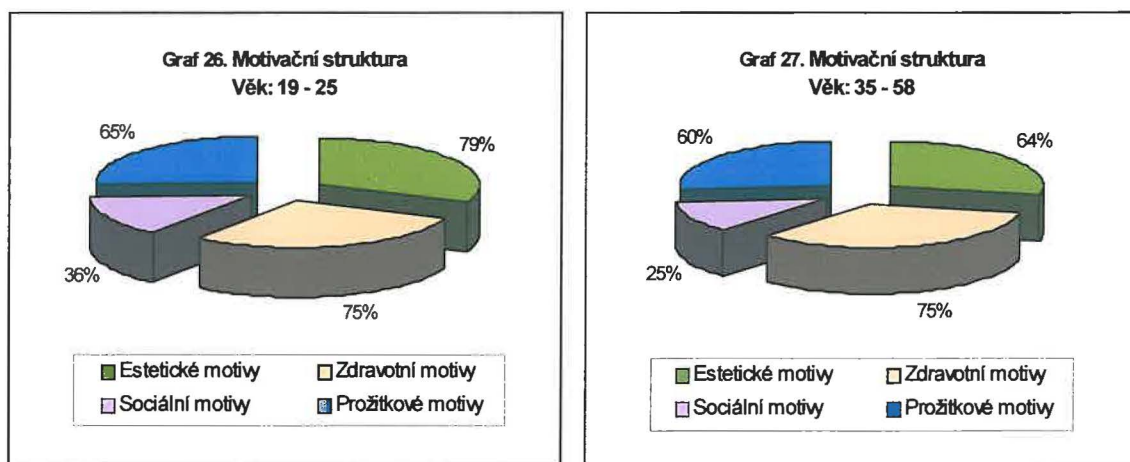
Pro zjištění rozdílů motivační struktury v závislosti na věku, jsme vyhodnotili motivy 20-ti nejmladších (10 žen, 10 mužů) a 20-ti nejstarších (10 žen, 10 mužů) lidí, kteří se zúčastnili výzkumu, z důvodu prezentace jednoznačnosti rozdílů.

### IV.7.1 Hlavní důvod ke cvičení podle věku (viz. Příloha 1, otázka č. 14)



Pro mladší skupinu lidí (19-25 let) navštěvující fitness centrum je hlavním důvodem ke cvičení především zlepšení vzhledu postavy a zhubnout, patřící do skupiny estetických motivů. Přibližně 1/3 dotázaných uvedla důvod prožitkový, a to zejména dobrý pocit ze cvičení a 18% uvedlo důvod zdravotní. Skupinu starších vytvořili lidé ve věku od 35 do 58 let. Ti uvedli jako hlavní důvod návštěvy fitness centra důvody ze skupiny zdravotních motivů a to téměř 70%. Především uvedli, že chtějí být v lepší kondici a odstranit bolest zad. Estetické a prožitkové důvody pro návštěvu fitness centra uvedlo stejně respondentů (16%). Hlavní důvod, který by patřil do skupiny sociálních motivů nevedl nikdo jak ze skupiny mladších, tak ze skupiny starších.

#### IV.7.2 Motivační struktura podle věku (viz. Příloha 1, otázka č. 25)



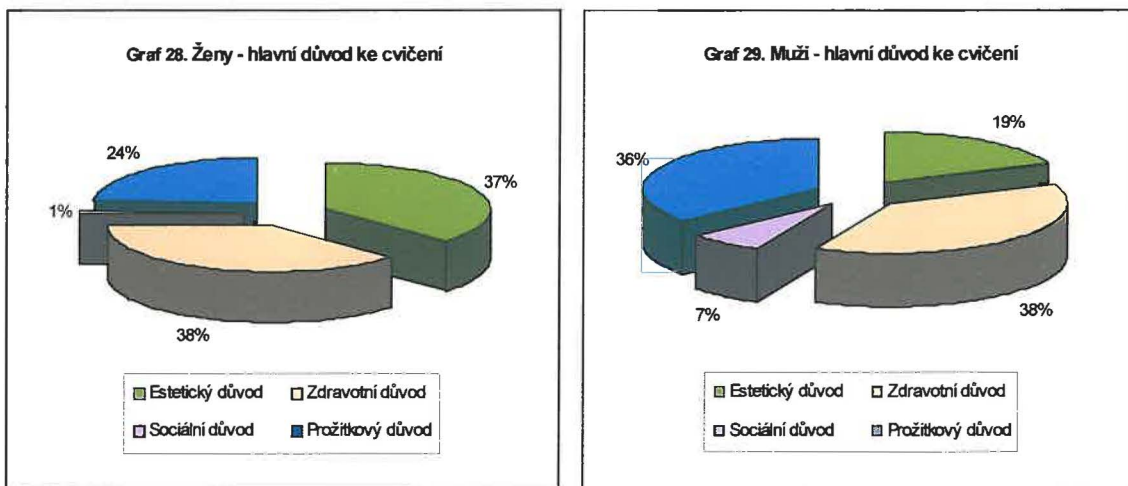
Jak je vidět z grafu, celkovou motivační strukturu mladší skupiny tvoří především motivy estetické, dále zdravotní, prožitkové a nakonec motivy sociální. Oproti tomu u starší skupiny tvoří motivační strukturu především motivy zdravotní, potom estetické, prožitkové a nejméně se na ní podílí motivy sociální.

