

MASARYKOVA UNIVERZITA

Fakulta sportovních studií

Katedra pedagogiky sportu

Osobní trenér ve fitness

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce

doc. PhDr. Bohumíra Lazarová, PhD.

Vypracovala

Bc. Zuzana Tulisová

Brno, 2009

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a na základě literatury a pramenů uvedených v seznamu použité literatury.

V Brně dne 22. dubna 2009

.....

Děkuji paní doc. PhDr. Bohumíře Lazarové, PhD. za konzultace, odborné vedení a cenné rady, které mi poskytla při zpracování diplomové práce.

OBSAH

ÚVOD	6
1. TRENÉR VE FITNESS	7
1.1 Profese trenéra	7
1.1.1 Osobnost trenéra	7
1.1.2 Typologie trenérů	10
1.1.3 Trenérský styl	11
1.1.4 Role trenéra	12
1.1.5 Činnost trenéra	14
1.2 Fitness	15
1.2.1 Pojem fitness	15
1.2.2 Historie fitness	16
1.2.3 Kulturistika	18
1.2.4 Fitness centrum	20
1.3 Osobní trenér ve fitness	21
1.3.1 Osobní trénink dříve a dnes	22
1.3.2 Budoucnost profese osobního trenéra	23
1.3.3 Proč se lidé stávají osobními trenéry	24
1.3.4 Role osobního trenéra	25
1.3.5 Schopnosti a rysy úspěšného osobního trenéra ve fitness	27
1.3.6 Specifika činnosti osobního trenéra ve fitness	31
2. KLIENT VE FITNESS	34
2.1 Pojetí klienta ve fitness	34
2.2 Sportovec jako klient	34
2.3 Profily klientů	35
2.4 Vztah osobní trenér – klient	38
2.4.1 Práce s klientem	38
2.4.2 Aspekty dobrého vztahu osobního trenéra a klienta ve fitness	39
3. OSOBNÍ TRENÉR VE FITNESS Z POHLEDU KLIENTŮ	42
3.1 Metodologie	42

3.2	Data a jejich interpretace	43
3.3	Shrnutí	59
	Závěr	62
	Seznam použité literatury.....	64
	Příloha	
	Resumé	

ÚVOD

Jen málokdo v dnešní době nezná pojem fitness. Svým významem je spojen s udržováním fyzické kondice bez ohledu na věk, pohlaví nebo sociální postavení. Může být prostředkem k dosažení ideálu tělesné krásy, k podpoře zdraví nebo jen společenskou aktivitou. Pod tento pojem je řazena celá řada volnočasových pohybových aktivit, my se v této práci budeme zabývat těmi, které jsou prováděny ve fitness centru, resp. v posilovnách. Máme tedy na mysli cvičení na posilovacích strojích a s náčiním typickým pro takové sportovní zařízení.

Fitness center je na našem území celá řada a jejich počet se neustále zvyšuje. Důvodem je i procitnutí společnosti a touha lidí po správném životním stylu, jehož je pohybová aktivita součástí.

Z praxe víme, že člověk, který poprvé vstoupí do fitness centra, bývá mnohdy poněkud dezorientovaný a v rozpacích. Může mít jen minimální znalost o správném cvičení a případných rizicích a přesto se pustí sám do cvičení. Nesprávně prováděná cvičení nemívají očekávané výsledky a mohou dokonce vést i ke zdravotním potížím. Cvičenec pak může mít pocitu rozmrzelosti a zklamání a cvičení započaté s dobrým úmyslem pak předčasně opustit. Dnes je fitness v České republice velmi oblíbenou a rozšířenou sportovní aktivitou a postupně přibývá těch, kteří jsou si vědomi špatných důsledků cvičení bez odborné konzultace a vedení a najímají si osobní trenéry. Ti jsou vyškoleni v oblasti anatomie, kineziologie, biomechaniky, výživy a regenerace a dokážou takovým lidem správně poradit.

Cílem diplomové práce je pojednat o tématu fitness z hlediska jeho vývoje i současného stavu a také o některých důležitých tématech týkajících se osobního trenéra a jeho práce. V první části budeme věnovat pozornost základním pojmům, činnostem a osobnosti trenéra obecně a práci osobního trenéra ve fitness, v další části se zaměříme na specifika klienta fitcenter. Empirická část poskytne výsledky výzkumu, který je zaměřen na zkušenosti klientů s osobními trenéry, jejich očekávání a motivaci ke spolupráci s nimi.

1. TRENÉR VE FITNESS

1.1 Profese trenéra

Každý, kdo chce dosáhnout zlepšení výkonu, zdokonalení techniky či jiných cílů ve sportovním odvětví, se neobejde bez osoby, která by ho vedla a pomáhala mu rozvíjet jeho potenciál. Takovou osobou je právě trenér. Je to „*odborně a pedagogicky vzdělaný tělovýchovný pracovník, který vede sportovcův tréninkový proces, přípravu na sportovní vystoupení i toto vystoupení samotné a spoluzodpovídá za dosažený výsledek*“ (<http://www.wikipedia.cz>). Trenér vykonává v rámci své profese celou řadu úkolů a činností. Svoboda (1996) zdůrazňuje, že práce trenéra je do jisté míry i profesí pedagogickou. Trénování je specifickým edukačním procesem. Trenéři vedou sportovce ke zvládnutí technických i taktických prvků, jsou schopni řídit a upravovat proces, který vede k nejlepšímu výkonu při vlastní soutěži (Brooks, 2003).

Katalogem prací a kvalifikačních předpokladů (2002, 2007) je činnost trenéra vymezena jako „zajišťování odborné trenérsko-metodické a sportovní přípravy v daném sportovním odvětví“ nebo také jako „koordinace trenérsko-metodického procesu přípravy sportovců...“ apod. Podle Katalogu prací jde tedy o činnost vymezenou výhradně pro sportovní oblast, i když je zřejmé, že lze tento pojem chápat podstatně širěji (trénovat je možné i celou řadu ne-sportovních dovedností, anglický pojem *trainer* je užívám ekvivalentně k pojmu „lektor“).

1.1.1 Osobnost trenéra

Ohniskem úspěšného trénování je **trenérova osobnost**. Jde o souhrn vlastností a schopností, které jsou z části získatelné studiem i zkušenostmi a které společně tvoří určitý komplex. Umění trenéra se skrývá ve velké míře právě především v jeho osobnosti. Dobrý trenér musí znát nejen svůj sport a své svěřence, ale také sebe samého – a to je nejtěžší. Člověk v mínění o sobě snadno podléhá iluzím.

Svoboda (1996) představuje podle všeobecně známé techniky JOHARI-okénka čtyři hlediska, která jsou užitečná pro pohled na sebe sama:

- aréna – vše, co o sobě trenér ví, ví i jeho svěřenci,
- slepé místo – vše, co o sobě trenér neví, ale sportovci ano,
- fasáda – vše, co o sobě trenér ví, ale sportovci ne,
- neznámé – vše, co o sobě neví a neví to ani sportovci (nejhlubší neuvědomělá motivace, ztracená zkušenost, emoční bloky).

Úroveň projevů trenérské osobnosti a zlepšení kontaktu s druhými závisí na velikosti arény. Tu lze zvětšit snížením zejména slepého místa (přijímáním zpětné vazby a sebereflexí). Naopak zmenšit lze oblast fasády a to tím, že trenér dává najevo, jaké jsou jeho skutečné dojmy a proč reagoval právě takovým způsobem – poskytování zpětné vazby druhým. Významné je nejen to, co o sobě trenér ví, ale i co si o sobě připouští, co reflektuje (Svoboda, 1996).

Podobně upozorňuje na důležitost sebereflexe trenéra i Martens (2006). Pokud je trenér vyrovnaný, zodpovědný a má jasno v zaměření tréninku, může tyto vlastnosti předávat i druhým. Pokud totiž svěřenec vidí u svého trenéra, že se chová rozumně a odpovědně, s největší pravděpodobností se bude snažit chovat podobně jako on. Mladí lidé si vždycky hledají své vzory a nejčastěji je nacházejí právě u svých učitelů a trenérů. Jinými slovy – chování sportovců v mnohém závisí na příkladu, který jim trenér dává.

Poznatky o tom, které **osobnostní vlastnosti** se účinně promítají do trenérových činností, jsou zjišťovány a prezentovány trojím způsobem:

- na základě osobních zkušeností trenérů (subjektivní výpovědi),
- na základě teoretických poznatků a analýz nároků činností,
- na základě empirických šetření „objektivních“ měření a posuzování zvnějšku.

Zkušenosti trenérů jsou velmi užitečné, bývají však zatíženy individuálním pohledem na některé hlavní problémy interakce. Analýza požadavků a nároků na činnost trenéra je účelná především jako model pro jejich přípravu a jako základ

pro verifikace prostřednictvím sledování konkrétních trenérů v praxi (Svoboda, 1996).

Následující výčet požadovaných vlastností trenérů je vytvořen na základě informací pocházejících z různých literárních pramenů (např. Goussard, 1999; Osten, 2005; Šafář, 2005 in Lazarová, Uhlířová, 2006):

- přiměřeně inteligentní (důraz je kladen na personální složky inteligence),
- flexibilní,
- tvořivý,
- emocionálně stabilní,
- vytrvalý,
- sebevědomý, s dostatečnou mírou sebedůvěry,
- přirozený, nenucený,
- citlivý, přátelský, ochotný,
- rozhodný,
- motivován k dosažení úspěchu,
- odolný frustracím,
- orientován na realitu,
- veselý, vtipný.

Tento výčet jistě není úplný, jde o nejčastěji zmiňované osobnostní vlastnosti, které činí trenéra úspěšným.

Důležitým aspektem působení trenéra na okolí jsou i jeho následující **schopnosti a dovednosti** (např. Lazarová, Uhlířová 2006; Svoboda 1996):

- komunikační schopnosti,
- schopnost poznat lidi, se kterými pracuje a rozumět jim,
- vůdcovské schopnosti,
- mediační schopnosti,
- schopnost spolupráce v procesech učení apod.

Jde v podstatě o sociální dovednosti a schopnosti, ke kterým je dále přiřazována také praktičnost, schopnost snášet fyzickou zátěž či kombinační schopnosti.

Sociální dovednosti jsou součástí tzv. emoční, resp. personální inteligence jedince (srov. Gardner, 1999; Golemann, 1997)

1.1.2 Typologie trenérů

V české odborné literatuře je nejčastěji uváděna typologie trenérů dle Tutka a Richardse, které mj. cituje např. Svoboda (1996). Rozlišuje se 5 typů trenérů:

- **Trenér autoritářský (*hard-nosed = studený nos*)**, který vyžaduje kázeň, přesné plnění úkolů, zdůrazňuje poslušnost. Dovede být až krutý, hodně trestá a hrozí a nedokáže navázat přátelský kontakt se sportovci. Je strnulý při dodržování všech pravidel a plánů. Má samozřejmě i jisté přednosti. Dokáže si udržet pořádek a dohlédnout na plnění úkolů. Citliví jedinci ho těžko snášejí. Trenér toho typu je obávaný, a i když je někdy úspěšný, většinou je neoblíbený.
- **Trenér přátelský (*nice guy = prima chlapík*)** užívá pozitivních prostředků, je pružný v řízení tréninku. Dobře motivuje svěřence, dovede experimentovat, vytváří uvolněnou atmosféru, zajímá se o jednotlivce, a proto bývá oblíbený. Členové družstva drží spolu a mívají výsledky, někomu však nemusí tento přístup vyhovovat. Je chápán jako „slabý“ trenér.
- **Trenér intenzivní (*driven = hnáný*)** je podtypem prvního, ale méně trestá. Liší se také vyšší emocionalitou. Bere všechno osobně, dramaturgizuje situace, vše stále sleduje a je nespokojený. Někdy má nerealistické nároky, což některé sportovce odpuzuje.
- **Trenér snadný (*easy going = lehce vše překonávající*)** je opakem trenéra intenzivního. Z ničeho si nic nedělá, improvizuje, nic ho nerozhází, tváří se vždy suverénně. Sportovci se cítí volnější a nezávislejší. Mnohdy ale nezajistí intenzivní didaktický proces.
- **Trenér chladný počtář (*business like = obchodnický*)** dovede získat potřebné informace. Je bystrý, logický, vzdělává se, ale je osobně chladný. Nevytváří emocionálně příznivou atmosféru, chybí mu lidskost.

Tato typologie zahrnuje i některá rizika jednotlivých typů a naznačuje, že „ideální typ trenéra a styl vedení“ neexistuje. Každý trenérský typ je více či méně úspěšný v určitých konkrétních situacích a v jednání se sportovci. Žádný trenér není úplně vyhraněným typem, pouze se k některému přibližuje (Svoboda, 1996). Pokud je trenér hodně vyhraněným typem, potýká se při své práci s řadou potíží. Proto se někdy v praxi setkáváme se systémem dvou trenérů nebo trenéra s asistentem, často s opačnými či doplňujícími se vlastnostmi (Svoboda, Vaněk, 1986).

1.1.3 Trenérský styl

Důležitou součástí trenérské filozofie je **trenérský styl** nebo také **styl vedení**. Styl určuje trenérovo rozhodnutí týkající se technických a taktických dovedností, které bude své svěřence učit, jak bude organizovat trénink a řídit zápas, jaké metody použije pro udržení kázně v družstvu a jakou roli přisoudí jednotlivým svěřencům. Podle Dobrého (1988) je trenérský styl *přesné uspořádání činnosti trenéra, cvičebního programu a materiálních podmínek*.

Většinou se setkáme s následujícím rozdělením (Martens, 2006; Osten, 2005), které má svůj základ v teorii výchovných stylů K. Lewina:

- **Autokratický /autoritativní/ (trenér-diktátor)** – Tento typ trenéra má malé porozumění pro členy skupiny. Dělá všechna rozhodnutí sám a úkolem sportovce je pouze plnit jeho příkazy. Převažují napjaté vztahy, výkonnost je značná, ale nekvalitní. Přestože může tento způsob vedení působit negativním dojmem, je více než nutný při rozhodování v náročných situacích. Závisí hodně na osobnosti trenéra. Sportovci si ho váží, ale nemají ho rádi.
- **Liberální /submisivní/ (trenér-opatrovatel)** – Trenéři s tímto stylem dělají jen nezbytně nutná rozhodnutí. Trenér vydává minimum pokynů, minimálně zasahuje do organizace tréninků a jen málo řeší kázeňské problémy. Sportovci mají hodně svobody, přesto však klesá spokojenost i při velké zainteresovanosti jedinců.

- **Demokratický /kooperativní/ (trenér-učitel)** – Trenéři, kteří si vybírají kooperativní styl vedení, rozhodují spolu se svými svěřenci. Struktura skupiny je založena na přirozenosti, vzájemném respektování, spolurozhodování a diskuzi členů. Smyslem tohoto stylu je vytvořit určitou rovnováhu mezi vedením sportovců a možností nechat je řídit sami sebe. Převažují přátelské vztahy a zainteresovanost členů. Produktivita skupiny je průměrná, přesto však kvalitní a dlouhodobá.

Každý trenér se více či méně přiklání k jednomu z těchto stylů. Martens (2006) neuznává submisivní typ. Podle něj to je doslova „*rezignace na trenérské povinnosti*“. Autoritativní styl donedávna v trénování převládal, avšak tento styl má také mnoho negativ. Pomáhá trenérům zakrýt pochybnosti o vlastních schopnostech – nedovolí svým svěřencům diskuzi, vyhýbají se vysvětlení tréninkových postupů. Sportovci ztrácejí vnitřní motivaci, dělají vše pro to, aby je trenér pochválil, nebo proto, aby si ho nerozzlobili. Martens (2006) dává přednost třetímu stylu trénování – a tím je kooperativní trenérský styl. Struktura a pravidla kooperativního trenérského stylu umožňují sportovcům stanovit si své vlastní cíle a usilovat o jejich naplnění. Kooperativní trenér musí být velkou osobností a někdy musí obětovat vítězství pro dobro týmu. Osten (2005) se nestaví proti žádnému trenérskému stylu. Uvádí jen, že se jednotlivé styly mohou volně kombinovat.

Existuje i řada jiných pokusů o typologie, které jsou srovnatelné s typologiemi stylů vedení v managementu či s typologiemi stylů výchovy v pedagogice a psychologii. Různé typologie berou v úvahu odlišné dimenze, např. orientace na svěřence versus orientace na výkon (odbornost), emoční vazba versus síla řízení apod.

