



Vojko Vučković,
Tanja Kajtna

Psihološki motivi za ukvarjanje s fitnessom

Izvleček

Raziskovanje motivacije za telesno vadbo je pomemben vidik, ki vpliva na udeležbo v športnih centrih. Naredili smo pregled raziskovalnih virov, ki so preučevali odnose med motivacijo in športno vadbo v fitness industriji. Motivi za ukvarjanje z vadbo v fitnessu se delijo na notranje in zunanje. Začetniki se vpišejo v fitness večinoma zaradi zunanjih motivov, ki so povezani s videzom in vplivom družbe, vendar sčasoma postanejo njihovi razlogi za ukvarjanje s športom skrb za zdravje in dobro počutje, kar spada pod notranje motive. Iskali smo razlike v motivaciji glede na vrsto vadbe, ki jo posameznik obiskuje, ter starost, spol in BMI. Zanimalo nas je tudi, kakšen vpliv na motivacijo posameznikov za šport imajo informacije na spletu, posebej na družbenih omrežjih. Ugotovili smo še, da imajo lahko napačni motivi za telesno vadbo tudi nezaželene rezultate.

Ključne besede: motivacija, telesna vadba, fitness vadba, notranja in zunanja motivacija, samopodoba



Motivation for fitness training

Abstract

Researching the motivation for exercise is an important aspect that affects participation in sports centres. We have done an overview of research resources that looked at the relationship between motivation and sports exercise in the fitness industry. The motives for engaging in fitness training can be intrinsic and extrinsic. Beginners enroll in fitness mainly because of external motives related to appearance and social recognition, but over time their reasons for engaging in sport become a concern for health and well-being, which are intrinsic motives. We looked for differences in motivation according to the type of exercise that the individual attends; age; gender and BMI. We also wanted to know if there is any impact that social media has on individuals' motivation for exercise in fitness. We also found that the wrong motives for exercise can have undesirable results.

Keywords: Motivation, exercise, fitness, intrinsic and extrinsic motivation, self-image

■ Uvod

Raziskovanje motivacije za telesno vadbo je pomemben vidik, ki vpliva na udeležbo v športnih centrih. Po podatkih Svetovne zdravstvene organizacije je danes stopnja debelosti skoraj trikrat višja, kot je bila leta 1975, vsaj 39 % odraslih ljudi pa ima previsoko telesno težo (WHO, 2020). Še pomembneje je, da vodilni razlog smrtnosti vključujejo bolezni, povezane z nezdravim načinom življenja, denimo rak, diabetes tipa 1 in 2 in KOPD (Sjogaard, Christensen, Justesen, Murray, Dalager, Fredslund in Sogaard, 2016; Malik in Willett, 2013; WHO, 2018). Dokazano je, da lahko redna telesna vadba izboljša zdravje in zmanjša smrtnost (Haskell, Lee, Pate, Powell, Blair, Franklin in drugi, 2007), pozitivne učinke pa ima tudi na počutje in duševno zdravje posameznikov (Lowenstein, Wright, Taylor in Moberly, 2015; Thøgersen-Ntoumani, Fox in Ntoumanis, 2005). Kljub temu se večji del ljudi še vedno premalo ali sploh nič ne giba (Hollasch, Rutgers, Smeeman, Ludwig in Lehmkuhler, 2019).

Da bi razumeli, zakaj se ljudje ukvarjajo s fitnesom, moramo najprej razumeti, kakšen odnos imajo do fizične aktivnosti oziroma rekreativnega športa. Kaj posameznika motivira za šport, je eno najpogostejših vprašanj, ki si ga postavljajo kineziologi (Rodrigues, Moutão, Teixeira, Cid in Monteiro, 2019). Imamo več teorij, po katerih klasificiramo motivacije. Na primer delitev na vsebinske in procesne teorije motivacije (Tušak, Čuk in Polič, 2003). Weiner (1980) je klasificiral tri glavne teoretične koncepte motivacije: teorije redukcije potreb, teorije pričakovanja in vrednosti ter teorije samobvladovanja in rasti. Tušak s sodelavci kot pomembnejše teorije motivacije navaja Freudovo psihoanalitično teorijo, instinktivistično teorijo, teorijo potreb, faktorsko teorijo motivacije, Hullovo teorijo gona, teorije pričakovanj, aktualizacijsko teorijo, samodeterminacijsko teorijo ter še nekaj drugih (Tušak, Čuk in Polič, 2003). Raziskave na področju razumevanja motivov posameznikov za odločanje za športno aktivnost imajo veliko praktično vrednost (Markland in Hardy, 1993). Determinanta osnovnih odločitev so vrednote posameznika, iz katerih izhajajo navade. Ljudje na lestevici vrednot zdravje in ustrezno kondicijo uvrščajo na sedmo mesto (Tharrett in Peterson, 2012).