**Větší rozdíly mezi mladšími a staršími byly zjištěny u následujících motivů:**

- B) docílit nárůstu svalové hmoty: **mladší 75%**, starší 50%
- F) zvýšit si sebevědomí: **mladší 75%**, starší 55%
- L) rozvíjet vytrvalost: **mladší 95%**, starší 75%
- M) získat si respekt, obdiv nebo uznání okolí: **mladší 35%**, starší 15%
- N) odreagování, relaxace: **mladší 70%**, starší 25%
- P) vyrýsovat svaly: **mladší 80%**, starší 45%

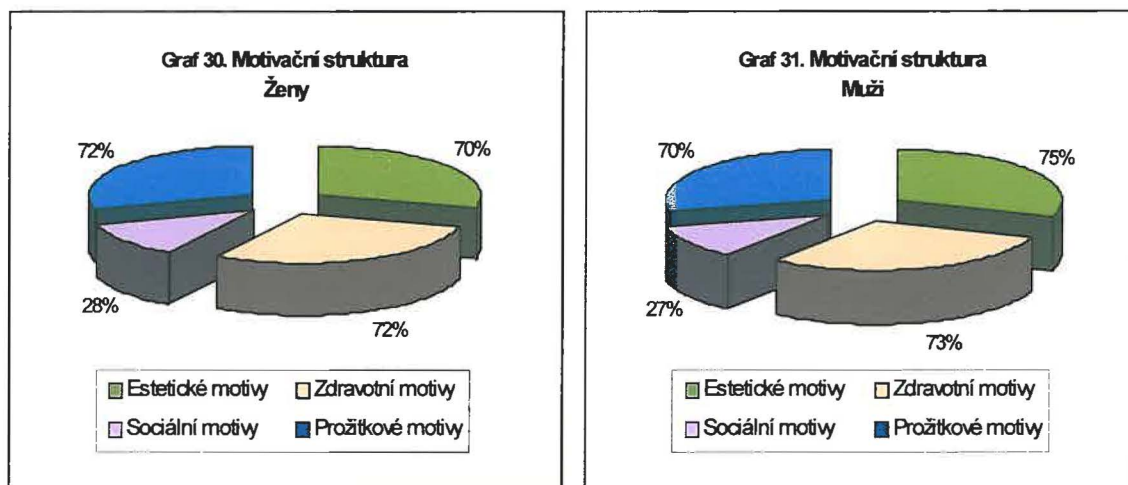
## IV.8 Hodnocení motivace podle pohlaví

### IV.8.1 Hlavní důvod ke cvičení žen a mužů (viz. Příloha 1, otázka č. 14)



Ženy nejvíce uváděly jako hlavní důvod ke cvičení zdravotní a estetické důvody. Chtějí být především v dobré kondici, změnit vzhled postavy a zhubnout. Méně už uváděly důvody prožitkové, kde nejčastěji uvedly, že mají dobrý pocit ze cvičení a při návštěvě fitness centra relaxují. Minimum uvedlo důvod sociální. U mužů nejvíce převažují důvody zdravotní, o něco méně důvody prožitkové. Nejčastěji uvedli, že chtějí být v dobré kondici, stejně jako uváděly ženy. Dále muži navštěvují fitness centrum především kvůli dobrému pocitu ze cvičení, kvůli zlepšení vzhledu postavy a berou chození do fitness jako zábavu, vyplnění volného času. Sociálních důvodů ke cvičení má víc mužů než žen, např. vyžaduje to výkon jejich povolání.

#### IV.8.2 Motivační struktura žen a mužů (viz. Příloha 1, otázka č. 25)



Podrobnější zpracování motivační struktury žen a mužů ukázalo, že ji mají velmi podobnou jak ukazují grafy. U mužů převládá skupina motivů estetických nad skupinami motivů zdravotních a prožitkových. U žen je složení motivační struktury podobné, s tím rozdílem, že skupina estetických motivů se podílí na struktuře o něco méně než skupiny motivů zdravotních a prožitkových.

**Větší rozdíly mezi ženami a muži byly zjištěny u následujících motivů:**

- B) docílit nárůstu svalové hmoty: ženy 36,1%, **muži 72,7%**
- C) zcela nebo částečně odstranit zdravotní problém: **ženy 44,3%**, muži 27,3%
- F) zvýšit si sebevědomí: **ženy 57,4%**, muži 43,9%
- K) rozvíjet svalovou sílu: ženy 59,7%, **muži 84,6%**
- O) pocit získání energie ze cvičení: **ženy 90,3%**, muži 76,6%
- P) vyrysovat svaly: ženy 50%, **muži 64,6%**

## V. DISKUZE

Velké fitness centrum v Praze, které má širokou nabídku služeb, navštěvují muži i ženy. Podle zjištěných výsledků je možné představit průměrného návštěvníka fitness komplexu, který by vypadal následovně.