1.1.4 Role trenéra

Určitá sociální situace obvykle předpokládá nebo dokonce vyžaduje i určité chování. Jinak řečeno, člověk se chová podle toho, v jaké situaci se nachází. Předpoklad a očekávání určitého chování v určitém sociálním kontextu se nazývá

sociální roli (Sekot, 2002). Dle stejného autora je sociální role „*souborem chování, postojů a hodnot, které jsou od jedince jako člena určité skupiny či společnosti očekávány*“. Jinak se tedy bude chovat člověk jako student, zaměstnanec nebo třeba návštěvník obchodního centra. Stejně tak změní své chování, jakmile se ocitne v pozici trenéra – jde o profesní roli. Začne se chovat tak, jak se u trenéra předpokládá. Každý trenér brzy pozná, že očekávání různých osob, s nimiž přichází do kontaktu, se někdy i diametrálně liší. Všechna tato očekávání ale nemůže ignorovat, protože na tom, jak plní svoji roli, záleží jeho úspěšnost (Svoboda, 1996).

Tradičně se zdůrazňuje rozmanitost rolí trenéra. Goussard (1999 in Lazarová, Uhlířová, 2006) považuje za specifikum profese právě přebírání řady různých rolí a popisuje je následujícím způsobem:

- **Role prodejce, obchodního cestujícího.** Vyjednává se sportovci a přesvědčuje je o kvalitě toho, co nabízí. Vede je k rozhodnutí, které on sám považuje za dobré.
- **Role důstojníka – vojáka, bojovníka.** Jde o situaci závodu/soutěže, podstatou práce se stává velení. Musí zajistit výkon, za který nese odpovědnost.
- **Role pedagoga.** Stává se zprostředkovatelem znalostí, mediátorem a vychovává také vlastním vzorem. Odměňuje nabyté znalosti/dovednosti, zaujímá nedirektivní přístup.
- **Role animátora.** Usměrnjuje život v týmu, drží v rukou klíč k jeho aktivitám. Usnadňuje komunikaci, reguluje napětí v týmu, podporuje jedince, aby poznali a rozvíjeli svůj vlastní potenciál. Přebírá pozici „zrcadla“ nejen pro sebeuvědomění sportovců, ale také proto, aby cítili, že jsou uznávaní, přijímaní a že jim rozumí.

Trenérova profesní role a jeho postavení se také mění v závislosti na vývoji sportovního světa. Stále vyšší nároky jsou kladeny na trenérovy velmi široké odborné znalosti, na jeho vůdcovskou roli, na strategické a taktické

schopnosti, ale současně i na jeho pedagogickou odpovědnost (Lazarová, Jůva, 2006).

1.1.5 Činnost trenéra

Profese trenéra bývá v odborné literatuře charakterizována výčtem základních činností v různé míře konkretizace. Podle Rychetského (1998) jde při řízení sportovního tréninku z pohledu trenéra o vědomé, racionální a zdůvodněné pokyny a zásahy do tréninku, při nichž se uplatňují aspekty psychologické, pedagogické (didaktické) a technologické. Stejný autor rozlišil činnost trenéra na:

- **projekční a plánovací** (příprava a tvorba koncepce tréninku, stanovení cílů, rozložení do postupných úkolů apod.),
- **organizační** (jde o řízení celého systému, zajištění materiální, dopravy, soutěží – ve vrcholovém sportu),
- **realizační** (jde o samotný trénink, interakci se sportovci apod.).

Lazarová a Uhlířová (2006) citují francouzského autora (Léveque, 2005), který vytváří kategorie slova trénovat a spojuje je s určitými typy intervencí.

Trénovat tedy může znamenat:

- **Metodicky připravovat.** Trenér plánuje, organizuje a vzdělává, využívá různé způsoby vedení, řídí, klade požadavky, motivuje, neustále stimuluje, kontroluje.
- **Vzdělávat, ale také vyžadovat, mít nároky** (nebo také zpevňovat, zocelit, otužovat). Trenér vede sportovce tradičně, autoritativně a direktivně k napodobení jasně definovaného modelu, dosažení konkrétního cíle.
- **Odpoutávat, nadchnout** (nebo také rozvířit, unášet, uchvátit). Jde o předávání síly, iniciování, nabízení vlastní energie, podpora, provokování nadšení, strhávání sportovců vlastním elánem. Sportovec se stává spíše submisivním, je „tažen“ trenérem.

- **Přenášet, pečovat, okouzlovat** (nebo také přesvědčovat, podmaňovat si). Jde o zaměření na vztahy, láskyplné, charismatické vedení typické emočním sdílením ideálů. Trenér je katalyzátorem, který umožňuje změnu stavu.

I když jsou přístupy k vymezení základních činností trenéra velmi odlišné, zdá se, že obsahují alespoň několik společných prvků. Zdůrazňována je především pedagogická a řídicí činnost. Trenérství je obecně považováno za profesi, ve které silně dominuje aspekt vyučování, a také řízení, organizování a rozhodování. Zahrnuje aktivity směrem k druhým a často jsou zmiňovány činnosti zaměřené na utváření a řízení vztahů (motivování, podporování, oceňování apod.). V podstatě jde o takové činnosti, které vedou ke změně. Zmíněné činnosti trenéra v sobě již implicitně obsahují základní požadavky na některé profesionální kompetence trenéra a zejména jeho osobnostní předpoklady (Lazarová, Uhlířová, 2006).

1.2 Fitness

1.2.1 Pojem fitness

Označení fitness je přejaté z anglického *fit* – **být fit, být tělesně i duševně svěží** (Slovník cizích slov, 1996). Je to důsledek pozitivního přínosu správného životního stylu, jehož součástí je, vedle správné výživy, také pravidelná pohybová aktivita. Odborníci nabádají k pravidelnému pohybu, který je základem prevence předčasného stárnutí a vzniku civilizačních chorob. Lidé, kteří jsou aktivní a udržují se „fit“, jsou dle statistik zdravější a dožívají se vyššího věku (http://www.steffen-liebert.de/html/was_ist_fitness.html). Osten (2005) také uvádí, že fitness je **součástí zdravého životního stylu**. Zahrnuje komplex správných návyků, dobrou tělesnou kondici a dobré zdraví. Fitness ovlivňuje téměř každý aspekt našeho života (zdraví, sexuální život, výběr zaměstnání, zvládání stresových situací, výběr sportu, výběr přátel atd.). Ovlivňuje i délku života, jeho kvalitu a životní spokojenost.

Fitness může pro každého představovat něco jiného. Lidé si chtějí zlepšit zdraví a fyzickou kondici či udržet pružnost, zbavit se stresu, snížit riziko srdečních a oběhových onemocnění. V neposlední řadě chtějí mít dobrý vzhled a správné držení těla. Pro jiné je zase důležité mít možnost sportovat mezi lidmi se stejnými zájmy a navázat s nimi přátelské vztahy. Je tedy vidět, že fitness aktivity přesahují rámec fyziologicko-anatomického aspektu a zahrnují i psychologické a sociální prvky (umožňují všimnout si okolí, poslouchat zvuky, naslouchat druhým, navázat rozhovor atd.). Důležité je, aby člověk měl z pohybové aktivity potěšení. Aktivity, které jsou pro jedince nepříjemné a nepohodlné, mohou sice být jeho tělu prospěšné, ale navozují psychickou nepohodu, působí rušivě a vyvolávají tak stres.

Osten (2005) tvrdí, že fitness má pro všechny lidi společný minimálně jeden aspekt, a to tělesnou zdatnost. Podle této kategorie je možné fitness dělit na:

- *Health related fitness* – orientuje se na zdraví.
- *Skill related fitness* – orientuje se na pohybové schopnosti.

Fitness jako sport může být spojován s cvičením v tělocvičně **bez zátěže** (např. strečink, aerobik) nebo s **posilováním** ve fitness centru na posilovacích strojích či s náčiním. V širokém pojetí patří do fitness sportů také jogging, běh apod. a stává se životním stylem, včetně specifické úpravy stravování (Fořt, 2005).

1.2.2 Historie fitness

I když je pojem fitness spojen až s 20. stoletím, potřebu pohybu měl člověk už v pravěku. Lidé si potřebovali udržovat kondici, aby byli schopni obdělávat půdu, lovit a při různých slavnostech putovat daleko za svými příbuznými. Obrázky na náhrobcích dokladují, že vzpírání mohlo být praktikováno již v době 2500 př. n. l. (Brooks, 2003). Ve starověké civilizaci začala být spojována fyzická aktivita se stavem *well being* („dobře se cítit“). V Číně byla tato myšlenka podporována filozofickým učením Konfucia, které kromě zdravého stavu mysli zdůrazňovalo potřebu pohybu jako prevenci různých

nemocí. Stejně je to pojmáno v Indii, kde v této době vzniká jóga. O několik tisíciletí později, v 6. st. př. n. l., se hlavně v Řecku stává významným silový trénink. Děje se tak v důsledku častých bojů, kdy dobové války vyžadují silné bojovníky. Dalším místem pro předvedení tělesné zdatnosti se stávají právě vznikající Olympijské hry, které v důsledku představují další příčinu sportovního tréninku. Nešlo pouze o udržování fyzické kondice, ale pohyb jako takový byl důležitý pro psychickou a duševní vyrovnanost. Tento hlavní důvod se objevil a ovlivňoval názory ještě jednou o pár století později, v době renesance (<http://www.abc-of-fitness.com/>).

V Německu a Švédsku se od 18. století začala rozvíjet gymnastika, která v sobě kombinovala zdravotní, edukační a vojenské prvky, jež byly prostředkem ke kompletnímu rozvoji osobnosti.

Na americké půdě to byli na konci 18. a na začátku 19. stol. prezidenti Benjamin Franklin a Thomas Jefferson, kteří vzali na vědomí potřebu zdravé a fyzické kondice. Na počátku 20. století na ně pak navázal prezident Theodor Roosevelt tím, že byl lidem osobním příkladem a podporoval je ve zdravém způsobu života. V této době se v Evropě i jinde objevují profesionální siláci jako baviči publika, kteří byli předvojem kulturistiky a důkazem zvyšujícího se zájmu veřejnosti o sportování (Brooks, 2003). Rozvoj moderního fitness jako volnočasové aktivity ať už v Evropě nebo na americkém kontinentě souvisí se změnou životního stylu s důrazem na rozvoj pohybu. Postupně tedy vznikaly první lázně a tělocvičny. Začaly se, nejprve v sanatoriích, objevovat i první posilovací přístroje typu rotoped nebo veslařský trenažér. Časopisy jako „*Síla a krása*“ (*Kraft und Schönheit*), které v té době vycházely, fitness proslavily. (http://www.steffenliebert.de/html/geschichte_fitness.html).

Ve 20. letech 20. stol. a v době hospodářské krize začal americký kulturista LaLanne vyvíjet fitness programy a nářadí, které daly základ dnešní podobě posilování ve fitcentrech. I když byly jeho myšlenky v té době bizarní, jsou dodnes považovány za zlomové a on sám je považován za „kmotra fitness“. Zhruba od roku 1910 do 40. let 20. stol. nabýval posilovací trénink mnohem více na významu a začal se stávat jakýmsi kultem. Ve 40. letech 20. stol. americký kulturista, a později lékař, DeLorme zdůraznil zdravotní výhody posilování u

pooperačních pacientů. DeLorme také představil pravidlo cvičení ve třech sériích po deseti opakováních, které mnohem lépe rozvíjí svalstvo. Toto pravidlo je dodnes používáno (Silvester, 1992). Během druhé světové války a po ní dal americký vědec Cureton podnět k další důležité, dnes už běžné záležitosti. Prováděl různá vyšetření na lidském těle a na základě těchto poznatků popsal, jak správně trénovat. V 60. letech 20. století vznikl pojem aerobik a móda fitness a zdravého životního stylu, pojaté v dnešním slova smyslu, se mohla rozvinout. Za tím stál americký lékař Cooper. Cooperova nová teorie se zaměřila na aerobní pohyb a tím i na prevenci nemocí a stresu. Doplnil silový trénink aerobním v podobě, jak tuto kombinaci známe dodnes. Cooper je považován za moderního zakladatele fitness. O deset let později pak byla zdůrazněna nutnost pravidelnosti (Brooks, 2003).

1.2.3 Kulturistika

Ve své práci se zaměřujeme na ty fitness aktivity, které jsou realizovány ve fitness centru, tedy ty, které z velké části směřují k modelování postavy. Z tohoto hlediska je našemu pojetí nejbližší **kulturistika**, která byla v nedávné minulosti jednou z nejdůležitějších příčin, proč lidé začali navštěvovat fitcentra. Z tohoto důvodu budeme tématu kulturistika věnovat více pozornosti.

Kulturistika je sport zaměřený na vzhled. Hodnotí se mohutnost svalstva, svalová vyrovnanost, vyrýsovanost svalů a kvalita svalové hmoty. Slovo kulturistika vzniklo z francouzského slova *culturistique*, což v daném kontextu znamená kultura těla. Slovo **kultura** (*la culture*) je latinského původu a znamená vzdělávání, pěstování, zušlechťování. Původ kulturistiky lze vypátrat již v dávné minulosti, neboť cvičení s břemeny (zvyšování síly pomocí zdvihání závaží a tvarování těla) bylo známé i starým Řekům, Římanům, Egypťanům a Číňanům (<http://www.sportovni.net>).

Velkou popularitu získalo zdvihání břemen na přelomu 19. a 20. století. V první polovině 20. století byla kulturistika rozšířena především v USA, v Evropě se stala populární po druhé světové válce (Brooks, 2003). K siláckým vystoupením se zpočátku používalo primitivních kulových činek, ale i balvanů a

těžkých sudů. Předmětem obdivu byla mohutná postava a hrubá síla vzpěračů a zápasníků. Dokonalé harmonie postavy však nebylo možné těmito prostředky v tehdejší době dosáhnout. Ve 20. století došlo díky zavedení nakládacích činek k postupnému oddělení vzpěračů od zápasníků. Jedni trénovali s cílem dosáhnout nejlepších výkonů v olympijských disciplínách, druzí stavěli na první místo rozvoj svalstva a dokonalou stavbu postavy.

Za zakladatele moderní kulturistiky můžeme považovat Eugena Sandowa (1867-1925). Na rozdíl od ostatních siláků své doby byl v mládí slabý a neduživý, ale touha stát se zdravým a silným ho přivedla nejen k tělesným cvičením, ale i ke studiu medicíny. Proto mohl vypracovat na svou dobu velice pokrokovou soustavu tělesných cvičení se zátěží, přičemž věnoval velkou pozornost rozvoji jednotlivých svalových skupin a zlepšení funkcí celého organismu. Sám dosáhl pozoruhodných úspěchů a kromě silových výkonů vynikal i krásnou postavou. Velkého ohlasu dosáhla Sandonowa kniha *Body-building* vydaná roku 1903 v Londýně. Stala se základem kulturistiky nejen v Evropě, ale i v Americe. Název knihy dal jméno celému hnutí a používá se ho nejen v anglicky mluvících zemích. První oficiální soutěž o titul nejlépe harmonicky rozvinutého sportovce byla uspořádána v r. 1939 v USA (Silvester, 1992).

Přitažlivých svalů kulturistů si brzy povšimli filmoví producenti a tak řada amerických kulturistů přijímala herecké angažmá. Tak se postupně vytvořila skupina profesionálních kulturistů. Současně je kolem sebe začali sdružovat američtí podnikatelé bratři Weiderové a jejich konkurent Bob Hofman. Ten pro svou propagaci vedl i americké národní družstvo vzpěračů. Obě firmy založily mnoho perfektně vybavených středisek, začaly vyrábět nejrůznější náčiní, potřeby a publikovaly metodické materiály. International Federation of Body Building (IFBB) byla založena v roce 1946. Zasloužili se o to právě Ben a Joe Weiderovi.

Do střední Evropy se začala kulturistika šířit především přes Polsko, kde k její popularitě významně přispěla soutěž Mr. Universe v roce 1959 ve Varšavě, pořádaná souběžně s mistrovstvím světa ve vzpírání. V Československu byla kulturistika jako sport uznána v roce 1964. Rozmach kondiční kulturistiky v České republice po roce 1989 a hlavně v posledních letech dokazuje, že cvičení není jen módním výstřelkem, či sportem jedinců. Nejde jen o prostředek ke

zlepšení postavy a upevnění zdraví, ale především o životní styl (<http://www.postavaprokazdeho.cz/users/kulturistika/text.asp?sysID=451>).

Kulturisté s dokonale vyrýsovanými svaly se stali modelem mužské krásy a tak není divu, že navštěvování fitness center se stalo oblíbeným rekreačním sportem. Nejprve pro muže, ale postupem času i pro ženy.

1.2.4 Fitness centrum

Fitness není jen pojmem představujícím druh sportu (resp. druh pohybové aktivity), ale i pojmem označujícím prostředí, ve kterém se aktivity tohoto druhu provádějí. Mluvíme tedy o tzv. **fitness centrech** (setkáváme se i s pojmy **fitcentra** nebo **fitness**), která nabývají různých podob, nejčastěji se setkáme s klasickými posilovkami vybavenými posilovacími stroji. Podle Slovníku cizích slov (1996) se pod označením fitness centrum rozumí „*sportovní středisko pro udržování dobré kondice a zdraví*“.