Na razloge, zakaj in koliko se ukvarjamo s športom, vpliva veliko dejavnikov: starost, spol, zdravstveni status, lastna motivacija, navade, ekonomski dejavniki, socialne

norme, urbanizacija, industrializacija, celo genetika (Bauman, Reis, Sallis, Wells, Loos in Martin, 2012).

■ Metode

Opravili smo pregled raziskovalnih virov, ki so preučevali odnose med motivacijo in športno vadbo v fitnes industriji od leta 2000 do 2020. Iskali smo odgovore na naslednja vprašanja: Zakaj se večina ljudi premalo giba, kakšni so motivi ljudi, ki se udeležujejo rekreativnih športnih aktivnosti oziroma obiskujejo fitnes? Kakšne so razlike med posameznimi demografskimi skupinami? Ali imajo lahko napačni motivi za vadbo tudi negativne posledice?

Za iskanje virov smo uporabili podatkovne zbirke EBSCOhost, Scopus in Google učejnjak, nato smo pregledali še literaturo najdenih člankov.

■ Rezultati in razprava

Veliko avtorjev je preučevalo različne dejavnike, ki vplivajo na količino telesne vadbe (Bauman idr., 2012), vendar se bomo osredinili na to, kaj motivira posameznika.

Psihološke spremenljivke, ki vplivajo na začetek športne vadbe pri ljudeh, so se z leti raziskav na področju motiviranosti za športno vadbo dodajale in definicijsko spreminjale. S primerjavo analiz različnih avtorjev lahko sklepamo, da imajo najverjetnejši

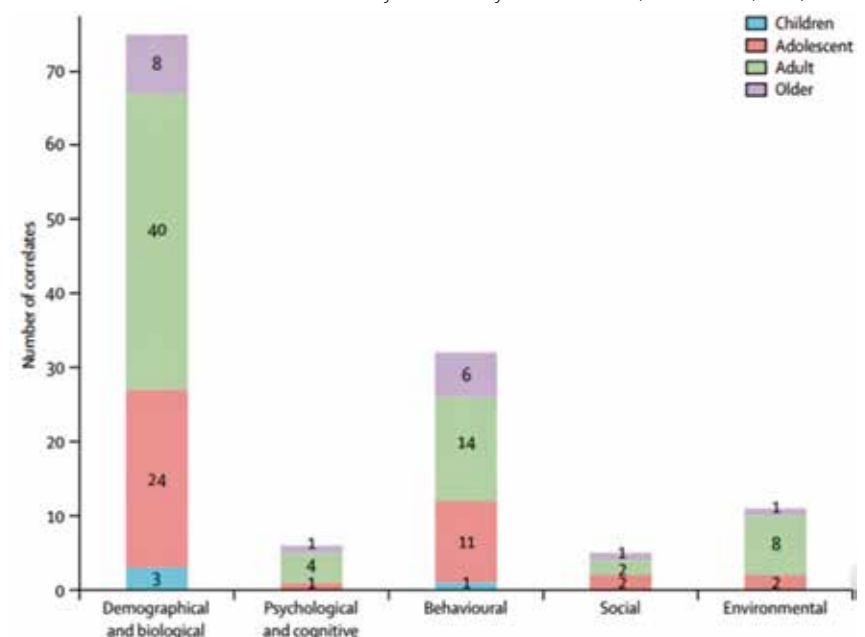
učinek na začetek športne vadbe naslednje tri spremenljivke: odnos do športa, namen za vadbo in samoučinkovitost. Odnos do športa je opredeljen kot dojemljanje športa in športne aktivnosti kot nekaj dobrega za posameznika. Prav zato so tisti, ki so se v preteklosti veliko ukvarjali s športom, do vzetnejši za vadbo, saj se zavedajo pomena športne vadbe za telo in duha. To velja predvsem za starejšo populacijo, in sicer v starostni skupini 65 let in več (Rhodes, Martin, Taunton, Rhodes, Donnelly in Elliot, 1999).