### **Průměrný zákazník fitness centra**

Průměrným návštěvníkem fitness centra s širokou nabídkou služeb v Praze je muž či žena ve věku kolem 29-ti let, který má minimálně středoškolské vzdělání s maturitou, není ve svazku manželském a pravděpodobně nemá děti. Jeho zaměstnání je fyzicky nenáročné, spíš nekouří, příležitostně konzumuje alkohol, pravidelně cvičí, ale ne doma. Snaží se upravovat jídelníček, ale dietu nedrží a doplňky výživy užívá minimálně. Se vzhledem svého těla je sice spokojen, ale s velkými výhradami. Svůj zdravotní stav hodnotí velmi dobře, o něco hůř fyzickou zdatnost, ale je s ní spokojenější než se vzhledem svého těla. Imaginární jedinec by chtěl svou tělesnou hmotnost udržet, ale radši by ji snížil. Fitness centrum navštěvuje vcelku pravidelně čtyři roky a čtyři měsíce, alespoň dvakrát týdně. Cvičení ve fitness centru je pro něj převážně hlavní sportovní aktivitou, kterou doplňuje cyklistikou, ale občas i dalšími sporty. V posilovně, kam ve fitness centru chodí nejčastěji, osobního trenéra zatím nevyužil. Kdyby byl zde popisovaný jedinec žena, chodil by víc na hodiny aerobiku než do posilovny.

Průměrný zákazník navštěvuje fitness centrum vědomě především ze zdravotního důvodu. Jeho hlavním důvodem ke cvičení je zlepšení nebo udržení se v kondici. Dále má i důvody estetické (chce zlepšit vzhled postavy, zhubnout) a prožitkový důvod (mít dobrý pocit ze cvičení). Po rozboru jeho vědomých i podvědomých motivů však vyšlo najevo, že k návštěvě fitness centra ho vedou nejenom zdravotní motivy, ale stejně tak motivy estetické a prožitkové. Nejčastěji však, i po rozboru jeho motivační struktury, jeho hlavním motivem k návštěvě fitness centra zůstává motiv zdravotní „být v lepší kondici“.

Dalšími neméně důležitými motivy jsou: zpevnění postavy, dobrý pocit ze cvičení, rozvíjení vytrvalosti, udržení si postavy a pocit získání energie ze cvičení.

Když prezentovaný jedinec poprvé navštívil fitness centrum, jeho hlavní důvod k návštěvě, který by uvedl, by byl důvod estetický. Chtěl především zlepšit vzhled postavy a zhubnout. Jak už jsme zmínili výše, nyní fitness centrum navštěvuje hlavně z důvodu zdravotního, ale i estetického a prožitkového. S jeho přibývajícím věkem budou zdravotní důvody nabývat na důležitosti, estetické a prožitkové důvody se stanou méně důležitými. Podobné to bude i se složením jeho motivační struktury.

Pokud by zde popisovaný jedinec byla žena, fitness centrum bude navštěvovat především kvůli zlepšení kondice, stejně jako muž. Žena dále očekává změnu vzhledu postavy, především zhubnutím, potom dobrý pocit ze cvičení a při návštěvě fitness centra relaxuje. Pro muže je stejně důležitý dobrý pocit ze cvičení jako zlepšení vzhledu postavy a bere chození do fitness centra jako zábavu a vyplnění volného času. Po porovnání motivačních struktur žen i mužů se ukázalo, že jejich složení je velmi podobné. Přesto jsou rozdíly především v konkrétních motivech, kdy ženy častěji než muži uvedly, že chtějí zcela nebo částečně odstranit svůj zdravotní problém, zvýšit si sebevědomí a mají pocit získání energie ze cvičení. Muži uváděli víc než ženy, že chtějí docílit nárůstu svalové hmoty, rozvíjet svalovou sílu a vyrýsovat svaly.

Předchozí odstavce popisují, jak vypadá průměrný klient, který navštěvuje velké fitness centrum, částečně jeho charakteristiky, životní styl, tělesné sebepojetí, jeho fitness život a především jeho motivaci k navštěvování fitness centra. Jeho podoba vznikla na základě výzkumu v této práci. S ohledem na technické možnosti, cíl a úkoly práce, výzkum proběhl ve dvou velkých fitness centrech Factory Pro v Praze, proto jsou výsledky především využitelné na podobná velká fitness centra. Možným omezením je počet zúčastněných respondentů, kdy v rámci diplomové práce je problém zabezpečit větší vzorek. Jelikož nemám zkušenosti s podobným výzkumem (prováděl jsem výzkum poprvé), uvědomuji si, že dotazník nemusí postihnout všechny souvislosti a bylo by možné jej časem zdokonalit.

Při sběru dat dotazníkovou metodou ve fitness centrech Factory Pro v Praze se nevyskytl jediný problém a bylo velkým překvapením, že téměř každý oslovený návštěvník fitness centra byl ochotný dotazník vyplnit. Ze všech rozdaných dotazníků byly pouze tři dotazníky, které byly nedostatečně vyplněné, takže pouze 2% dotázaných odpovědělo neúplně.