Zajímavostí je, že první fitness centrum moderního typu otevřel v roce 1936 již zmíněný LaLanne v San Franciscu. LaLanne vymyslel první stroj na posilování nohou a kladku na zesílení rukou. Ve cvičení a hubnutí podporoval i ženy, přestože tehdejší ideál krásy nefandil svalnatým a pevným figurám (Pecková, 2008).

Fitness centra jsou vybavena stále dokonalejšími stroji a nezdá se, že jsou součástí nějakého „*wellness komplexu*“ zahrnujícího kromě klasické posilovny i např. sál na aerobik, saunu, solárium, spinning apod.

S ohledem na to rozřazuje Thorna (1998) fitness centra do dvou základních typů:

- ***Fitness centrum se základním, obecným vybavením***, jako jsou činky, základní posilovací stroje.
- ***Fitness centrum vyšší třídy***, kde nalezneme větší výběr posilovacích strojů a dále solárium, masáže, saunu, vířivku a další služby.

Fitcentra lze považovat za zařízení umožňující pomocí posilovacích trenažerů napodobovat dříve běžné pohybové činnosti a tím zabraňují různorodým poruchám hybného systému, které jsou důsledkem nedostatku přirozeného pohybu či jednostranné zátěže v zaměstnání. Běžný život nenabízí dostatečně intenzivní podněty pro celoživotní udržení optimálního množství svalové hmoty a vhodné kompozice těla. Dá se tedy říci, že lidé navštěvují posilovny s preventivním cílem udržet si zdraví a vytvarovat si tělo (<http://www.sportvital.cz/cz/k2,145-fitness/c697-myty-o-cviceni-ve-fitcentru-ii-cast>).

Za pozornost stojí motivace lidí k návštěvám fitness center např. z hlediska věku a pohlaví. Mladí lidé vstupují do těchto sportovních zařízení, protože chtějí zformovat své tělo, lidé středního věku přicházejí s cílem své tělo udržet ve formě a lidé starší chtějí něco udělat pro své zdraví. Z hlediska pohlaví chtějí ženy nejčastěji zeštíhlit a zformovat, muži chtějí naopak zpevnit a zesílit své tělo. (Osten, 2005).

1.3 Osobní trenér ve fitness

K pojmu trenér je vzhledem ke koncipování této práce nutné doplnit přívlastek „osobní“. Osobní lze formulovat také jako individuální. Trenér tedy pracuje s jedincem na individuální úrovni. Termín **osobní trenér** (angl. *personal trainer*), který pracuje s jednotlivci a pomáhá jim „dostat se do formy“, je již dnes pevně zakotven právě v oblasti fitness. Tento obor začal propojení termínů osobní trenér a fitness využívat jako privilegia (Roberts, 1996).

Reiff (in Roberts, 1996) uvádí, že osobní trenér je ekvivalentem či propojením vychovatele, motivátora, podnikatele, výživového poradce, psychologa, terapeuta, kouče aj. Takový výčet by se dal spíše chápat jako výčet rolí, které trenér může zastávat.

Definice oboru nebo profese je většinou založena na formálním popisu práce. Bez takového popisu je obtížné definovat jakýkoliv obor, natožpak relativně nový, kterým bezpochyby **osobní trénování** je. Dle Robertse (1996) může být osobní trénování vymezeno jako profese, která zaměstnává

kvalifikované odborníky, kteří instruují a trénují klienty, nejčastěji v situacích „jeden na jednoho“, s důrazem na správné provedení jednotlivých cviků a se snahou dosáhnout klientových předem stanovených cílů. Jiné definice se zaměřují spíše na činnosti. V nich je osobní trenér popisován jako ten, který „vytváří individuální programy klientům, aby jim pomohl dosáhnout jejich osobních, zdravotních a fitness cílů“

(<http://careersadvice.direct.gov.uk/helpwithyourcareer/jobprofiles/profiles/profile1335>).

Ať už jsou definice jakékoliv, osobní trenér je především někdo, komu by lidé měli plně důvěřovat. Trénovaný se ve vztahu k osobnímu trenérovi stává „klientem“ (viz dále) a bez vzájemné důvěry není možné dosáhnout úspěchu. Osobní trenér by měl mít adekvátní kvalifikaci, měl by být absolventem nějakého akreditovaného kurzu nebo vysoké školy se sportovním zaměřením. Měl by mít dostatek odborných informací k tomu, aby do něho klienti mohli vložit veškerou důvěru. Osobního trenéra lidé často kontaktují na doporučení a jsou pevně přesvědčeni o tom, koho a co chtějí. Chápu, že odborné vedení je základem efektivní práce a úspěchu.

1.3.1 Osobní trénink dříve a dnes

Nápad „zosobnit“ (individualizovat) tréninkové programy, tak jak o nich mluvíme v dnešní době, vznikl už před sto lety. Nicméně pojmy jako fitness instruktor nebo osobní trenér ještě nebyly spojovány s tou dobou. Již zmíněný LaLanne se významně zasadil o to, dostat do podvědomí veřejnosti potřebu pohybu a správné výživy. Trenéři z Los Angeles a New Yorku dali na přelomu 70. a 80. let 20. století základ tomu, pod čím si dnes představujeme osobní trénink. Zájem o fitness a zdraví se v těchto letech stal velkou módou. Přibývala řada fitness nadšenců, kteří se drželi hesla: „bolest je zisk“ a cvičili pod samozvanými osobními trenéry, kteří neměli příslušné certifikáty, aby mohli prezentovat fitness citlivým, progresivním způsobem. Mnozí z nich vypadali spíše jako filmoví gigolové. V této době se o trénování nemluvalo ani jako o profesi. Vše bylo jen zásluhou slavných osobností a jejich propagací v médiích (Brooks, 2003).

Jistý nadhled přichází až v 90. letech 20. století. Odborníci nabádají k opatrnosti a informovanosti. Klient je představován jako ten, který si uvědomuje riziko zranění, vzrůstá požadavek na vzdělání trenérů. To vše díky podpoře médií a tím větší informovanosti společnosti. Pokládaly se otázky jako např.: „Co očekávat od trenéra, který se (sám) nazývá odborníkem v oblasti fitness?“

V dnešní době jsou pro osobní trenéry možnosti neomezené. Záleží jen na jejich předvídavosti, představivosti, tvořivosti, motivaci a erudici. Fitness průmysl se rozvíjí velkou rychlostí. Osobní trenér by se měl vždy sám sebe ptát, co by mohl udělat pro svého klienta, co se od něj může naučit, v čem se může zdokonalit. Je povinen se dále vzdělávat a měl by si uvědomit, že je neustále sledován a hodnocen. Úkolem dnešních trenérů je svou profesi více profesionalizovat a snažit se o to, aby z ní vznikl sofistikovaný a uznávaný vědní obor (Brooks, 2003).

1.3.2 Budoucnost profese osobního trenéra

Pokud se chce osobní trenér uplatnit ve společnosti i v budoucnu, měl by myslet na několik věcí, mezi něž patří potřeba **neustále se vzdělávat** (Anderson a kol., 2007). Situace je dnes lepší než v minulosti. Trenéři jsou mnohem více kvalifikovaní a obrací se na ně jako na své odborné partnery mnohem více lékařů a jiných zdravotnických pracovníků (Brooks, 2003). Vyplývá z toho i zájem o spolupráci se zdravotními společnostmi a zaměřování se na prevenci ve větším měřítku. To platí hlavně pro USA, situace v České republice je zatím poněkud jiná a zmíněná spolupráce odborníků zůstává spíše ve formě výzev.

Dalším úkolem trenérů je vytvářet čím dál **účinnější a propracovanější tréninky** (Varner, 2007). Stále více lidí by se chtělo cítit a vypadat lépe v nereálném čase a s minimálním úsilím. S tím souvisí i potřeba sledovat nejnovější trendy, které motivují k učení se novým a k rozšiřování starších dovedností, směřovat ke specializaci v rámci profese. Osobní trenér také musí rozumět tomu, jak přemýšlí průměrný klient fitness a přitom reflektovat osobní potřeby jednotlivce, vytvářet program „přímo na míru“. Osobní trenér může také zlepšit kvalitu svých služeb prodejem produktů. Ať už nutričních, cvičebních

nebo jakýchkoliv jiných souvisejících s fitness odvětvím. I v této oblasti musí být vzdělán a být informován o novinkách v oboru.

Zajímavou a významnou skutečností je výzkum realizovaný v nedávné době ve Spojených Státech Amerických, který předpověděl, že **během následujících šesti let se zvedne poptávka po osobních trenérech o 46%**. To by osobní trenéry zařadilo mezi patnáct nejžádanějších profesí (Kenworthy, Rodrigues, 2006). Nemalý podíl na tom má i zvyšující se počet fitness a wellness center. Už v 90. letech minulého století uvedl Reed (1999 in Brooks, 2003), že se každý rok zvyšuje poptávka po osobních trenérech o 25 %. Dle posledního výzkumu dělaným Americkým sdružením odborníků v roce 2008 se profesionálové a vzdělání odborníci v oblasti fitness dostali na pomyslnou špičku žebříčku (Pecková, 2008). Je tedy vidět, že pokrok v této oblasti jde rychleji, než bylo předpověděno. Dalším významným faktorem může být i procitnutí společnosti prahnoucí po dokonalém těle a silící potřebě „cítit se fit“.

1.3.3 Proč se lidé stávají osobními trenéry

Není to tak dávno (a v některých fitcentrech to tak bohužel funguje i v dnešní době), kdy byl trenér „pouze člověk“, který chodil každý den do fitness a v rámci vlastního cvičení radil ostatním. Postupně si pak získal zákazníky, svou práci „legitimizoval“ a nechal se nazývat odborníkem. Osobní trenéři se dnes snaží být skutečnými profesionály v oblasti zdraví a fitness.

Většina osobních trenérů si vybrala tuto profesi, protože chtějí být aktivní, fit, chtějí předat ostatním svoje vědomosti a ještě za to být placeni. Být osobním trenérem je zábavné a vyzývá tělo a mysl k radostnému způsobu žití. Může to být i lukrativní profese pro ty, kteří svoji práci dělají dobře. Lidé žijí déle a jsou si mnohem více vědomi důležitosti být fit a zdraví, klientů tedy přibývá. Zlepšování v oblasti technologií za poslední dobu vytvořil svět, kde člověk nepotřebuje být v zaměstnání tak fyzicky aktivní jako dříve. V důsledku tohoto zjištění se každý rok otevírá čím dál více fitness zařízení, aby se uspokojila poptávka vzrůstajícího počtu sportovců, kteří chtějí cvičit ve svém volném čase. Jak stoupá počet těchto zařízení, stoupá i počet požadavků na zaměstnávání osobních trenérů. V dnešní době a spíše v brzké budoucnosti se možná vyplatí být osobním trenérem. Ať už

zaměstnancem v nějakém fitcentru nebo pracovat na vlastní „živnost“ (Kenworthy, Rodrigues, 2007).

Je tedy patrné, že důvodů k motivaci stát se trenérem by se našlo opravdu hodně. Kenworthy a Rodrigues (2007) je shrnují do desatera, které charakterizuje profesi osobního trenéra:

- Osobní trénování je zábavná, vzrušující a energická profese.
- Trenér může pozitivně ovlivnit klientův dobrý stav (*well being*).
- Osobní trenéři pracují s různorodou skupinou lidí s odlišnými požadavky.
- Osobní trenéři pomáhají klientům dosáhnout jejich cíle; to přináší satisfakci i trenérům.
- V každém aspektu jejich práce je potřeba kreativity.
- Osobní trénování patří mezi nejvíce se měnící a rozvíjející se obory.
- Pracovní doba trenérů je flexibilní.
- Osobní trenér má neomezený vzdělávací potenciál.
- Osobní trenér si řídí práci podle svých časových možností.
- V tomto oboru se naskytuje příležitost mít velmi dobrý finanční příjem.

Důvodů je opravdu hodně a závisí na člověku samotném, jestli má opravdu dostatek chuti a potenciálu se do osobního trénování pustit. Není to věc snadná, skýtá i spoustu starostí jako např. obava o dostatečný počet klientů k finančnímu zabezpečení sebe samotného. Jiným hlediskem je téměř nepřetržitě pozitivní vystupování. Osobní trenér by neměl přenášet na klienta své osobní problémy. Více se tímto zřetelem budeme zabývat i v další části textu.

1.3.4 Role osobního trenéra

Osobní trenér učí lidi, jak si stanovit cíle a vede je k tomu, aby těch cílů dosáhli. Je to rozsáhlý proces, během kterého má trenér řadu rolí. Američtí autoři Kenworthy a Rodrigues (2007) zdůrazňují čtyři nejdůležitější.

Motivátor

Většina klientů vidí svého trenéra průměrně jednou až dvakrát za týden. Jsou dostatečně motivováni, ale potřebují někoho, kdo je občas povzbudí. Na druhé straně je skupina lidí, kteří chodí třikrát i vícekrát do týdne, protože nemají dostatek motivace cvičit sami. Pro ty je primární motivací samotný trenér. V roli motivátora se trenér ocitá i v jednotlivých tréninkových jednotkách. Podporuje klienta při každém dalším opakování cviku. Pro některé sportovce to je mnohdy nevyhnutelné. Posledních pár opakování v jednotlivých cvicích by bez povzbuzení neudělali.

Výživový poradce

Ať už jde o hubnutí, přibírání nebo o zlepšování fyzické kondice, je důležité dodržování správné výživy. Osobní trenér by měl mít vědomosti na takové úrovni, aby dokázal vytvořit efektivní nutriční program v souladu s tréninkovým programem.

Přítel

Trenér má blízký vztah se svými klienty a musí rozpoznat hranici mezi profesionálním a přátelským přístupem. Tato linie je velmi tenká, zejména pokud spolu trénují delší čas (Varner, 2007). Trenér zažívá klientovy stresové okamžiky, počínaje nedorozuměním ve vztahu nebo v práci a konče velkými životními změnami (např. ztráta nebo zisk zaměstnání, svatba, rozvod apod.). Na tyto stresory musí trenér v dílčích trénincích patřičně reagovat. Porozuměním, přizpůsobením tréninku.

Podnikatel

Trenéři pracují buď jako osoby samostatně výdělečně činné nebo mohou být zaměstnání ve fitcentru nebo u jiného trenéra. Ve všech případech jsou obrovskou výhodou znalosti a předchozí zkušenost trenéra v oblasti podnikání.

Tento výčet jistě není úplný a nabízí se srovnání s profesními rolmi, které jsou obecně zmiňovány u trenérů, jak jsme je uvedli v předchozí části textu.

1.3.5 Schopnosti a rysy úspěšného osobního trenéra ve fitness

V návaznosti na formulaci požadavků na osobnost trenéra obecně se zaměříme na ty požadavky, které jsou vztahovány na osobnost osobního trenéra ve fitness. Základní rozdělení uvádíme dle Kenworthy a Rodriguese (2006) a doplňujeme je dalšími informacemi od jiných autorů.

Sociální dovednosti

Úspěšní trenéři mají sklon k extroverzi. Jen málo lidí chce strávit tréninkový čas bez jakékoliv konverzace. Pro obě strany je užitečné vědět, co klient dělá a jaké má koníčky. Trenérovi může pomoci klást otevřené otázky k podnícení konverzace (Kenworthy, Rodrigues, 2006). Jinou oblastí, která zasahuje do sociálních dovedností, je oblast terapeutická. Být trenérem je někdy synonymem právě pro to být terapeutem. Vypovídá o tom blízkost, k jaké se dostávají trenér a klient a otevřenost ve věcech osobních. Čím více trenér naslouchá a méně mluví, tím lépe poznává svého klienta. Kromě toho, že je trenér dobrým posluchačem, měl by být i dobrým pozorovatelem. Někdy totiž klient řekne něco jiného, než si myslí nebo cítí. Pochopit jak číst klientovu řeč těla, tón hlasu a tělesné podněty zlepšuje komunikaci mezi klientem a trenérem a umožňuje vytvořit odpovídající tréninkový program (http://articles.directorym.net/Skills_you_need_to_be_a_personal_trainer-a946562.html).