„Řada výzkumů (Fox, 1997, Fialová, 2001 a další) se zabývala motivací v oblasti fitness a výsledky všech směřovaly k jednomu závěru a to že v hierarchii motivů je v této oblasti vždy na prvním místě skupina motivů, kterou můžeme označit jako motivy estetické.“ (Stackeová, 2004, str. 70)

Náš výzkum tento závěr potvrzuje, ale ne přesvědčivě. Naše výsledky ukázaly, že skupina zdravotních motivů a skupina prožitkových motivů se podílejí na motivační struktuře téměř stejně jako skupina motivů estetických. Navíc respondenti nejčastěji uvedli jako hlavní důvod ke cvičení, důvod zdravotní.

Možným důkazem této změny je i to, že z fitness center, která jsou zaměřená především na péči o tělo, se stávají wellness centra, která jsou navíc obohacena o služby pečující o duševní zdraví.

## VI. ZÁVĚR

Cílem této práce bylo zanalyzovat motivační strukturu návštěvníků fitness center nejen ve vztahu k pohlaví a věku, ale i k dalším faktorům, které jsme na základě dotazníku zjistili. Otázky v dotazníku se týkaly především motivace klientů, ale byly částečně zaměřeny také na charakteristiku klientů, jejich životní styl, tělesné sebepojetí, fitness život.

Vyplněním dotazníku MvF se výzkumu zúčastnilo 129 lidí ve věku 19-58 let, kteří navštívili nebo pravidelně navštěvují fitness centra Factory Pro (Smíchov a Černý Most) v Praze, z toho 63 žen a 66 mužů.

Po zpracování všech dat a informací, které jsme během výzkumu získali, jsme zjistili, že většina lidí navštěvující fitness centrum v Praze je bezdětných a má tak volný čas, který může k návštěvě fitness centra využít.

Skupina klientů, která má fyzicky nenáročné zaměstnání, se ve fitness centru objevuje nejvíce. Snaží se kompenzovat nedostatek pohybu sportovní aktivitou nejen ve fitness centru. Ze všech dotázaných 74% cvičí pravidelně a 37% cvičí i doma.

U tělesného sebepojetí jsou návštěvníci fitness centra nejvíc spokojeni se zdravím (81% spokojených). S fyzickou zdatností je spokojeno 63% návštěvníků a se vzhledem těla 57% návštěvníků fitness centra. Tělesnou hmotnost chce snížit 51% lidí, především ženy, pouze 8% by chtělo tělesnou hmotnost zvýšit, zbytek si chce hmotnost udržet.

Z celkového počtu návštěvníků fitness centra je 64% navštěvuje pravidelně (více muži). Obvyklá četnost pravidelných návštěvníků je 2,2 návštěv za týden. Cvičení ve fitness centru je pro 64% návštěvníků hlavní pohybovou aktivitou. Pouze 26% klientů uvedlo, že někdy využili služeb osobního trenéra v posilovně. Pokud pomyslíme na nebezpečí zranění, při nedodržování zdravotních zásad při posilování, je to velmi malé procento. Ženy upřednostňují aerobik, ale celkově je posilovna nejčastěji využívanou službou ve fitness centru.



Hlavní důvod ke cvičení, který uvádějí návštěvníci fitness center je důvod zdravotní, konkrétně zlepšení nebo udržení kondice, dále zdraví jako takové a také odstranění bolesti zad. Motivační struktura skládající se i z podvědomých motivů však ukázala, že u návštěvníků fitness centra se na ní podílejí stejnou měrou motivy estetické, zdravotní a prožitkové. Sociální motivy se na motivační struktuře podílí vždy nejméně.

Pro většinu mladých návštěvníků (19-25 let) fitness centra je hlavním důvodem ke cvičení důvod estetický, především zlepšení vzhledu postavy a zhubnutí. Na motivační struktuře mladších návštěvníků se estetické motivy podílejí největším dílem. U starší skupiny (35-58 let) návštěvníků fitness centra je hlavním důvodem ke cvičení důvod zdravotní, především chtějí být v lepší kondici a odstranit bolesti zad. U motivační struktury starších se největším dílem podílí zdravotní motivy. Proto se dá potvrdit hypotéza, že s přibývajícím věkem návštěvníků fitness centra nabývají na důležitosti zdravotní motivy.

Jak už bylo uvedeno, hlavním důvodem ke cvičení většiny návštěvníků fitness centra je být v lepší kondici. Ženy dále chtějí změnit vzhled postavy a zhubnout. Muži pak uváděli, že cvičí kvůli dobrému pocitu, zlepšení postavy a je pro ně chození do fitness centra zábavou, vyplněním volného času. Motivační struktura žen a mužů je velmi podobná s tím rozdílem, že u žen převládají zdravotní a prožitkové motivy nad motivy estetickými. U mužů převládají motivy estetické nad motivy zdravotními a prožitkovými.

Ženy k dosažení svých cílů využívají především hodiny aerobiku a posilovnu. Muži nejvíce využívají posilovnu a kardio zónu. Tento závěr se liší od naší hypotézy.

Myslíme si, že se výzkum podařil, a že získané poznatky, které jsou uvedeny v této diplomové práci, pomůžou nyníjším nebo budoucím majitelům (manažerům) fitness center k bližšímu poznání jejich zákazníků. Práce by měla být nápomocná pro orientaci v potřebách návštěvníků fitness center a mohla by pomoci při úpravě služeb stávajících fitness center nebo při zakládání center nových. Práce by mohla napomoci i nyníjším a budoucím trenérům v oblasti fitness pro orientaci a zdokonalování jejich kvalifikace. V dalších výzkumech v oblasti fitness by bylo zajímavé zjistit, proč lidé nenavštěvují fitness centra.

## **8. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

BERAN, L. *Diplomová práce: Kritéria výběru kondičních a osobních trenérů ve fitness centru*. Praha : FTVS UK, 2005.

BREHM, W., EBERHARDT, J. Drop-out a zapojení ve studiu fitness. In: *Sportwissenschaft*. Roč. 25, č.2, 1995. s.174-186. (Sportis: P-109/96)

ČÁSLAVOVÁ, E., PIPPAL, Z. Fitcentra a podmínky jejich prosperity. In: *Tělesná výchova a sport mládeže*. Roč. 60, č.5, 1994. s.10-13.

ČERNÝ, Z., FOŘT, P., MAZUROV, O. a kol. *Kulturistika od A do Z (2.díl)*. 1. vyd. Zlín : Agentura CnS, 1993.

DOVALIL, J. a kol. *Výkon a trénink ve sportu*. Praha : Olympia, 2002.  
ISBN 80-7033-760-5.

FIALOVÁ, L. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-7.

FIALOVÁ, L. *Moderní body image – Jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1350-0.

HNILIČKA, J. *Diplomová práce: Trendy v placených službách ve fitness se zaměřením na velká fitness centra*. Praha : FTVS UK, 2004.

HENDL, J. *Úvod do kvalitativního výzkumu*. Praha : Karolinum, 1999.  
ISBN 80-246-0030-7.

HOŠEK, V. a kol. *Motivace sportovního tréninku*. Praha : Univerzita Karlova, 1986.

HULOVEC, T. *Diplomová práce: Analýza spokojenosti zákazníků a kvality služeb ve fitness Factory Pro*. Praha : FTVS UK, 2004.

JANSA, P., KOCOUREK, J., VOTRUBA, J. Sport a pohybové aktivity v životním stylu české dospělé populace (18-61 a více let). In: *Sport a pohybové aktivity v životě české populace*. Praha : FTVS UK, 2005. s.7-82. ISBN 80-86317-33-1.

MACÁK, I., HOŠEK, V. *Psychologie tělesné výchovy a sportu*. 1. vyd. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1989.

MACKOVÁ, Z. *Šport jako duševný zážitek (Nové trendy v športovnej psychológii)*. Bratislava : Univerzita Komenského, 2003.

MAJOR, L'. Byť fit – chodíčkami fitness (II). In: *Muscle and Fitness*. č.2, 1993.

MARCUS, B., FORSYTH, L.A., BLAIR, S. *Motivating people to be physically active*. USA : Human Kinetics, 2003. ISBN 0-7360-4064-1.

NAKONEČNÝ, M. *Emoce a motivace*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1973.

NAKONEČNÝ, M. *Základy psychologie*. Praha : Academia, 1998.

O'DELL, I. Poskytování programů aktivit volného času pro dospělé. In: *The journal of physical education, recreation and dance*. Roč. 68, č.6, 1997. s.45-49. (Sportis:P-42/98)

PEŠEK, M. *Diplomová práce: Výkonová motivace ve sportu*. Praha : FTVS UK, 2005.

PŘIBOVÁ, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. Praha : Grada, 1996. ISBN 80-7169-299-9.

REJESKI, J., KENNEY, E.A. *Fitness motivation – preventing participant dropout*. Champaign : Human Kinetics, 1988. ISBN 0-87322-928-2.

ROBERTS, G. *Motivation in sport and exercise*. USA : Human Kinetics, 1992. ISBN 0-87322-876-6.

SHAW, D.F., GORELY, T., CORBAN, R.M. *Sport and exercise psychology*. UK : BIOS Scientific Publishers, 2005. ISBN 1-85996-2947.

SMEJKAL, J., RUDZINSKYJ, I. *Kulturistika pro všechny*. Pardubice : Svět kulturistiky, 2000. ISBN 80-902589-2-1.

STACKEOVÁ, D. *Fitness : Metodika cvičení ve fitness centrech*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0840-5.

STACKEOVÁ, D. Vývoj fitness v České republice po roce 1989. In: *Sport a kvalita života : Celofakultní seminář společenskovední sekce FTVS UK - Praha: 2001*. Praha : FTVS UK, 2002. s.41-45. ISBN 80-86317-21-8.

SVĚTLÍK, J. *Marketing – Cesta k trhu*. Zlín : Ekka, 1994.

ŠTEFANOVIČ, J. *Psychologie pro gymnázia*. 1. vyd. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1986.

TLAPÁK, P., MACH, I. *Posilování pro muže*. 1. vyd. Praha : Olympia, 1996. ISBN 80-7033-382-0.

TVRZNÍK, A., SEGEŤOVÁ, J. *Síla pro všechny s Janem Železným a Olgou Šípkovou*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-471-1.

VORÁČ, P. Ekonomicko – finanční podmínky pro provozování sportu v ČR. In: *Sport a kvalita života : Celofakultní seminář společenskovední sekce FTVS UK – Praha: 2001*. Praha : FTVS UK, 2002. s.151-157. ISBN 80-86317-21-8.