Komunikační schopnosti

V úzké spojitosti se sociálními dovednostmi jsou zmiňovány komunikační schopnosti (resp. dovednosti). Trenérství je z největší části o komunikaci. Úspěšní trenéři jsou mistři komunikace a ti méně úspěšní jsou mnohdy neúspěšní ne proto, že by měli menší znalosti, ale proto, že neumějí komunikovat se svými klienty (Brooks, 2003). Trenér je instruuje a řídí a to znamená, že gestikuluje, naslouchá i odpovídá, ukazuje a předvádí, pozoruje i opravuje, přesvědčuje i motivuje atd. Komunikace ale neznamená jen něco sdělovat (Svoboda, 1996). Komunikace není

jen vydávání příkazů a pokynů, ale také přijímání reakcí na tyto pokyny od klientů. Martens (2006) uvádí, že přes 70% komunikace je neverbálního charakteru. Thatcher (2005) dokonce udává vliv neverbální komunikace z 93%! Příkladem neverbální komunikace je mimika, gesta, oční kontakt aj. Většina lidí ji hůře kontroluje než verbální složku projevu. Komunikace má dvě složky: obsahovou a emoční. Obsahová je podstatou předávaného pokynu a emoční vyjadřuje pocity, které přitom člověk má. Obsah je obvykle vyjádřen verbálně, emoce neverbálně. Martens (2006) ještě v této souvislosti zdůrazňuje, že se trenéři vyznačují spíše rétorickými schopnostmi než schopností naslouchat druhým. Více mluví, než naslouchají.

Vůdcovské schopnosti

Pod vůdcovskými schopnostmi se skrývají schopnosti jako vést, řídit nebo ovlivňovat lidi. Osobní trenér musí být schopen vést klienty ve směru, jakým oni potřebují a vštípit jim touhu ho následovat (Kenworthy, Rodrigues, 2006).

Trenéři by se sami měli řídit svými vlastními radami a měli by být vzorem pro své klienty. Staré přísloví „dělej, jak říkám, ne, co dělám“ v tomto případě neplatí. Klienti chtějí napodobovat někoho, kdo je sebejistý, charismatický a úspěšný (Varner, 2007). V této profesi to znamená pracovat s každým klientem, jako by to byl jediný, kterého trenér má. Cílem trenéra je ovlivnit klienta a změnit jeho, mnohdy celoživotní, zlozvyky (http://articles.directorym.net/Skills_you_need_to_be_a_personal_trainer-a946562.html).

Empatie

Trenéři se snaží změnit u klientů hluboce zakořeněné zvyky a vklínit do jejich přeplněných dnů tréninky. Po dlouhých dnech v práci se mohou cítit zkroušeně, bezradně, znechuceně. Trenér by jim měl dát najevo, že rozumí tomu, jak se cítí. Neměl by být ale přespříliš laskavý a vlídný, v klientovi by to mohlo prohlubovat rozmrzelost a pravděpodobně by neměl chut' do další spolupráce. Trenér by měl klienta za všech okolností povzbuzovat (Kenworthy, Rodrigues, 2006). Když se klient neřídí trenérovými plány, neznamená to, že nevěří tomu, co

trenér říká. Klient občas ví, že nedělá, co předpokládal, že dělá a trápí se tím sám. Není tedy třeba kárat klienta, když nevyhoví trenérovým požadavkům. Na trenérovi je, aby poznal, co je špatně a pomohl odstranit chyby (http://articles.directory.net/Skills_you_need_to_be_a_personal_trainer-a946562.html).

Disciplína

Žít ve smyslu zdravého životního stylu vyžaduje dostatek disciplíny. V době, kdy je na každém rohu postaveno rychlé občerstvení a v restauracích jsou nabízeny dvojnásobné porce než by měly být, je těžké respektovat výživová doporučení. Pravdou je, že dnešní doba je uspěchaná a lidé mají moc práce, moc jedí a stráví hodně času za volantem. Pokušení je všude a lidé jsou jen zřídka nuceni si vařit dobré a hlavně zdravé jídlo. Trenérovým úkolem je ukázat klientovi, nejlépe na sobě samotném, jak být zdravý. Měl by plnit to, co sám káže. Dostatečně spát, správně jíst a pravidelně cvičit (Kenworthy, Rodrigues, 2006). Jde o to být disciplinovaný, aby mohl vést k disciplíně.

Kreativita

Práce osobního trenéra by měla být kreativní. Neznamená to tedy přečíst si jeden modelový trénink v knížce a podle ní trénovat všechny klienty. Co motivuje jednoho člověka, nemusí být na prvním místě u jiného. Cílem je, aby klient byl neustále dostatečně motivovaný, zainteresovaný a zaměřený na dosažení cíle, který si stanovil (Kenworthy, Rodrigues, 2006).

Profesionalismus

Klienti si čas strávený s trenérem platí, je tedy důležité, aby se on prezentoval profesionálním způsobem. To znamená, vhodně se oblékat, chodit včas na domluvené schůzky a tréninky, chovat se ke klientům s respektem (Varner, 2007). Jiný aspekt profesionalismu je příprava tréninkových plánů a metod hned od začátku spolupráce, aby klient věděl, co ho čeká a jak bude vypadat jejich spolupráce (Kenworthy, Rodrigues, 2006).

Vzdělání, informovanost

Podle Vajcechovského (1975 in Bělka, Dvořák, 2006) je pro trenéra základním kamenem jeho odborná připravenost ve všech oborech úzce souvisejících s trénováním a s daným sportem. Teoretickou přípravu trenéra dělí na dvě různé etapy. V první etapě trenér získává nutné minimum základních znalostí o stavbě tréninku, o metodách, prostředcích a sportovní životospřávě. Ve druhé etapě je to shromažďování a upřesňování znalostí a neustálé rozšiřování obzoru; tato etapa trvá celý trenérský život. První etapu je myšleno studium na *vysoké škole* sportovního zaměření (např. Fakulta sportovních studií MU v Brně, Fakulta tělesné kultury UK v Praze a jiné) a školení nebo kurz vedoucí k získání *licence* nebo *certifikátu* potvrzující odbornou způsobilost. V České republice je zatím jen málo nabídek dalšího vzdělávání osobních trenérů ve fitness, jako jsou různé workshopy, konference o novinkách apod. V USA je další vzdělávání naprosto běžné. Je to dáno samozřejmě větší poptávkou klientů po trenérech, která u nás zatím není dostatečná, ale situace se postupně zlepšuje.

V dnešní době se od trenérů očekává, že budou znát odpovědi na všechno, co se týká zdraví a wellness. A to nejen informace týkající se doplňků, přístrojů a apod., ale i nových vědeckých výzkumů. Musí být také schopen odlišit fakta od mýtů a vysvětlit tyto odlišnosti

(http://articles.directory.net/Skills_you_need_to_be_a_personal_trainer-a946562.html).

Na všech těchto znalostech je založena odbornost této profese. K jejich dosažení je třeba nezbytné míry inteligence a motivace. Velmi důležitá je schopnost získané znalosti aplikovat v praxi (Stackeová, 2008).

Entuziazmus, pozitivizmus

Ne každý klient musí být trenérovi sympatický a samozřejmě naopak. Trenér je ale profesionálem a je zvyklý pracovat s různými typy. Být sympatický znamená kromě jiného kopírovat klientův tón hlasu, řeč těla, činy, do té doby než klient získá k trenérovi sympatie. Pro trenéra znamená mít v sobě jistou míru entuziazmu, pracovat s nasazením a radostí. Když je člověk optimistický, může „nakazit“ i lidi kolem sebe a je pak je větší naděje, že zůstanou motivovaní

k cvičení

(http://articles.directorym.net/Skills_you_need_to_be_a_personal_trainer-a946562.html).

S ohledem na uvedené zdůrazňuje Brooks (2003) ty nejdůležitější rysy úspěšného trenéra:

- víra v sebe samotného,
- starost o lidi,
- profesionalismus v oblasti fitness a podnikání.

Výčet očekávaných pozitivních vlastností osobního trenéra patrně není možný. Trenér nemůže být dokonalý, každý má svou specifickou tvář. Klient si nevybírám trenéra jen podle odbornosti, ale postupně poznává i jeho osobnostní vlastnosti, které mu více či méně vyhovují. V rámci svého profesionálního rozvoje a celoživotního vzdělávání je povinností dobrého trenéra pečovat také o rozvoj osobnosti.

1.3.6 Specifika činnosti osobního trenéra ve fitness

Osobní trenér ve fitness centru má určitá specifika, která ostatní trenérské profese nemají. Mezi tyto patří:

- věnuje se zpravidla jen jedné osobě,
- délku spolupráce určuje klient,
- jedná se o komerční službu placenou zpravidla časově,
- předává klienta v případě potřeby dalším odborníkům.

Prvním impulsem začátku spolupráce klienta s trenérem je trenérova *marketingová strategie* a následně odezva na ni. Upozornit na sebe může formou inzerátu ve fitcentru, na internetu, v denním tisku, v časopisech zaměřených na fitness apod. Trenér může také nechat vizitky se svými kontaktními údaji přímo ve fitcentru. Další možností je informovat své nejbližší okolí (kolegy, kamarády,

rodinné příslušníky, aj.) o tom, že se zabývá osobním trénováním. Reakce na tyto formy reklamy dříve nebo později ze strany potenciálního klienta přijdou.

Klient kontaktuje osobního trenéra prostřednictvím telefonu, emailu nebo osobně ve fitcentru. Následuje sjednání první schůzky a její realizace. První setkání by mělo proběhnout v příjemném, klidném prostředí, aby se klient cítil dobře. Při úvodním rozhovoru jsou obvykle zjišťovány základní údaje o klientovi prostřednictvím **vstupního (anamnestického) dotazníku, rozhovoru** či dokonce **diagnostické prohlídky**. Dle Kelly a kol. (2006) je třeba zaznamenat klientovo pohlaví, věk, výšku, váhu, stravovací zvyklosti, obvyklý příjem tekutin. Důležité jsou údaje o celkovém zdravotním stavu nebo o tělesných potížích, které se projevují bolestmi. Dále údaje o běžném zatížení jeho pohybového aparátu (typ zaměstnání, sportovní a jiné aktivity apod.) a pravo-/levorukost. Nezanedbatelné jsou takové údaje, jako poloha při spaní nebo práci. Sporty, jsou-li frekventovány několikrát týdně a nedostatečně kompenzovány strečinkem, mohou také ovlivnit stav svalstva a výrazný rozvoj jedné poloviny těla oproti druhé. Také volnočasové aktivity a domácí práce mohou mít na stav podstatný vliv. Rozdíl v rozvoji svalstva je obvykle zřejmý na první pohled. Pohybově aktivnější jedinci vypadají o několik let mladší a také jsou schopni intenzivnějšího tréninku.

Klient formuluje svůj cíl návštěvy fitcentra a důvod najmutí osobního trenéra (tvarování postavy a snížení nadváhy, zdraví a odstranění bolestí zad, přibrání a zesílení, soutěžní ambice atd.) a své časové možnosti (počet tréninků v týdnu). V případě závažnějších zdravotních problémů trenér navazuje na zprávu či konkrétní doporučení od ošetřujícího lékaře klienta (Tlapák, 2003).

Trenér klade klientovi předem promyšlené otázky tak, aby ho odpovědi dovedly k něčemu, co může být v rozporu se zdravým životním stylem a aby se vyvaroval případným komplikacím v důsledku cvičení.

Dle Stackeové (2008) je vstupní diagnostika, jak jsme ji uvedli, na prvním místě při popisu náplně práce osobního trenéra. Jako další činnost zdůrazňuje **individuální vedení cvičebních jednotek** ve fitness centru včetně vypracování jejich koncepce na základě vstupní diagnostiky, dávkování aerobní zátěže, protahovacích a kompenzačních cvičení. Neméně důležité je **sestavování krátkodobých a dlouhodobých fitness programů** na základě vstupní

diagnostiky. Jako čtvrtou činností v pořadí uvádí Stackeová (2008) tvorbu **dietních doporučení** v rámci fitness programů včetně výběru vhodných doplňků výživy. Stejně tak významné je **pedagogické a psychologické vedení klientů**.

2. KLIENT VE FITNESS

O sportovcích ve fitness hovoříme obvykle jako o „zákaznících“ nebo „návštěvnících“, v případě využívání osobních trenérů se o sportovcích hovoří jako o „klientech“. V následující části práce pojednáme o specifikách klientely ve fitness.

2.1 Pojetí klienta ve fitness

V americké literatuře se v oblasti fitness setkáváme pouze s pojmem klient (angl. *client*); jde o osobu, která využívá služeb nebo rady profesionální osoby nebo organizace (Oxford Dictionary, 2005). Klienta ve fitness lze chápat také jako zákazníka či návštěvníka. Pojmy **návštěvník** či **zákazník** jsou ve spojitosti s osobním trénováním využívány méně často, využívají se spíše pojmy sportovec, svěřenec či cvičenec.

Do dnešní doby zapadá pojem **klient** a zakotvilo se i u nás ve spojení s osobním trénováním. Dle Úlehly (1996 in Lazarová 2008) je klient někdo, kdo **hledá pomoc, službu**. Z tohoto hlediska mluvíme o službě jako o dojednaném **způsobu společné práce, kterou si klient přeje, trenér nabídl a klient zvolil**.

2.2 Sportovec jako klient

Osobnost člověka se ve sportovní činnosti neustále dotváří a modifikuje. Rozvoj sportovní výkonnosti souvisí s rozvojem celé osobnosti. Je tedy zapotřebí, aby se do výkonu zapojila celá jeho osobnost, nikoliv pouze svalový aparát. Chce-li trenér se svým svěřencem dosáhnout úspěchu, musí dokonale poznat jeho osobnost. Tu poznává prostřednictvím jeho projevů při jednotlivých sportovních činnostech. Je také důležité vnímat jeho talent, nadání a houževnatost, které mohou výkony značně ovlivnit.

K poznání klientovy osobnosti může sloužit celá řada různých diagnostických testů. Díky těmto metodám lze určit vlastnosti a charakter

osobnosti včetně temperamentu, superkompenzačního efektu, morálně volních vlastností, sociální role i jeho výkonové motivace (Sekot, 2004). Osobní trenéři ve fitness zmíněné techniky pro poznání osobnosti využívají jen velmi zřídka. Klientovu osobnost poznávají empiricky při práci s ním. Osobní trenér má dostatek času a prostoru k tomu, aby se s klientem dostatečně seznámil. Sám je schopen za poměrně krátkou dobu poznat jeho temperament, který je snadno rozpoznatelný a je z velké části podmíněn geneticky. Temperament se projevuje v chování klienta a vyžaduje odlišné přístupy k tréninku (Sekot, 2004).

- **flegmatik** (pro něj jsou vhodné vytrvalostní činnosti, protože jsou velmi odolní a vydrží dlouho dobu vysokou zátěž),
- **choleric** (u něj je nejlépe upřednostňovat rychlostní činnosti s maximální intenzitou),
- **sangvinik** (uplatní se zejména v kolektivních sportech, je přizpůsobivý),
- **melancholik** (je typický svoji elegancí a touhou po extrémech – v oblasti fitness je spokojen s různými výzvami).

Při respektování temperamentu sportovce a jeho typických projevů se dá dosáhnout značných úspěchů. Trénink ovlivňuje také schopnosti sportovce a jeho charakterové a především volní vlastnosti, např. svědomitost, poctivost, vytrvalost, pracovitost apod. Trenér vždy musí respektovat individualitu osobnosti sportovce a ke každému přistupovat individuálně (Sekot, 2004).

2.3 Profily klientů

Každý klient je individualita s odlišnou minulostí, s jiným pohledem na svět a s jiným posazením hodnot. Každý hledá radu a pomoc od trenéra z různých důvodů. A i když mají např. klient A i klient B stejný cíl shodit 5 kilogramů, stejně budou jejich důvody, tréninkový plán i metody odlišné. Když trenér pozná individuální rozdíly a potřeby, pak se teprve může stát úspěšným.

Roberts (1996) charakterizuje pět typů klientů (názvy uvádíme v anglické verzi, snahy o překlady do češtiny mohou vyznívat poněkud krkolomně, přesto je zmiňujeme v našem podání):

Improver (Vylepšovatel)

Požaduje malé změny často z kosmetických důvodů. Mohou jimi být např. snížení nebo zvýšení tělesné hmotnosti. Většinou správně jí a cvičí, ale potřebuje odbornou radu nebo podnět k tomu, aby docílil žádaného výsledku. Takovému klientovi stačí vidět trenéra jednou týdně i méně. I přesto si vezme hodně z toho, co mu trenér řekne.

Adapter (Doplňovatel)

Adapter se na rozdíl od *Improvera* snaží zlepšit všechny složky zdravého životního stylu. Usiluje o zlepšení všech fitness parametrů, jako jsou např. aerobní kapacita plic, množství podkožního tuku, flexibilita apod. *Adapter* nemusí navštěvovat fitness pravidelně. Není výjimkou, že to je sportovec, který si dává přestávku od „mateřského“ sportu např. ze zdravotních důvodů. Tato skupina klientů má sebevědomí a motivaci na vysoké úrovni, práce trenéra spočívá spíše v předcházení přetrénování. Zaujímají postoj „já to zvládnu“, protože jsou z minulosti zvyklí trénovat často a úporně. Mohou to být i klienti, kterým jde o snížení cholesterolu, snížení krevního tlaku a cvičení berou jako prevenci kardiovaskulárních onemocnění.

Důvodem najímání osobního trenéra může být i předchozí špatná zkušenost z fitness centra z doby, kdy cvičili sami. Měli strach z nezdaru a zranění, předchozí cvičení postrádalo pestrost (cviky byly pořád stejné). Prezентují se i mírným ostychem před ostatními návštěvníky fitcentra, i proto jsou raději, když ve fitness není moc lidí.

Preemptor (Preventista)

Je kombinací prvního a druhého typu. Nepatrný rozdíl je v rychlosti dosahování cílů. *Preemptor* touží být fit, aby mohl žít plnohodnotný a energičtější život. Chce si zlepšit svoji fyzickou kondici a předcházet různým zdravotním problémům. Klienti toho typu jsou většinou zdraví, ve věku mezi čtyřiceti a sedmdesáti lety. Trénink pro ně znamená cíl. *Preemptor* trénuje efektivně, správně a s radostí, čím častěji trénuje, tím lépe. Hledá trenéra se zkušenostmi a

dostatečně informovaného o současných trendech. Trenér by mu tyto informace měl neustále nabízet.

Rehabber (Zraněný)

Rehabber přichází se zraněním a představuje pokaždé novou výzvu pro trenéra i v případě, že se s tímto typem zranění neseťkává poprvé. Trenér není fyzioterapeutem. Nicméně má znalosti v oblasti anatomie, kineziologie nebo biomechaniky a je schopen sestavit tréninkový plán aplikovatelný na zraněného sportovce.

Achiever (Soutěživý)

Achiever je soutěživý sportovec. Soutěživý sportovec nemusí nutně znamenat profesionální. Může se to vztahovat k různým fitness parametrům, jako např. uběhnutá vzdálenost, přibývajících centimetry v tělesných obvodech, ubývajících kilogramy na váze. Pro trenéry je radost s nimi pracovat, protože poslouchá jeho rady. Nicméně, jejich požadavky jsou někdy nadlidské a trenér si s nimi musí umět poradit. Typickým příkladem jsou ženy – sportovkyně mající problém s výživovými návyky a jediné co nechtějí slyšet, jsou vědecké důkazy o tom, že mají špatný životní styl. Jiným příkladem je profesionální sportovec, který chce dělat na svém těle pokusy. Nevyzkoušené techniky, přístroje, výživové doplňky. V takovém případě by měl trenér zajistit vyjádření lékařů či jiných odborníků, např. sportovního psychologa, výživového specialisty, ortopeda apod. Je totiž na trenérech sledovat zásady založené na léčebných a relevantních informacích. Takže, i když může být radost ho trénovat, může vzniknout konflikt mezi tímto typem a trenérovými profesionálními zásadami. Trenér by měl dobře kontrolovat vztah mezi sportovcem a jím samotným.

Roberts (1996) ještě zdůrazňuje, že neexistují čisté typy, podobně jako u jiných typologií se charakteristiky klientů volně prolínají.

2.4 Vztah osobní trenér – klient

Vztah osobní trenér-klient závisí především na důvěře klienta v trenéra. Bez důvěry jsou jakékoli rady a znalosti trenéra zbytečné. Cílem není stanovit obecná pravidla chování. To je nemožné. Každý trenér musí přizpůsobit tréninkový plán každému klientovi zvlášť.

2.4.1 Práce s klientem

Od první chvíle setkání s klientem usiluje trenér o navázání **vztahu**. V tomto případě má prvořadý význam. Vztah je založen na **spolupráci rovnocenných** a klient je zde **respektován**. Každý trenér může, podle typu klienta, jeho motivace, přání a cílů, volit různou míru **direktivity** v komunikaci a zacházení s klientem.

Jde především o to, kolik odpovědnosti přebírá trenér a kolik prostoru pro rozhodování ponechává klientovi. Velká míra direktivity předpokládá a následně vyžaduje pasivitu klienta. Důsledkem je navození mocenského nerovnoměrného vztahu, který se projevuje především zvýšenou direktivitou osobního trenéra. Někteří klienti direktivu a rady přímo vyžadují, odmítají odpovědnost. Obecně je takový přístup považován za méně efektivní, nicméně možný, je-li to přání klienta. Na druhé straně je přístup nedirektivní, který se všeobecně považuje za účinnější, neboť poskytuje klientovi více prostoru pro sebereflexi a sebepoznání a umožňuje mu přebírat více odpovědnosti za jeho volbu (Lazarová, 2008). Klient ve fitcentru si tedy např. lépe uvědomuje důvody výběru trenérových cviků, více přemýšlí. Vše, co je navozeno nedirektivně, spoluprací, je pokládáno za trvalejší a hlubší.

Dobrý profesionál obvykle vycítí, jakou míru direktivity zvolit, tak, aby byla spolupráce efektivní. Vyplácí se začít nedirektivním přístupem, který navozuje u klienta pocit bezpečí a umožňuje mu aktivně se podílet na plnění předem daných cílů.

2.4.2 Aspekty dobrého vztahu osobního trenéra a klienta ve fitness

Některé aspekty dobrého vztahu mezi klientem a jeho trenérem jsme zmínili v souvislosti s trenérovými rysy a dá se předpokládat, že se budou s následujícími charakteristikami prolínat. V této kapitole budeme diskutovat parametry profesionálního chování a atmosféry jednotlivých tréninků. Není záměrem definovat specifická nebo konkrétní pravidla. Roberts (2003) poukazuje na některá nejdůležitější.

Profesionalismus

Cesta k upevnění důvěry. První kontakt bývá prostřednictvím telefonu, emailu, osobně nebo, v České republice zatím výjimečně, přes lékaře či fyzioterapeuta. Klientův první dojem vymezí charakter vztahu. Trenér se musí představit jako profesionál z různých oblastí. Chování, vědomosti, vystupování, jazyk, umění naslouchat. Otázka oblékání je také velice důležitá. Trenér by měl mít čisté, pečlivě udržované, neroztrhané oblečení vhodné ke klientovi a pozadí posilovny.

Jasnost

I když je důležité pamatovat na klientovy potřeby a zájmy, na druhé straně je na trenérovi stanovit a dodržovat hranice vztahu. To je nazýváno jasností, transparentí (*clarity*). Během prvního setkání je důležité si ujasnit metody, způsob platby, způsob rušení tréninku. Klient i trenér by měli diskutovat od první chvíle i o takových věcech jako je nespokojenost nebo nepohodlí z jedné nebo obou stran. Trenér musí být aktivní posluchač bez soudcovství, vychovatel bez misionářství, poskytovatel služeb bez posluhovače. Jasnost je základem důvěry, dobrého vztahu a následně i vytvoření vhodného programu.

Důvěrnost

Klient musí mít důvěru, že se všemi zdravotními, psychologickými i osobními informacemi bude zacházeno profesionálně. To znamená, že si je trenér

nechá pro svou vlastní potřebu a zachovává mlčenlivost o svých klientech. Stejně tak informace, které sdílí klient se svým trenérem, by měly zůstat důvěrné. Na druhou stranu může někdy zkušenost s jedním klientem poskytnout velké poučení pro jiného. Je třeba ale udržet klientovu anonymitu. Trenér by se tedy měl vyvarovat zmiňování jmen a jiných osobních dat.

Útočiště

Slušné chování, jasnost a důvěrnost vytváří pro osobní tréninky dobré útočiště pro klienta. Útočištěm je myšleno místo, kde se mohou klienti cítit sami sebou, nehodnoceni, svobodně, bez zábran. Mohou kultivovaně vyjadřovat své emoce, svou osobnost. Součástí vztahu je totiž podle C. R. Rogerse (in Prochaska, Norcross, 1999) i akceptace klienta. Občas se však trenér může setkat i s klientem méně zdvořilým, agresivním či arogantním. V takovém případě musí zvážit své možnosti a může upozornit klienta, že takové chování nebude tolerováno. Jde o vyjasnění pravidel spolupráce. Je lepší ztratit klienta hned na začátku, než riskovat vlastní pasivně-agresivní chování.

Otevřený k experimentování

Dalším aspektem dobrého vztahu je ochota experimentovat a zkoušet nové zdravotní a cvičební zvyky. Trenér by však měl vždy zvažovat klientovy zájmy a neměl by „tlačit“ klienta do něčeho nového, pokud on sám nechce. Důležité je vytvoření příjemné atmosféry.

Přátelství

Trenérsko-klientský vztah se často stává velice důvěrným. Frekvence a soukromí tréninků povzbuzuje klienta chovat se k trenérovi kamarádsky a brát ho jako důvěrného přítele (Varner, 2007). Pro klienty, kteří chodí dvakrát až třikrát týdně, je hodinou tréninku stráveného s trenérem víc než s kýmkoliv jiným. Cítí se alespoň párkrát týdně středem pozornosti. Ve skutečnosti to je pro některé klienty čas, kdy nemusí přemýšlet a nechávají ostatní (v tomto případě trenéra), aby mysleli za ně. I zde sehrává roli míra direktivity, kterou klient od trenéra vyžaduje. Zdá se, že jsou nejvýkonnější právě tehdy, když se vzdají role studenta,

zaměstnanec nebo sportovce. Přátelství, která vznikají ve fitness, někdy překročí hranice tělocvičny a trenér s klientem se potkávají v restauracích, kině apod. Pro udržení profesionálního odstupu je takové chování rizikové. Ať už jsou klient s trenérem stejného nebo opačného pohlaví, svobodní nebo ženatí, tento aspekt může někdy narušit vztah mezi nimi.

Velkorysost

Velkorysost je posledním komponentem trenérsko-klientského vztahu. Velkorysost počítá s přirozenou shovívavostí, kterou trenér může nabídnout klientovi. Např., pokud je trenér závislý na klientovi z hlediska finančního, měl by být o to více shovívavý, co se týče klientových řešených požadavků. Měl by se přizpůsobovat klientovi, jeho dennímu režimu a změnám, které mohou nastat. Dalším příkladem shovívavosti, je systém zvyšování poplatků za trenéra. Někteří trenéři dělají např. rozdíl mezi klienty, které trénují dlouhodobě a těmi, které mají jen jednorázově.

Za pozornost stojí bezesporu také již zmíněná klasická definice vztahu podle humanistického psychologa C. R. Rogerse (in Prochaska, Norcross, 1999). Vztah s klientem je vyjádřen **empatií, akceptací (klienta) a kongruencí** (opravdovostí) pracovníka. Osobní trenérství má mnohé společné rysy s pomáhajícími profesemi, práce s klientem by tedy měla splňovat požadavky **efektivity, etiky a estetiky**, tj. měla by být pro klienta příjemná (srov. Kopřiva, 2006; Lazarová, 2008).

3. OSOBNÍ TRENÉR VE FITNESS Z POHLEDU KLIENTŮ

Lidé touží po dokonalé postavě a navštěvují dnes fitness centra v mnohem větším měřítku než v minulosti. Do těchto sportovních zařízení chodí řada rekreačních sportovců, kteří berou cvičení jako životní styl. Stále častějším jevem je najímání si osobních trenérů. Takový člověk-cvičenec je pak nazýván **klientem**.

Osobní trenér trénuje „klienty“ ve **fitcentru** na individuální úrovni s důrazem na správné provádění jednotlivých cvičení a se snahou dosáhnout klientových předem stanovených cílů. Potencionální klient tedy přijde do fitcentra a žádá o radu osobního trenéra a zároveň má nějakou svoji představu spolupráce, nějaká očekávání, co se týče jejich vztahu.

V následující empirické části shrnujeme výzkumná data týkající se práce osobních trenérů z pohledu jejich klientů.

3.1 Metodologie

Cílem empirické části bylo poznat zkušenosti klientů s osobními trenéry ve fitness a jejich očekávání. Na základě teoretických poznatků (viz teoretická část práce), vlastní zkušenosti a studia literatury jsme vytypovali několik oblastí, které se spoluprací klientů s osobními trenéry souvisejí. Pro konkretizaci cíle jsme stanovili následující *výzkumné otázky*:

- Jaké jsou důvody využívání osobních trenérů ze strany klientů?
- Jak skutečně probíhá začátek spolupráce mezi osobním trenérem a klientem?
- Jaká je zkušenost klientů s prací osobních trenérů?
- Jaká jsou očekávání klientů, pokud jde o spolupráci s osobními trenéry?

Předpokládáme, že získané poznatky se mohou stát inspirací pro osobní trenéry při jejich práci s klienty (praktický cíl práce). Na základě výsledků šetření si mohou uvědomit, co klienti opravdu očekávají a čeho by se jako trenéři měli vyvarovat.

Pro naplnění stanoveného cíle jsme zvolili kvalitativní výzkumné postupy, konkrétně *dotazník vlastní konstrukce* (viz Příloha této práce). Dotazníky byly distribuovány do šesti vybraných fitness center (v Brně – Bobbycentrum, Ladies Gym Studio, Blue Gym, Sport studio B5; v Praze – Fitness centrum BBC; v Českých Budějovicích – Factory Pro). Výzkum byl prováděn po dobu tří měsíců (prosinec 2008 – únor 2009) a počítal se zachováním anonymity respondentů. Pověření pracovníci fitness center předávali klientům dotazník a obálku. Klienti pak vsunuli vyplněný dotazník do obálky, zalepili ji a vrátili pracovníkovi, případně vložili do připravené krabice. Další variantou bylo přímé oslovování klientů ve fitcentru výzkumníkem. Následný postup byl stejný.

Data od celkem 65 takto získaných respondentů jsme vyhodnotili počítačovým programem *Statistica*.

3.2 Data a jejich interpretace

Charakteristika skupiny respondentů

Z 65 respondentů bylo 38 žen a 27 mužů. Vyplývá z toho tedy, že nepatrně více žen (58%) vyhledává služeb osobního trenéra. Tento poměr jistě zaslouží pozornost, předpokládáme-li, že většinově navštěvují fitness centra muži. Vyšší zájem žen o osobní trenéry může být interpretován různými způsoby a jistě by zasloužil zaměřenější výzkumnou pozornost.

Pohlaví				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
muž	27	27	41,53846	41,5385
žena	38	65	58,46154	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Většina respondentů¹ byla ve věku **od 20 do 30 let**. Nejstarším klientem byl muž ve věku 52 let, nejmladším pak žena ve věku 17 let.

Věk				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
méně než 20	4	4	6,15385	6,1538
20 - 30	34	38	52,30769	58,4615
31 - 40	21	59	32,30769	90,7692
41 a více	6	65	9,23077	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Nevýrazná většina (63%) využívá služeb osobního trenéra v průměru **1 – 3 roky**. Velká část pak méně než rok. Pouze jeden respondent využívá těchto služeb více jak 10 let, konkrétně 20 let.

¹ Pro jednoduchost budeme v celém textu používat pojmu respondent, i když většina z nich byla ženského pohlaví.

Jak dlouho využíváte služeb osobního trenéra?				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
méně než 1 rok	19	19	29,23077	29,2308
1 – 3	41	60	63,07692	92,3077
4 – 7	4	64	6,15385	98,4615
10 let a více	1	65	1,53846	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Dále nás zajímalo, jakého pohlaví je trenér. Jen mírně nadpoloviční většina (55%) uvedla, že jejich **osobním trenérem je muž**.

Pohlaví trenéra				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
muž	36	36	55,38462	55,3846
žena	29	65	44,61538	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Většina klientů, našich respondentů, **nepatří mezi aktivní sportovce**. Pouze zhruba třetina navštěvuje fitcentrum (a využívá služeb osobního trenéra) jako doplňkový sport k jinému sportu, který pěstuje aktivně. Mezi nejčastěji aktivně provozované sporty dotazovaných patří: bodyfitness nebo kulturistika (4x), což je sportem provozovaným výhradně ve fitcentru, nemůžeme tedy mluvit o sportu doplňkovém. Dále cyklistika (3x), fotbal nebo malá kopaná (3x), volejbal (2x), lední hokej (2x) a dále spíše ojediněle bojové sporty, házená, jóga, lyžování, házená, spinning, sportovní střelba.

Aktivní sportovec				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
ne	45	45	69,23077	69,2308
ano	20	65	30,76923	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Typickým respondentem byla tedy žena ve věku mezi 20 a 30 lety aktivně (tj. výkonnostně) nesportující, využívající služeb osobního trenéra (muže) v průměru mezi 1 a 3 roky.

Zkušenost klientů s prací osobních trenérů

Nejvíce nás zajímalo, jaké jsou zkušenosti klientů s osobními trenéry ve fitness. K této kategorii je vztahováno několik otázek.