VYSEKALOVÁ, J., STRNAD, P., VYDROVÁ, J. *Základy marketingu pro střední odborné školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 1997. ISBN 80-7168-419-8.

## PŘÍLOHY

- Příloha 1 - Dotazník MvF
- Příloha 2 - Vyhodnocovací tabulka
- Příloha 3 - Charakteristika souboru
- Příloha 4 - Životní styl
- Příloha 5 - Tělesné sebepojetí
- Příloha 6 - Oblast fitness
- Příloha 7 - Hlavní důvod ke cvičení
- Příloha 8 - Estetické motivy
- Příloha 9 - Zdravotní motivy
- Příloha 10 - Sociální motivy
- Příloha 11 - Prožitkové motivy



## DOTAZNÍK MvF Motivace ve Fitness

Vyplnění dotazníku je anonymní a získané informace budou podkladem při tvorbě mé závěrečné diplomové práce na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze.

Předem Vám děkuji za čas strávený jeho vyplněním.

Označte (křížkem, zakroužkováním) vždy jednu z nabídnutých možností. Tam kde nabídka odpovědí není, prosím vyplňte údaj.

- 1) **Pohlaví:** muž / žena
- 2) **Věk:** .....
- 3) **Vzdělání:**  základní
- 4) **Stav:**  svobodný / á
- středoškolské bez maturity  zadaný / á
- středoškolské s maturitou  ženatý / vdaná
- vysokoškolské
- 5) **Máte děti?** Ano / Ne **Počet:** .....
- 6) **V současné době pracujete jako:** .....
- 7) **Vaše zaměstnání je:**  fyzicky nenáročné
- fyzicky náročné
- fyzicky velmi náročné
- 8) **Kouříte:**  nekouřím
- 9) **Pijete alkohol:**  nepiji
- příležitostně  příležitostně
- pravidelně  pravidelně
- 10) **Se vzhledem svého těla jste:**
- Velmi spokojen/a - spokojen/a - nevím - nespokojen/a - velmi nespokojen/a
- 11) **Se svým zdravím jste:**
- Velmi spokojen/a - spokojen/a - nevím - nespokojen/a - velmi nespokojen/a
- 12) **Se svou fyzickou zdatností jste:**
- Velmi spokojen/a - spokojen/a - nevím - nespokojen/a - velmi nespokojen/a

- 13) Svou tělesnou hmotnost chcete: snížit - udržet - zvýšit
- 14) Hlavní důvod proč cvičíte je: .....
- 15) Cvičíte pravidelně? Ano / Ne                      16) Cvičíte i doma?                      Ano / Ne
- 17) Navštěvujete fitness centrum pravidelně? Ano / Ne
- 18) Jak dlouho navštěvujete fitness centrum? .....
- 19) Jak často průměrně navštěvujete fitness centrum? .....x / týden  
nebo:  
.....x / měsíc
- 20) Navštěvování fitness centra pro Vás je:
- a) hlavní sportovní aktivitou  
nebo:  
b) doplňkem vaší hlavní (jiné) sportovní aktivity.      Jaké?: .....
- 21) Upravujete si jídelníček?      Ano / Ne / Snažím se
- 22) Držíte dietu?                      Ano / Ne / Snažím se
- 23) Používáte nějaké doplňky výživy?      Ano / Ne
- 24) Využili jste někdy služeb osobního trenéra ve fitness centru?      Ano / Ne

25) Posuďte prosím každý následující výrok, jak moc se s ním ztotožňujete, zakroužkovaním vždy jen jednoho čísla.

1-Zcela souhlasím    2-Spíše souhlasím    3-Nevím    4-Spíše nesouhlasím    5-Zcela nesouhlasím

**Fitness centrum navštěvuji, protože:**

- A) chci snížit množství podkožního tuku (zhubnout).    1 - 2 - 3 - 4 - 5
- B) chci docílit nárůstu svalové hmoty.    1 - 2 - 3 - 4 - 5
- C) chci zcela nebo částečně odstranit zdravotní problém.    1 - 2 - 3 - 4 - 5
- D) chci být v lepší kondici (odolnost, výkonnost, zdatnost).    1 - 2 - 3 - 4 - 5
- E) se mohu seznámit nebo setkat s přáteli.    1 - 2 - 3 - 4 - 5
- F) si chci zvýšit sebevědomí.    1 - 2 - 3 - 4 - 5
- G) je to můj koníček (hobby).    1 - 2 - 3 - 4 - 5
- H) mám dobrý pocit ze cvičení.    1 - 2 - 3 - 4 - 5



**Fitness centrum navštěvuji, protože:**

- I) si chci udržet postavu. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- J) chci zpevnit postavu. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- K) chci rozvíjet svalovou sílu. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- L) chci rozvíjet vytrvalost. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- M) chci získat respekt, obdiv nebo uznání okolí. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- N) je to pro mě odreagování, relaxace. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- O) mám z cvičení pocit získání energie. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- P) chci vyrýsovat svaly. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- Q) chci předcházet případným zdravotním problémům. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- R) to vyžaduje mé budoucí nebo současné povolání. 1 - 2 - 3 - 4 - 5
- S) je to můj životní styl. 1 - 2 - 3 - 4 - 5

Jiný důvod, proč navštěvujete fitness centrum: .....