Důvody využívání osobního trenéra

Přirozeně jsme chtěli vědět, co vede klienty k využívání služeb osobního trenéra. Na základě prostudované literatury a vlastních zkušeností jsme vytipovali pět nejčastějších argumentů a požádali respondenty, aby označili, jak vnímají jejich důležitost. Nabídli jsme možnost označit vybraná tvrzení (viz níže v tabulce) čísly 1 až 5 podle důležitosti, kde:

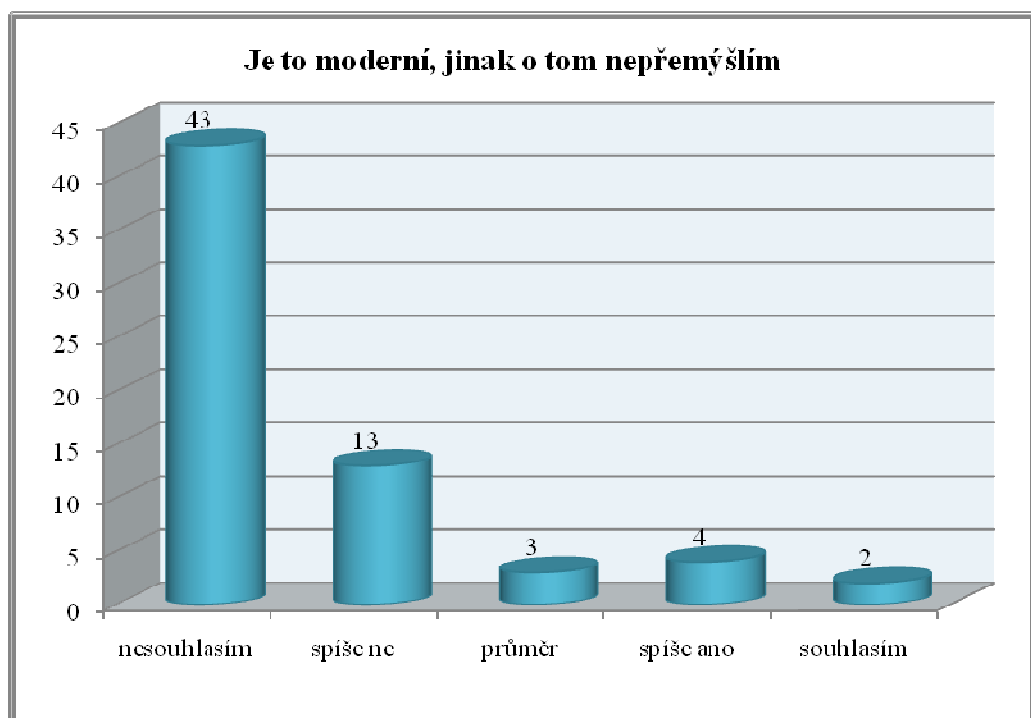
1 = nesouhlasí s tvrzením,

5= souhlasí s tvrzením.

Vypočítali jsme průměry a dosadili je do následující tabulky. Z ní je zřejmé, jakou důležitost respondenti nabízeným důvodům přisuzovali.

	Důvod využívání osobního trenéra	Průměr
I.	Ke cvičení potřebuji někoho, kdo mě přinutí, jde spíše o motivaci.	3,23
II.	Nemám odborné vědomosti a chci cvičit především efektivně (jde mi o tvarování postavy).	4,44
III.	Chci cvičit především zdravě, neublížit si, zlepšit zdraví a kondici.	4,49
IV.	Potřebuji při cvičení s někým komunikovat.	2,64
V.	Je to moderní, jinak o tom nepřemýšlím.	1,60

Je potěšitelné, že si většina uvědomuje důležitost správného provádění cviků jako předcházení zdravotním komplikacím a téměř stejnou důležitost přikládají klienti cvičení s trenérem jakožto s odborníkem. Dokládá to i ta skutečnost, že na posledním místě je uveden jako důvod využívání služeb fakt, že cvičení s trenérem je moderní. Vypočítaný průměr (1,6) znamená, že většina lidí s tímto výrokem nesouhlasí. Je pravda, že tato skutečnost by neměla být hlavním motivačním činitelem výběru osobního trenéra.



Zde se nabízí členění z hlediska pohlaví. Výsledky vyšly jen s malými rozdíly, přesto si ženy více uvědomují potřebu odborného vedení. Muži naopak ve větší míře uvádějí potřebu komunikace.

Respondenti měli ještě jednu možnost a to doplnit důvod dle vlastního názoru. Odpověděl pouze jeden, uvedl, že dalším důvodem by mohla být *pomoc při úpravě stravy*.

Způsob výběru osobního trenéra

Nevýznamná většina klientů si vybrala svého trenéra na základě předchozího doporučení od kamaráda nebo kolegy (57%). Necelá čtvrtina si jej vybrala na základě vlastní zkušenosti, tou je míněno pozorování při práci s jinými klienty ve fitness. Zbytku klientů byl osobní trenér doporučen ve fitcentru, které navštěvují.

Jakým způsobem jste si vybral/a osobního trenéra?				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
doporučení	37	37	56,92308	56,9231
náhodně	12	49	18,46154	75,3846
zkušenost	16	65	24,61538	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Trenér by si měl uvědomit, že je neustále sledován a hodnocen (Brooks, 2003). Tímto ještě jednou chceme upozornit na čtvrtinu klientů, která si vybrala svého trenéra na základě pozorování. Je důležité, jak se trenér chová při práci, nevědomky může lákat nebo „odhánět“ další potenciální klienty.

Ověření odbornosti

K tomu, aby se trenér mohl nazývat profesionálem, by měl mít určité vzdělání. Kdo jej nemá, nemůže mít ucelené a odborné informace o problematice související s oblastí fitness.

Od našich respondentů jsme chtěli vědět, jakým způsobem si ověřovali odbornost svého trenéra. Na výběr měli 6 možností a mohli zatrhnout i více než jednu. U každé si uvedeme počet kladných odpovědí:

	Jak jste si ověřil/a odbornost trenéra?	Kladné odpovědi
I.	Sám se představil a popsal své vzdělání a zkušenosti.	34
II.	Prokázal se osvědčením (např. diplom visí na stěně,...).	14
III.	Sám/a jsem si ověřil/a odbornost trenéra a jak?	9
IV.	Nijak, plně mu důvěřuji.	15
V.	Nijak, vůbec mě to nenapadlo.	5

Z výsledku vyplývá, že někteří respondenti zatrhli více než jednu odpověď (celkový počet kladných odpovědí je 77). Z odpovědí je dále zřejmé, že ve většině případů se klientovi trenér **sám představil a popsal své vzdělání a zkušenosti**. Zdá se, že pokud nemá trenér své vlastní fitcentrum (kde by se dala předpokládat osvědčení visící na stěně), je tahle varianta relevantní. V zahraničí existuje praxe **trenérských „portfolií“** (soubor dokumentů, vysvědčení, doporučení, referencí, osvědčení o praxi apod.), kterým se trenér prezentuje; u nás je tato praxe zatím výzvou.

Na pomyslném druhém místě se umístil výrok „**nijak jsem si neověřoval odbornost trenéra, plně mu důvěřuji**“. Klient by měl vždy vědět, komu se svěruje, proto by měl informacím o trenérovi věnovat více pozornosti.

Pokud některý z respondentů uvedl, že si sám ověřil odbornost trenéra, zajímalo nás, jakým způsobem. Jeden si svého trenéra prozkoušel na první hodině (konkrétní způsob neuvedl), jiný věděl o jeho odbornosti od jiných klientů, jiný

zase sázel na předchozí zkušenost kolegů. Mezi odpověďmi bylo i srovnání s jiným (atletickým) trenérem a jeden klient se odkazoval na své vlastní výsledky. Pouze 5 klientů vůbec nenapadlo odbornost trenéra ověřovat. Je třeba opakovaně zdůraznit, že je povinností dobrého trenéra představit se svým klientům a seznámit je se svou kvalifikací, zkušenostmi, příp. specializací a způsobem práce.

Vstupní pohovor

Na začátku spolupráce je nejdůležitější, aby trenér věděl o případných zdravotních komplikacích nebo různých omezeních. Ptali jsme se tedy klientů, jakým způsobem trenér toto úvodní vyšetření provádí. Naprostá většina (54x) uvedla, že trenér s nimi dělal **ústní pohovor**. Protože jsme nabídli vícečetnou odpověď, ještě 9 z těchto lidí přidalo i **písemnou anamnézu**. Samotné písemné vyšetření bylo provedeno u 8 lidí z celkového počtu. Pouze 2 zmínili jiné způsoby úvodního vyšetření. Daly by se jistě zařadit mezi ústní rozhovor, jeden jej však konkretizoval na „rozhovor na společenské akci mimo fitcentrum“ a druhý uvedl, že proběhl až v průběhu tréninku místo na začátku.

Jak se trenér na začátku Vaší spolupráce zajímal o Vaši osobu?				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
nijak	1	1	1,53846	1,5385
písemně	8	9	12,30769	13,8462
ústně	54	63	83,07692	96,9231
jinak	2	65	3,07692	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Výsledky výzkumu potvrzují poznatky z odborné literatury (např. Kelly a kol., 2006), trenéři nezapomínají na anamnestický vstupní rozhovor s klientem. Trenér se může doptat na cokoliv, co by mu z případného dotazníku či vstupního formuláře nebylo jasné.

Čeho si klienti cení na osobním trenérovi

Respondenty jsme požádali, aby určili, jak moc jsou pro ně důležité vybrané faktory, resp. co konkrétně na svém osobním trenérovi oceňují. Nabídli jsme opět možnost označit souhlas či nesouhlas s tvrzeními čísly od 1 do 5, kde:

1 = nesouhlasí s tvrzením,

5 = souhlasí s tvrzením.

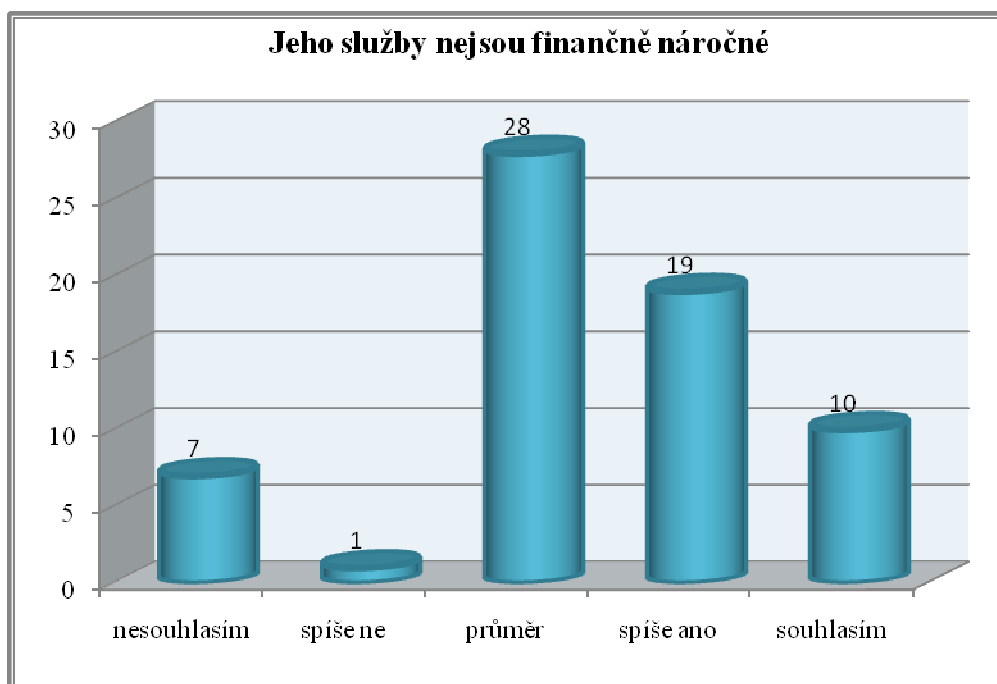
V následující tabulce jsou zapsána průměrná označení tak, jak je uvedli respondenti (nabídli jsme 6 tvrzení a sedmé mohli respondenti sami doplnit):

	Na svém trenérovi oceňuji především:	Průměr
I.	Jeho vzhled – je příkladem správně tvarované postavy a životního stylu.	3,98
II.	Dokáže si vytvořit dobrý vztah s klientem.	4,58
III.	Jeho vědomosti a znalosti v oboru fitness jsou na výši.	4,69
IV.	Je svědomitý a spolehlivý.	4,55
V.	Má komplexní zájem o mou osobu, život či zdravotní stav.	4,40
VI.	Jeho služby nejsou finančně náročné.	3,36

Ve všech případech respondenti spíše souhlasili s uvedenými výroky, tj. všechny vybrané aspekty jsou pro ně důležité. Nejvíce **oceňují trenérovy vědomosti a znalosti v oboru fitness**. Další oceňovanou kompetencí trenéra je ta, že dokáže vytvořit **dobrý vztah se svým klientem**, ve stejné míře je oceňována také **svědomitost a spolehlivost**. Klienti se potřebují cítit „opečovávaní“, být středem zájmu, a tak není překvapením, že se na čtvrté místo zařadil právě trenérův zájem o klientovu osobnost, život a jeho zdravotní stav.



Respondenti dále uvedli, že na vzhledu trenéra záleží mnohem méně než na ostatních faktorech. Opět to potvrzuje, že vědomosti jsou mnohem důležitější než to, jak trenér vypadá. Finanční otázky, zdá se, kladou klienti až na poslední místo.



Sedmou možností mohli respondenti doplnit sami. Mezi nejčastěji uváděné patřil přátelský přístup (5x), svědomitost, podpora a dále trenérova silná osobnost.

Vyjádření nespokojenosti

Za zkušenost je bezpochyby považována i ta negativní. Zajímali jsme se u respondentů, zda někdy museli změnit trenéra z důvodu nespokojenosti. V případě kladné odpovědi následovala ještě otázka, co je k tomu vedlo. Výzkum jednoznačně ukázal, že 90,8 % respondentů špatnou zkušenost nemá. Pouze 6 z celkového počtu uvedlo, že trenéra z důvodu nespokojenosti změnit muselo.

Změnil/a jste někdy trenéra z důvodu nespokojenosti?				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
ne	59	59	90,76923	90,7692
ano	6	65	9,23077	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Jako příčinu někteří z nich uvedli trenérovu snahu uspěchat cvičení a nedůslednost při jejich provádění (2x). Jiným, spíše pozitivně formulovaným důvodem, byl požadavek nové zkušenosti, změny.

Dále jsme se také ptali, jak dalece dokážou klienti vyjádřit nespokojenost s čímkoliv, co se týče tréninku nebo samotného osobního trenéra. Nabídli jsme respondentům škálu od 1 do 5 a požádali je o vlastní názor. Stupnice byla formulována následovně:

1 = je mi to hloupé,

5 = klidně mu to řeknu.

Vypočítali jsme průměr a výsledkem je hodnota 4,20 – klienti tedy většinou uvádějí, že dokážou vyjádřit nespokojenost, což svědčí o jisté míře **asertivity klientů**. Na výsledek by se dalo pohlížet i z jiného úhlu, z finančního – klient vyžaduje za své peníze kvalitní služby.

I mezi trenérem a klientem může vzniknout za určitých podmínek konflikt. Zajímali jsme se tedy i o důvody nedorozumění mezi trenéry a klienty. Pouze 3 dotazovaní uvedli nějakou příčinu konfliktu. Ve dvou případech to byla nedochvilnost a další uvedl rozpor v názorech na stravování.

Očekávání klientů

Co očekávají klienti od svých trenérů

Předchozími otázkami jsme se zaměřili na realitu, tedy na zkušenost, a na druhé straně nás také zajímalo, co klienti od svých trenérů očekávají, co si přejí.

Opět jsme vytvořili seznam různých faktorů, které jsme formulovali na základě vlastních zkušeností a informací z literatury. Nabídli jsme deset tvrzení a jedenáctou možnost jsme nechali přímo na uvážení respondentů, zda chtějí něco doplnit. Požádali jsme respondenty, aby označili nabídnuté faktory čísly 1 až 5 podle následujícího:

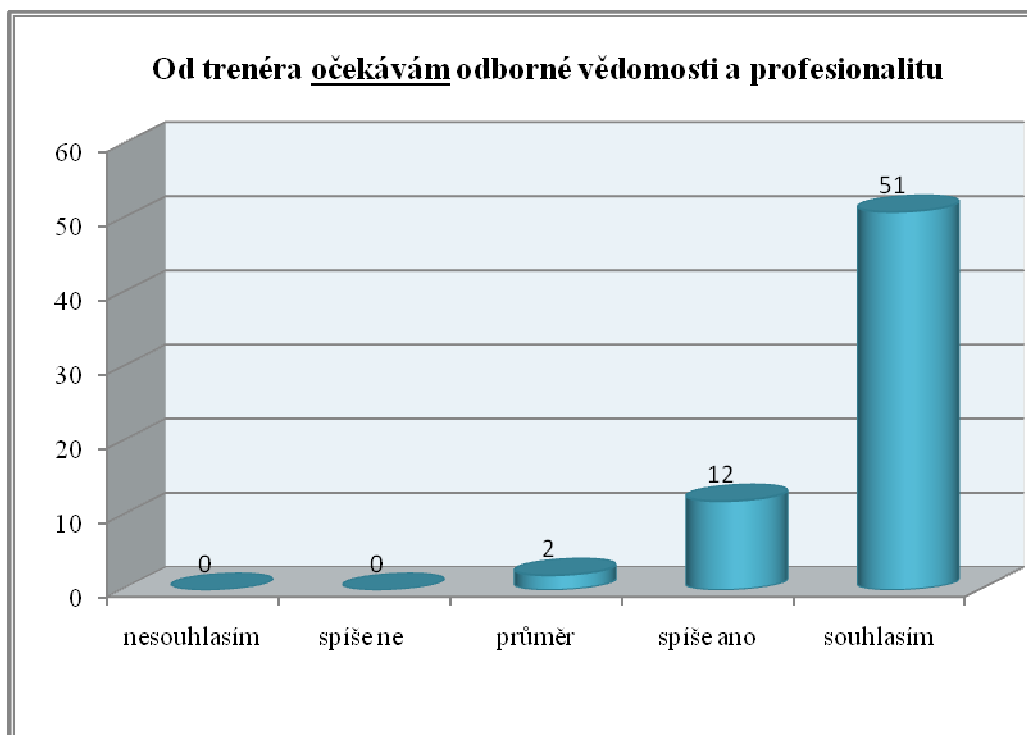
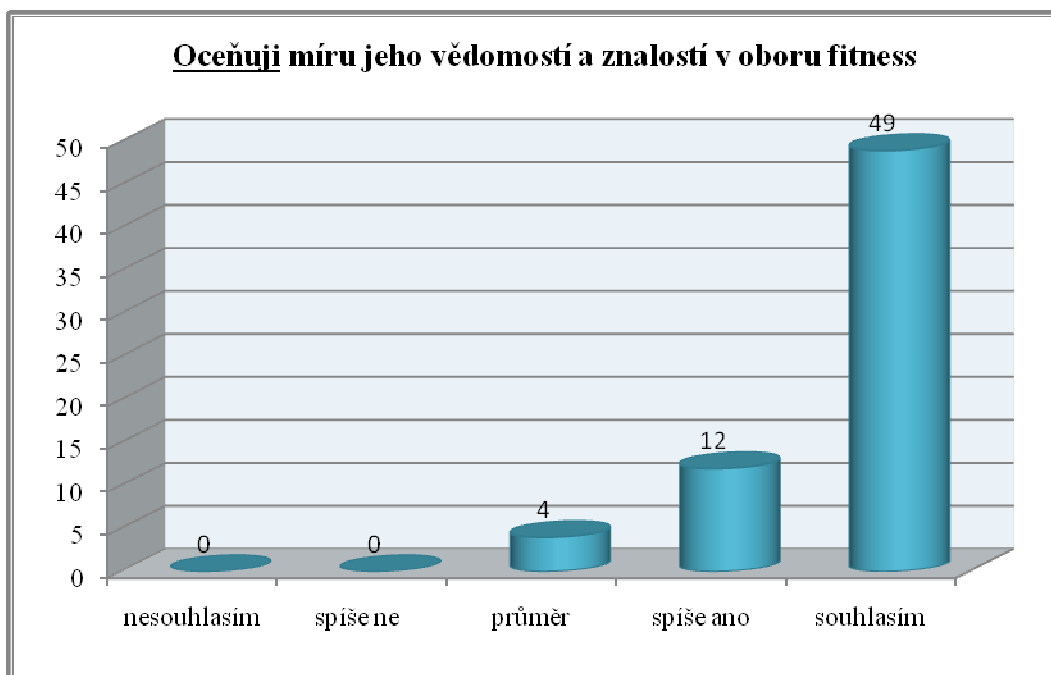
1 = nesouhlasím s tvrzením,

5 = souhlasím s tvrzením.

Na základě těchto výsledků jsme vypočítali průměry a uvedli je v následující tabulce.

	Od trenéra očekávám především:	Průměr
I.	Přísnost, nekompromisnost, silné vedení, když se mi nechce.	3,86
II.	Aby byl příkladem "zdraví a životního stylu".	3,82
III.	Odborné vědomosti a profesionalitu.	4,75
IV.	Jsem raději, když je trenér/ka stejného pohlaví jako já.	2,68
V.	Podporu, ocenění, povzbuzení.	4,35
VI.	Kamarádský přístup, bližší vztah.	3,95
VII.	Slušnost, úctu, dobré naslouchání a respekt k mým potřebám.	4,40
VIII.	Aby se po celou dobu cvičení věnoval pouze mé osobě.	4,14
IX.	Dobrou komunikaci, rady a diskuse o správném životním stylu.	4,45
X.	Zábavu, pestrost cvičení.	4,03

Z uvedených výsledků vyplývá, že klienti nejvíce očekávají od trenérů, že budou rozumět oblasti fitness a **budou mít odborné vědomosti** v této oblasti. Je to srovnatelné s výsledky u podobné otázky dotazující se na vlastní zkušenost (viz následující grafy).



Respondenti chtějí diskutovat se svým trenérem o správném životním stylu a očekávají od něj slušnost, úctu, dobré naslouchání a respekt k potřebám, které mají. Opět se tu tedy promítá klientova potřeba být středem pozornosti, což mu trenér během jednotlivých setkání umožňuje. Souvisí s tím i další očekávání respondentů, a to, že se trenér bude celou dobu tréninku věnovat pouze jim a že je podpoří a ocení ve chvíli, kdy to nejvíce potřebují.

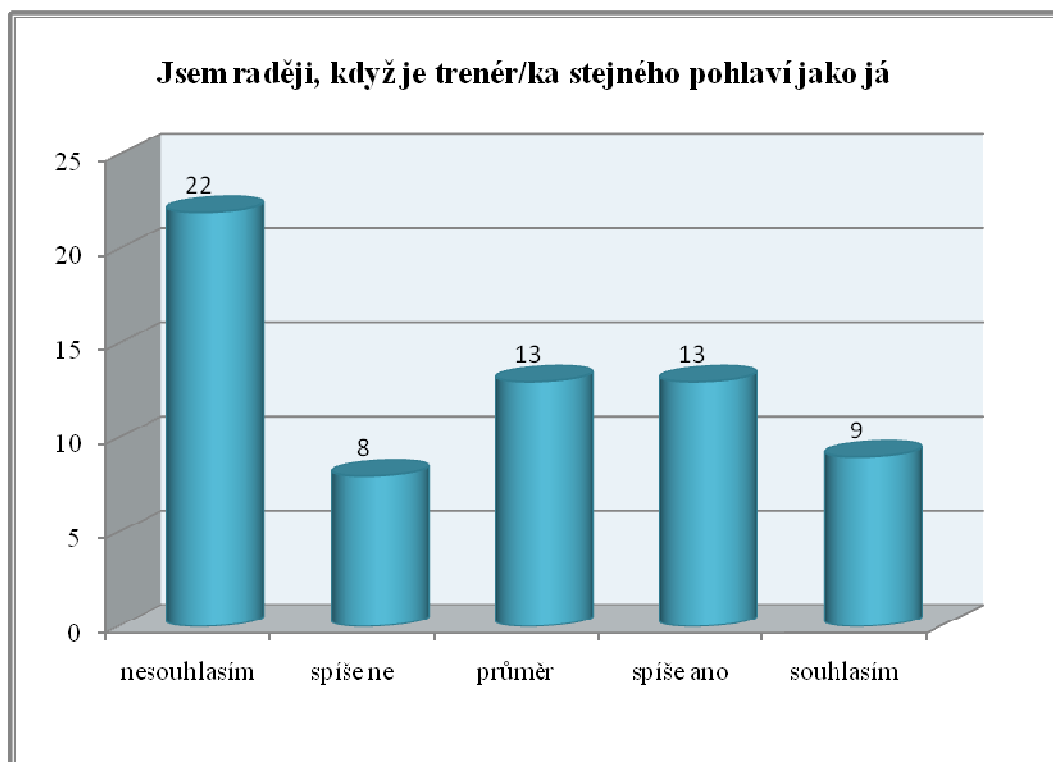
Pozitivní odpovědi jsme zaznamenali zejména u očekávání pestrosti tréninku.

Od trenéra očekávám zábavnost a pestrost cvičení				
	Četnost	Kum.četnost	Rel.četnost	Kum.rel.četnost
spíše ne	5	5	7,69231	7,6923
průměr	17	22	26,15385	33,8462
spíše ano	14	36	21,53846	55,3846
souhlasím	29	65	44,61538	100,0000
ChD	0	65	0,00000	100,0000

Celých 44 % všech respondentů absolutně souhlasí s tím, aby cvičení bylo **zábavné a pestré**. Můžeme se odkázat na Kenworthy a Rodriguese (2006), kteří zdůrazňují, že práce osobního trenéra by měla být kreativní. V jednotlivých trénincích by měl trenér předejít jisté fádnosti.

Jak jsme již uvedli, většina klientů očekává spíše podporu a ocenění, o něco hůře vyšly průměrné hodnoty týkající se přísnosti, nekompromisnosti a silného vedení ze strany trenéra (průměr 3,86). Jinými slovy, klient by byl rád, kdyby byl na něj trenér alespoň občas nekompromisní a přísný.

Přirozeně nás také zajímalo **genderové hledisko**. Ptali jsme se respondentů, jestli jim záleží na tom, zda je jejich trenér stejného či opačného pohlaví jako on (ona).



Výsledky jsou velmi odlišné, přesto převažovala odpověď, že na tomto aspektu nezáleží (22 respondentů). Tento výsledek lze porovnat s jinými výsledky. Je zřejmé, že více záleží na tom, jaké má trenér vědomosti, než na tom, jakého je pohlaví (znalosti - průměr 4,75; preference pohlaví - průměr 2,68).

K tomuto tématu nás také zajímalo, zda ženy spíše upřednostňují trenérky a muži trenéry. I když v obou případech vyšly mírně podprůměrné výsledky, ženám na preferenci stejného pohlaví záleží více (2,89) než mužům (2,37).

Co by klientům na trenérovi nejvíce vadilo

Do oblasti očekávání můžeme zařadit i negativní stránku věci. Zajímali jsme se, co by respondentům nejvíce na jejich trenérovi vadilo. Opět jsme vytvořili seznam faktorů, které jsme považovali za stěžejní. Nabídli jsme 6 faktorů a sedmý mohli respondenti sami doplnit. Požádali jsme je, aby seřadili všechny faktory podle jejich důležitosti od 1 do 6, kde.

1 = nejvíce by mi vadilo,

6 = neméně by mi vadilo.

Vypočítali jsme průměry a vytvořili pořadí, kde:

1. nejvíce by mi vadilo,
6. nejméně by mi vadilo.

Z tabulky je zřejmé, jakou důležitost respondenti nabízeným faktorům přisuzovali.

	U trenérů by mi nejvíce vadil/o:	Průměr	Pořadí
I.	Častý fyzický kontakt při cvičení.	3,78	4.
II.	Přílišná přísnost, kritika až agresivita.	3,34	3.
III.	Nedochvilnost a nespolehlivost.	2,48	2.
IV.	Přílišná laskavost až podbízení.	4,08	5.
V.	Přílišný zájem o mé soukromí.	4,20	6.
VI.	Nedodržování hygieny.	2,29	1.

Respondenti považují za **nejvíce nepřijatelné nedodržování hygieny**.

Všechny ostatní faktory se přímo týkají spolupráce s trenérem a z nich nejméně tolerovaným je nedochvilnost a nespolehlivost. Trenér by měl být vždy v předem domluvený čas na předem domluveném místě, nejlépe bez jakéhokoliv zpoždění. A pokud něco slíbí, měl by si dát záležet na tom, aby to splnil.

Trenér by měl na začátku spolupráce upozornit svého klienta na občasný fyzický kontakt. Ten je důležitý k tomu, aby trenér dostatečně posoudil správné provádění jednotlivých cviků. Téměř středové hodnoty vypočítaného průměru svědčí o tom, že na tento aspekt není brán až takový zřetel.

Respondenti považují **přílišný zájem o soukromí** za nejmenší překážku spolupráce. Můžeme opět připomenout klientovu potřebu být středem pozornosti. Dalo se tedy předvídat, že tento aspekt bude nejméně vadit, přitom zde získává na důležitosti již zmíněný požadavek mlčenlivosti trenéra.

Sedmý aspekt nespokojenosti mohli sami respondenti doplnit. Stalo se tak ve dvou případech. Jeden z nich považoval za nepřijatelné flirtování a druhý ignoranci a nezájem.

Poslední otázka výzkumu vybízela respondenty k doplnění nápadů k tématu *osobní trenér z pohledu klientů ve fitness*. Volně uváděli např.:

- „*Je to důležité.*“ (2x)
- „*Je to moc dobrá věc, pokud si oba rozumí. Má trenérka je profesionální.*“
- „*Je to nutné, bez počátečního vedení bych nebyla schopna správně cvičit.*“
- „*Určitě doporučuji konzultaci o správné technice při cvičení. Je to strašně důležité!*“
- „*Měl by si zachovat svou profesionalitu.*“
- „*Větší zájem trenérů o dodržování stravy.*“
- „*Doporučuji mít osobního trenéra.*“ (13x)

Z pohledu respondentů je tedy patrné, že preferují cvičení s osobním trenérem a doporučují ho i ostatním sportovcům ve fitness.

3.3 Shrnutí

Výsledky našeho šetření týkajícího se osobního trenéra ve fitness z pohledu klientů je možné uspořádat do následujícího shrnutí empirické části, ve kterém odpovídáme na zadané výzkumné otázky. Typickým respondentem byla tedy žena ve věku mezi 20 a 30 lety aktivně (tj. výkonnostně) nesportující, využívající služeb osobního trenéra (muže) v průměru mezi 1 a 3 roky.

- Jaké jsou důvody využívání osobních trenérů ze strany klientů?

Hlavním důvodem využívání osobních trenérů je nepochybně zdravotní hledisko. Lidé navštěvující fitness si jsou vědomi toho, že bez odborných vědomostí by si mohli ublížit a cvičení by nemuselo vést k takovým výsledkům, jaké si předsevzali. Ostatní faktory jsou klienty považovány za méně důležité.

- Jak skutečně probíhá začátek spolupráce mezi osobním trenérem a klientem?

Klienti si nejčastěji vybírají svého osobního trenéra na základě doporučení od kamarádů nebo kolegů. To je pro trenéra dost podstatná informace. S novým klientem nenastává problém navázat na začátku spolupráce konverzaci. Za zmínku stojí i výběr trenéra na základě pozorování. Je tedy důležité, jak trenér působí na své okolí.

Klient by měl vědět, s kým bude spolupracovat. Trenérovým prvotním úkolem je představit se. Většina respondentů potvrzuje, že k prezentaci a úvodnímu rozhovoru došlo, někteří trenéři se dokonce prokázali certifikátem. Následovat by měl požadavek přímo na klienta, co se týče informací o jeho zdravotním stavu, předchozí sportovní aktivitě aj. Respondenti uvedli, že naprostá většina byla vyslechnuta právě ústně. Není výjimkou ani písemná anamnéza.

- Jaká je zkušenost klientů s prací osobních trenérů?

Informace psané v literatuře se někdy mohou diametrálně lišit od skutečnosti. Respondenti na základě vlastního posouzení uvedli, že jejich trenéři mají dostatečnou úroveň odborných znalostí. Otázkou zůstává, do jaké míry tento aspekt dotazovaní klienti dokázali posoudit. Nicméně většinově pokládají své trenéry za skutečné odborníky. Z vlastní zkušenosti mnozí souhlasí také s názorem, že trenér má s klientem přátelský vztah. Většina respondentů také považuje spolehlivost a svědomitost za jednu z hlavních ctností trenéra. Stejně aspekty jsou na druhou stranu jedním z hlavních důvodů nespokojenosti.

- Jaká jsou očekávání klientů, pokud jde o spolupráci s osobními trenéry?

Klient, který jde poprvé do fitness a má v plánu najmout si osobního trenéra, má i jisté představy týkající se následné spolupráce. Na první místo staví odborné vědomosti a profesionalitu. Důležité je, aby se klient cítil s trenérem po celou dobu tréninkové jednotky dobře. Není tedy divu, že očekává podporu, ocenění, povzbuzení, úctu a kamarádský přístup. Klientům většinově nevádí ani fyzický kontakt a zájem o vlastní osobu.

Nejméně tolerovanou vlastností trenéra je nedochvilnost a nespolehlivost. Někteří respondenti uvedli dokonce tento faktor jako hlavní důvod nespokojenosti spolupráce se svým trenérem. Důležitou roli hraje i hygiena, méně důležitý je vzhled trenéra.