**26) Označte prosím každou službu, kterou kdekoliv využíváte:**

- |                                      |  |  |
|--------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> spinning    | <input type="checkbox"/> posilovna   | <input type="checkbox"/> aerobic (jakákoliv forma) |
| <input type="checkbox"/> masáže      | <input type="checkbox"/> solárium  | <input type="checkbox"/> jóga                      |
| <input type="checkbox"/> fitness bar | <input type="checkbox"/> vířivka   | <input type="checkbox"/> prodej doplňků výživy     |
| <input type="checkbox"/> sauna       | <input type="checkbox"/> kardio zóna (rotoped, stepper, běhací pás, veslování) |  |

**27) Podtrhněte prosím v předcházející otázce, kterou službu (služby) využíváte nejčastěji (pravidelně).**

DĚKUJI..

Martin Vystrčil

Vyhodnocovací tabulka

### Příloha 3 - Charakteristika souboru

**Tab. 1: Vzdělání**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Středoškolské bez maturity</b>	6	0	6	5
<b>Středoškolské s maturitou</b>	34	37	71	55
<b>Vysokoškolské</b>	26	26	52	40

**Tab. 2: Stav**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Svobodný/á</b>	27	28	55	44
<b>Zadaný/á</b>	20	16	36	28
<b>Ženatý/vdaná</b>	16	19	35	28

**Tab. 3: Děti**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>0</b>	54	49	103	80
<b>1 dítě</b>	5	6	11	8,6
<b>2 děti</b>	5	7	12	9,4
<b>3 děti</b>	1	0	1	1
<b>4 děti</b>	0	1	1	1

#### Příloha 4 - Životní styl

**Tab. 4: Fyzická náročnost zaměstnání**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem%</b>
<b>Nenáročné</b>	43	55	98	77
<b>Náročné</b>	18	7	25	19
<b>Velmi náročné</b>	4	1	5	4

**Tab. 5: Kouření**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem%</b>
<b>Nekouří</b>	43	42	85	66
<b>Příležitostně</b>	15	12	27	21
<b>Pravidelně</b>	8	9	17	13

**Tab. 6: Pití alkoholu**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem%</b>
<b>Abstinent</b>	5	4	9	7
<b>Příležitostně</b>	44	52	96	75
<b>Pravidelně</b>	16	7	23	18

**Tab. 7: Pravidelnost cvičení**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	56	40	96	74
<b>Ne</b>	10	23	33	26

**Tab. 8: Cvičení doma**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	22	25	47	37
<b>Ne</b>	43	36	79	63

**Tab. 9: Úprava jídelníčku**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	15	18	33	25
<b>Ne</b>	28	18	46	36
<b>Snaha</b>	23	27	50	39

**Tab. 10: Držení diety**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	6	6	12	9
<b>Ne</b>	51	45	96	75
<b>Snaha</b>	9	12	21	16

**Tab. 11: Užívání doplňků výživy**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	29	13	42	33
<b>Ne</b>	37	50	87	67

## Příloha 5 - Tělesné sebepojetí

**Tab. 12: Spokojenost se vzhledem těla**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Spokojení</b>	37	36	73	57
<b>Neví</b>	5	2	7	5
<b>Nespokojení</b>	24	25	49	38

**Tab. 13: Spokojenost se zdravím**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Spokojení</b>	52	52	104	81
<b>Neví</b>	5	4	9	7
<b>Nespokojení</b>	9	7	16	12

**Tab. 14: Spokojenost s fyzickou zdatností**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Spokojení</b>	45	37	82	63
<b>Neví</b>	3	7	10	8
<b>Nespokojení</b>	18	19	37	29

**Tab. 15: Tělesná hmotnost**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Snížít</b>	29	37	66	51
<b>Udržet</b>	28	25	53	41
<b>Zvýšit</b>	9	1	10	8

## Příloha 6 - Fitness

**Tab. 16: Pravidelnost návštěv fitness centra**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	50	33	83	64
<b>Ne</b>	16	30	46	36

**Tab. 17: Návštěva FC – hlavní nebo vedlejší sportovní aktivita**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Hlavní</b>	42	36	78	64
<b>Vedlejší</b>	22	22	44	36

**Tab. 18: Využití osobního trenéra**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	19	15	34	26
<b>Ne</b>	47	48	95	74

**Tab. 19: Využití služeb fitness centra**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Posilovna</b>	59	36	95	74
<b>Kardio zóna</b>	36	28	64	50
<b>Sauna</b>	30	26	56	44
<b>Vířivka</b>	28	21	49	38
<b>Aerobik</b>	6	39	45	35
<b>Spinning</b>	21	22	43	34
<b>Masáže</b>	17	26	43	34
<b>Solárium</b>	18	22	40	31
<b>Fitness bar</b>	18	15	33	26
<b>Jóga</b>	4	24	28	22
<b>Doplňky výživy</b>	7	4	11	9

**Tab. 20: Pravidelné využívání služeb fitness centra**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Posilovna</b>	37	13	50	35
<b>Kardio zóna</b>	14	8	22	15
<b>Sauna</b>	4	4	8	6
<b>Vířivka</b>	0	3	3	2
<b>Aerobik</b>	3	23	26	18
<b>Spinning</b>	7	2	9	6,5
<b>Masáže</b>	1	3	4	3
<b>Solárium</b>	1	6	7	5
<b>Fitness bar</b>	1	1	2	1,5
<b>Jóga</b>	1	9	10	7
<b>Doplňky výživy</b>	1	0	1	1

**Příloha 7 – Hlavní důvod ke cvičení****Tab. 21a: Hlavní důvod ke cvičení**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Estetický důvod</b>	14	34	48	29
<b>Zdravotní důvod</b>	27	35	62	38
<b>Sociální důvod</b>	5	1	6	4
<b>Prožitkový důvod</b>	26	22	48	29

**Přehled konkrétních důvodů ke cvičení:**

- 39x kondice
- 26x postava
- 20x dobrý pocit, zhubnout
- 11x zdraví
- 10x zábava
- 10x relaxace
- 7x bolest zad
- 4x potřeba pohybu
- 3x pocit získání energie
- 2x příprava na soutěž, zaměstnání, pohyblivost, zdatnost
- 1x udržení hmotnosti, odbourání stresu, přibrat, psychika, počasí, živ. styl



## Příloha 8 - Estetické motivy

**Tab. 24: A) snížit množství podkožního tuku (zhubnout)**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	47	50	97	76,4
<b>Ne</b>	14	9	23	18,1
<b>Nevím</b>	5	2	7	5,5

**Tab. 25: B) docílit nárůstu svalové hmoty**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	48	22	70	55,1
<b>Ne</b>	13	31	44	34,7
<b>Nevím</b>	5	8	13	10,2

**Tab. 26: I) udržet si postavu**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	51	55	106	83,5
<b>Ne</b>	10	3	13	10,2
<b>Nevím</b>	4	4	8	6,3

**Tab. 27: J) zpevnit postavu**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	57	58	115	90,6
<b>Ne</b>	4	2	6	4,7
<b>Nevím</b>	4	2	6	4,7

**Tab. 28: P) vyrýsovat svaly**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	42	31	73	57,5
<b>Ne</b>	9	24	33	26
<b>Nevím</b>	14	7	21	16,5

## Příloha 9 – Zdravotní motivy

**Tab. 30: C) zcela nebo částečně odstranit zdravotní problém**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	18	27	45	35,4
<b>Ne</b>	36	31	67	52,8
<b>Nevím</b>	12	3	15	11,8

**Tab. 31: D) být v lepší kondici (odolnost, výkonnost, zdatnost)**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	62	59	121	95,3
<b>Ne</b>	1	1	2	1,6
<b>Nevím</b>	3	1	4	3,1

**Tab. 32: K) rozvíjet svalovou sílu**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	55	37	92	72,4
<b>Ne</b>	7	19	26	20,5
<b>Nevím</b>	3	6	9	7,1

**Tab. 33: L) rozvíjet vytrvalost**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	54	54	108	85,7
<b>Ne</b>	6	6	12	9,5
<b>Nevím</b>	4	2	6	4,8

**Tab. 34: Q) předcházet případným zdravotním problémům**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	49	45	94	74
<b>Ne</b>	4	3	7	5,5
<b>Nevím</b>	12	14	26	20,5

## Příloha 10 – Sociální motivy

**Tab. 36: E) možnost seznámit se nebo setkat s přáteli**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	49	45	94	74
<b>Ne</b>	4	3	7	5,5
<b>Nevím</b>	12	14	26	20,5

**Tab. 37: F) zvýšit si sebevědomí**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	29	35	64	50,4
<b>Ne</b>	22	16	38	29,9
<b>Nevím</b>	15	10	25	19,7

**Tab. 38: M) získat si respekt, obdiv nebo uznání okolí**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	12	12	24	18,9
<b>Ne</b>	33	37	70	55,1
<b>Nevím</b>	20	13	33	26

**Tab. 39: R) vyžaduje to budoucí nebo současné povolání**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	8	5	13	10,2
<b>Ne</b>	32	49	81	71,7
<b>Nevím</b>	15	8	23	18,1

## Příloha 11 – Prožitkové motivy

**Tab. 41: G) koníček (hobby)**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	42	35	77	60,6
<b>Ne</b>	17	16	33	26
<b>Nevím</b>	7	10	17	13,4

**Tab. 42: H) dobrý pocit ze cvičení**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	55	56	111	87,4
<b>Ne</b>	4	4	8	6,3
<b>Nevím</b>	7	1	8	6,3

**Tab. 43: N) odreagování, relaxace**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	51	49	100	78,7
<b>Ne</b>	8	7	15	11,8
<b>Nevím</b>	6	6	12	9,5

**Tab. 44: O) pocit získání energie ze cvičení**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	49	56	105	83,3
<b>Ne</b>	6	2	8	6,4
<b>Nevím</b>	9	4	13	10,3

**Tab. 45: S) životní styl**

	<b>Muži</b>	<b>Ženy</b>	<b>Celkem</b>	<b>Celkem %</b>
<b>Ano</b>	32	26	58	45,7
<b>Ne</b>	19	23	42	33
<b>Nevím</b>	14	13	27	21,3