Je zajímavé, že jsou respondenti nejednotní, co se týče preference pohlaví u osobního trenéra. Většině klientů je jedno, zda je jejich trenérem muž nebo žena. Záleží jim především na vzdělání, odborné způsobilosti a pozitivním přístupu k nim.

Většina respondentů si uvědomuje důležitost osobního trenéra jako člověka, který jim má pomoci dosáhnout nějakých předem stanovených cílů. Příznivé také je, že naprostá většina dotazovaných (pokud uvedla nějakou doplňující informaci) by doporučila ostatním návštěvníkům fitness najmout si osobního trenéra.

Závěr

Osobní trenér ve fitness je dnes už běžným pojmem, pod kterým si většina lidí představí člověka, který ve fitness centru pomáhá sportovci a vede ho ke správnému cvičení. Podobně jako u jiných typů trenérů zastává osobní trenér ve fitness řadu rolí a vykonává řadu činností. Specifikem jeho práce je mj. úzký vztah se sportovcem, který se v těsném vztahu dostává do role „klienta“. Osobní trenérství tedy může být pokládáno za pomáhající profesi svého druhu. Klient-sportovec je ten, který žádá nějakou službu, trenér nabízí své možnosti a kompetence. Zvýšené nároky a požadavky jsou v dyadickém vztahu kladeny na osobnost trenéra, na jeho schopnost vytvořit si adekvátní vztah s klientem, který je základem úspěšné práce. Základem vztahu se stává důvěra, respekt a etika. Významnou roli sehrává osobní příklad trenéra, jeho odbornost a dovednost naslouchat potřebám klienta, komunikovat s ním, vyvažovat mezi direktivním a nedirektivním přístupem.

Fitness je dnes značně rozšířeným sportem, návštěva fitness center se stává životním stylem mnoha (nejen mladých) lidí. Posilovny jsou vybaveny řadou moderních strojů, volně se prodávají výživové doplňky, média zprostředkovávají množství mnohdy protiřečících si informací (a mýtů) různé kvality. V záplavě informací a nabízejících se možnostech se zvyšuje riziko nesprávného cvičení, které může mít za následek i zdravotní obtíže. Využívání služeb osobních trenérů ve fitness je tedy uváženým krokem, rozumnou investicí.

Profese osobního trenéra ve fitness nemá v České republice dlouhou tradici, chybí odborná literatura i relevantní empirická data. Dílčím cílem této práce bylo zjistit zkušenosti a očekávání některých návštěvníků fitness, kteří využívají služeb osobních trenérů. Výsledky nejsou překvapivé, mnohé z nich by však zasloužily cílenější výzkumnou pozornost, zejména data týkající se genderových odlišností, pokud jde o motivaci k využívání osobních trenérů, volbu trenéra apod. Zdá se, že klienti oceňují a očekávají zejména vysokou odbornost, spolehlivost a zájem o vlastní osobu. Právě tato očekávání jsou důležitou výzvou pro instituce, které se vzděláváním trenérů zabývají. Součástí odbornosti nejsou jen znalosti z oboru, ale také znalosti z oblasti psychologie a specifické disciplíny

„práce s klientem“. Součástí profesionálního rozvoje by pak měl být i osobnostní rozvoj trenéra. Osobní trenérství ve fitness je relativně mladou profesí, která má bezesporu dobrou budoucnost. Je zřejmé, že právě sami vykonavatelé této profese, kteří jsou v našich podmínkách spíše „pionýry“ svého druhu, se musí postarat o to, aby ještě více posunuli svou profesi směrem k profesionalismu. Jde o dlouhou a náročnou cestu.

Seznam použité literatury

ANDERSON, G., BATES, M., COVA, S. *Foundations of professional personal training*. Champaign: Human Kinetics Publishers, 2007. ISBN 978-0-7360-6910-6.

BĚLKA, J., DVOŘÁK, M. Diference profesních kompetencí učitele TV a trenéra. In *Sport a kvalita života 2006*. Brno: MU, Fakulta sportovních studií, 2006 [CD - ROM].

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

DOBRÝ, L. *Didaktika sportovních her*. Praha: SPN, 1988.

FORT, P. *Výživa pro dokonalou kondici a zdraví*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-1057-9.

GARDNER, H. *Dimenze myšlení: teorie rozmanitých inteligencí*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-279-3.

GOLEMAN, D. *Emoční inteligence*. Praha: Columbus, 1997. ISBN 80-85928-48-5.

GOUSSARD, J. P. *Autorité, argent, conflicts et role de l'entraîneur*. 14.9.1999 – [cit. 18.3.2009]. Dostupné na WWW: <http://caratome.free.fr/Formations/CCTAPS/ConflitsEtEntraîneur.pdf>.

Katalog prací a kvalifikační předpoklady. Nařízení vlády č. 469/2002 ve znění k 1. lednu 2007.

KELLY, M. P. a kol. *Standard personal trainer manual*. 2006 - [cit. 24.3.2009]. Dostupné na WWW: <<http://www.pdf-search-engine.com/manual-personal-trainer-pdf.html>>.

- KENWORTHY, K., RODRIGUES, S. A. *The everything guide to being a personal trainer*. Cincinnati: Adams Media Corporation, 2007. ISBN 1-59869-227-5.
- KOPŘIVA, K. *Lidský vztah jako součást profese*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-181-6.
- LAZAROVÁ, B. *Netradiční role učitele*. Brno: Paido, 2008. ISBN 978-80-7315-169-0.
- LAZAROVÁ, B., JŮVA, V. K některým otázkám vzdělávání trenérů. In *Sport a kvalita života 2006*. Brno: MU, Fakulta sportovních studií, 2006 [CD - ROM].
- LAZAROVÁ, B., UHLÍŘOVÁ, V. Osobnost trenéra a profesní požadavky. In *Sborník prací Fakulty sportovních studií. Sport jako sociálně-kulturní fenomén*. Brno: MU, Fakulta sportovních studií, 2006, s. 36–48. ISBN 80-210-4136-6.
- LÉVÊQUE, M. *Psychologie du métier d'entraîneur ou l'art d'entraîner les sportifs*. Paris: Vuibert, 2005. ISBN 2-7117-7133-4.
- MARTENS, R. *Úspěšný trenér*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. ISBN 80-247-1011-0.
- OSTEN, P. *Osobní trenér III*. Praha: Grada Publishing a.s., 2005. ISBN 80-247-1133-8.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Oxford: Oxford University Press, 2005. ISBN 978-0-19-431665-1.
- PECKOVÁ, S. Na běžky a kávu do fitcentra. In *Týden*. Praha, 22. 9. 2008.
- PROCHASKA, J., NORCROSS, J. C. *Psychoterapeutické systémy: Průřez teoriemi*. Praha: Grada 1999. 80-7169-766-4.
- ROBERTS, S. O. *The business of personal training*. Champaign: Human Kinetics Publishers, 1996. ISBN 0-87322-605-4.

- RYCHETSKÝ, A. *Didaktika školní tělesné výchovy*. Praha: Karolinum, 1998. ISBN 80-7184-659-7.
- SEKOT, A. a kol. *Kapitoly ze sportu*. Brno: MU, 2004. ISBN 80-210-3531-5.
- SEKOT, A. *Sociologie v kostce*. Brno: Paido, 2002. ISBN 80-7315-021-2.
- SILVESTER, L. J. *Weight training for strenght and fitness*. Boston: Jones & Bartlett Publishers, Inc., 1992. ISBN 0867201398.
- Slovník cizích slov*. Praha: Encyklopedický dům, 1996. ISBN 80-90-1647-8-1.
- STACKEOVÁ, D. *Fitness programy – teorie a praxe*. Praha: Galén, s. r. o. 2008. ISBN 978-80-7262-541-3.
- SVOBODA, B. *Stručná pedagogika sportu*. Praha: Karolinum, 1997. ISBN 80-7184-325-3.
- SVOBODA, B., VANĚK, M. *Psychologie sportovních her*. Praha: Olympia, 1986.
- ŠAFÁŘ, M. *Studijní materiály: Psychologie sportu*. 2005 – [cit. 18. 3. 2009]. Dostupné na WWW: <<http://www.psychologie-sportu.cz>>.
- THATCHER, R. *Selling personal training: How To Make The Most Of Your Personal Training Business*. Victoria: Trafford publishing, 2005. ISBN 1-4120-7087-2.
- THORNA, G. *Encyklopedie kulturistiky*. Praha: Svět kulturistiky, 1998. ISBN 80-902589-05.
- TLAPÁK, P. *Tvarování těla pro muže a ženy*. Praha: ARSCI, 2003. ISBN 80-86078-31-0.
- ÚLEHLA, I. *Umění pomáhat*. Písek: Renaissance, 1996.
- VARNER, J. *A trainers dozen*. Livonia: Jimi Varner, 2007. ISBN 978-0-6151-5812-9.

Další elektronické zdroje:

http://articles.directorym.net/Skills_you_need_to_be_a_personal_trainer-a946562.html (18.2.2009)

<http://careersadvice.direct.gov.uk/helpwithyourcareer/jobprofiles/profiles/profile1335/> 18.2.2009

<http://www.abc-of-fitness.com/fitness-focus/history-of-fitness.asp> (11.11.2008)

<http://www.postavaprokazdeho.cz/users/kulturistika/text.asp?sysID=451>

<http://www.sportovni.net>

<http://www.sportvital.cz/cz/k2,145-fitness/c697-myty-o-cviceni-ve-fitcentru-ii-cast/> 24.3.2009

http://www.steffenliebert.de/html/geschichte_fitness.html

http://www.steffen-liebert.de/html/was_ist_fitness.html 25.11.

<http://www.wikipedia.com>

<http://www.wikipedia.cz>

<http://www.wikipedia.de>

Příloha – Dotazník pro klienty osobních trenérů

Milí sportovní přátelé,

ráda bych Vás požádala o pomoc při sběru dat pro mou diplomovou práci, v níž se zabývám tématem „Osobní trenér fitness z pohledu klientů“. Rozhodnete-li se věnovat mému tématu chvilku času, prosím Vás o vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je zcela anonymní.

1. Jste (zatrhněte)

- muž
- žena

2. Kolik je Vám let?

3. Jak dlouho využíváte služeb osobního trenéra?

4. Váš osobní trenér je (zatrhněte)

- muž
- žena

5. Provozujete aktivně, tj. závodně nějaký sport?

- ne
- ano, jaký?

6. Osobního trenéra využívám z následujících důvodů (zatrhněte na škále...):

I. ke cvičení potřebuji někoho, kdo mě přinutí, jde spíše o motivaci

nesouhlasím 1 2 3 4 5 zcela souhlasím

II. nemám odborné vědomosti a chci cvičit především efektivně (jde mi o tvarování postavy)

nesouhlasím 1 2 3 4 5 zcela souhlasím

III. chci cvičit především zdravě, neublížit si, zlepšit zdraví a kondici

nesouhlasím 1 2 3 4 5 zcela souhlasím

IV. potřebuji při cvičení s někým komunikovat

nesouhlasím 1 2 3 4 5 zcela souhlasím

V. je to moderní, jinak o tom nepřemýšlím

nesouhlasím 1 2 3 4 5 zcela souhlasím

VI. jiný důvod (doplňte).....

7. Osobního trenéra jsem si vybral/a následujícím způsobem (zatrhněte jednu z možností):

- na předchozí doporučení (od kamaráda, kolegy...)
- náhodně (byl mi „přidělen“ nebo doporučen ve fitness)
- na základě vlastní zkušenosti (vyhlédl jsem si jej sám, pozoroval jsem jej při práci ve fitness apod.)
- jiným způsobem, jakým?.....

8. Jak jste si ověřoval/a odbornost osobního trenéra? (můžete zatrhnout i více možností)

- sám se představil a popsal své vzdělání a zkušenosti
- prokázal se osvědčením (např. diplom visí na stěně....)
- sám/a jsem si ověřil odbornost trenéra jak?.....
- nijak, plně mu důvěřuji
- nijak, vůbec mě to nenapadlo

9. Jak se trenér na začátku Vaší spolupráce zajímal o Vaši osobu?

- nijak
- písemná anamnéza (informace o mém zdravotním stavu, sportovní minulost...)
- ústní pohovor
- jinak, jak?.....

10. U svého trenéra oceňuji především (zatrhněte na škálách):

I. jeho vzhled – je příkladem správně tvarované postavy a životního stylu

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

II. dokáže si vytvořit dobrý vztah s klientem

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

III. jeho vědomosti a znalosti v oboru fitness jsou na výši

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

IV. je svědomitý a spolehlivý

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

V. má komplexní zájem o mou osobu, život či zdravotní stav

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

VI. jeho služby nejsou finančně náročné

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

VII. Co jiného na svém trenérovi oceňujete především?.....

11. Od trenéra očekávám především (zatrhněte na škálách):

I. přísnost, nekompromisnost, silné vedení, když se mi nechce

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

II. aby byl příkladem „zdraví a životního stylu“

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

III. odborné vědomosti a profesionalitu

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

IV. jsem raději, když je trenér/ka stejného pohlaví jako já

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

V. podporu, ocenění, povzbuzení

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

VI. kamarádský přístup, bližší vztah

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

VII. slušnost, úctu, dobré naslouchání a respekt k mým potřebám

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

VIII. aby se po celou dobu cvičení věnoval pouze mé osobě

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

IX. dobrou komunikaci, rady a diskuse o správném životním stylu

nesouhlasím 1 2 3 4 5 *souhlasím*

X. zábavu, pestrost cvičení

nesouhlasím 1 2 3 4 5 souhlasím

XI. co jiného? (doplňte).....

12. U trenérů by mi nejvíce vadilo (udělejte pořadí, kde 1= nejvíce by mi vadilo, 6= nejméně by mi vadilo)

- častý fyzický kontakt při cvičení
- přílišná přísnost, kritika až agresivita
- nedochvilnost a nespolehlivost
- přílišná laskavost až podbízění
- přílišný zájem o mé soukromí
- nedodržování hygieny
- co jiného? (doplňte)

13. Změnil/a jste někdy trenéra z důvodu nespokojenosti? ano ne
Pokud ano, co Vás k tomu vedlo?.....

14. Jak dalece dokážete vyjádřit nespokojenost?

je mi to hloupé 1 2 3 4 5 klidně mu to řeknu

15. Pokud jste se dostal/a do konfliktu, o čem to bylo?

**16. Co jiného byste k tématu „Osobní trenér ve fitness“
dodal/a.....**

Děkuji mnohokrát za Váš čas. Pokud budete mít zájem o výsledky tohoto šetření, budou dostupné v archívu diplomových prací od května 2009 na internetových stránkách Fakulty sportovních studií MU (www.fsps.muni.cz).

Zuzana Tulisová
(z.tulisova@email.cz)

Resumé

Využívání služeb osobních trenérů ve fitness centrech se stává celosvětovým fenoménem. Nároky klientů na jejich schopnosti, vědomosti a osobnost se neustále zvyšují, středem zájmu se stává i jejich vzdělávání. Hlavním cílem diplomové práce bylo pojednat o tématu fitness z hlediska jeho vývoje i současného stavu a také o některých důležitých tématech týkajících se práce trenérů a zejména osobních trenérů. V teoretické části jsme věnovali pozornost základním pojmům, činnostem a osobnosti trenéra obecně a specifikům práce trenéra ve fitness. Zaměřili jsme se i na sportovce jako klienta a zdůraznili některé důležité aspekty týkající se klientsko-trenérského vztahu. V empirické části jsme přinesli výsledky výzkumu, který jsme prováděli dotazníkovou metodou v několika fitcentrech v České republice a jehož cílem bylo zjistit, jaké zkušenosti mají klienti s osobními trenéry, co od nich očekávají a co je motivuje ke spolupráci s nimi. Zaměřili jsme se zejména na hlavní důvody najímání osobních trenérů, zkušenost z hlediska profesionality a přístupu trenéra ke klientovi. Ze stejného hlediska jsme hodnotili i jejich očekávání. Výsledky práce také obsahují některé interpretace a doporučení přímo od respondentů.

Summary

The exploitation of the services of personal trainer in fitness centre has become a phenomenon. Claims on their skills, knowledge and personality are used to be growing, the midpoint is trainer education. The main aim of the thesis was to deal with the topic of fitness regarding its development and current state, to identify and determine activity of trainer, especially personal fitness trainer. In the theoretical part of the thesis we paid attention to basic terms such as activity and personality of the trainer generally and specific activities of personal fitness trainer. We also focused on sportsman as a client and stressed some important aspects of trainer-client relationship. In the empirical part we presented results of an investigation carried out in few fitness centres in the Czech republic, whose aim was to discover, what experience have clients with personal trainers, what do they expect from them and what motivates them to cooperate with the trainers. We concentrated on main reasons of hiring personal trainer, experience with professionalism and approach trainer to client. From the same point of view, we assessed also their expectations. In addition, the results include several individual interpretations and recommendation from the respondents.