Namen športne vadbe je opredeljen kot vir želje po športni vadbi. Lahko gre za različne oblike notranjih motivatorjev. Ta spremenljivka lahko močno korelira tudi z drugimi dejavniki, kot so želja po večji moči ali sprememba videza, vendar so taki psihološki motivatorji lahko podani tudi od zunaj. Ta spremenljivka meri tako notranjo željo posameznika po spremembi kot tudi zunanjo motivacijo (Rhodes idr., 1999; Trost, Owen, Bauman, Sallis in Brown, 2002).

Samoučinkovitost je spremenljivka, ki se pri večini avtorjev navaja kot najpomembnejša lastnost, saj v večini raziskav korelira s telesno dejavnostjo. Samoučinkovitost je psihološki konstrukt, ki kaže na prepričanja posameznikov o njihovih lastnih sposobnostih izvajanja nadzora nad osebnim delovanjem, delovanjem v njihovi okolici in dogodki, ki vplivajo na njihovo življenje. Posamezniki, ki so prepričani o lastni samou-

Tabela 1

Korelati fizične aktivnosti v državah z manjšim in srednjim dohodkom (Bauman idr., 2012)



činkovitosti, se precej pogosteje ukvarjajo s telesno vadbo (Rhodes idr., 1999; Trost idr., 2002; Kaewthummanukul in Brown, 2006; Plonczynski, 2003). Za take posameznike je lahko tudi do štirikrat bolj verjetno, da se ukvarjajo s telesno dejavnostjo (Sternfeld, Ainsworth in Quesenberry, 1999). Tudi Kate Philpott (2017) je v svoji doktorski nalogi ugotovila podobno, in sicer da samoučinkovitost pozitivno vpliva na načine vedenja pri telesni vadbi (angl. *exercise behavior*), vadba pa potem vpliva na znižanje ravni stresa. Zaznane koristi fizične aktivnosti in zaznavanje zdravstvenih sprememb so tudi eden od razlogov, da se odrasli ukvarjajo s telesno dejavnostjo (Kaewthummanukul in Brown, 2006).

Ashton, Hutchesson, Rollo, Morgan, Thompson in Collins (2015) menijo, da so glavni razlogi za fizično aktivnost videz (spolna privlačnost), socialni položaj, fizično in duševno zdravje ter povečane zmogljivosti. Pri moških sta kot motiv zlasti pomembna tekmovalnost in samopodoba, pri ženskah je poudarek na izboljšanem videzu, psiholoških dejavnikih in družanju (Zervou, Stavrou, Koehn, Zounhia in Psychountaki, 2017).

Nekateri avtorji delijo motive na notranje in zunanje. Motivi so lahko notranji, na primer užitek po vadbi, občutek kompetentnosti in revitalizacija. Taki motivi pozitivno učinkujejo na vztrajnost pri vadbi (Markland in Ingledew, 1997). Zunanji motivi so tisti, zaradi katerih posameznik čuti pritisk, da se mora ukvarjati s športom, na primer socialni položaj in priznavanje, ki ga uživa pri drugih, pohvala oziroma telesni videz. Posledica takih motivov je lahko tudi tesnoba, ki pa pogosto vodi v opustitev treninga (Ingledew in Markland, 2008; Ryan in Deci, 2017). Znano je tudi, da vadba, ki jo ženejo notranji motivi, pozitivno vpliva na sproščanje stresa, nasprotno pa lahko vadba, ki jo vodijo zunanji motivi, privede do stresa in celo do depresivnosti (Ingledew in Markland, 2008; Maltby in Day, 2001).

Motivi se lahko čez čas spreminjajo. Pogosto se posameznik začne ukvarjati z nekim športom zaradi zunanjih dejavnikov, vendar sčasoma zdrav način življenja in šport postaneta njegov način življenja ter se njegovi motivi ponotranjijo (Ingledew in Markland, 2008; Riseth, Nøst, Nilsen in Steinsbekk, 2019). S tem se spremenijo tudi učinki telesne vadbe na posameznikovo psihosocialno zdravje. Maltby in Day (2001) sta dokazala, da posamezniki, ki redno trenirajo več kot šest mesecev, bolje prenaša-

jo stres in na vadbi doživljajo več užitka. To lahko pojasnimo tako, da posameznik mora začne trenirati zaradi zunanjih vplivov, vendar mu vadba sčasoma postane všeč, se navadi na telesno aktivnost in začne trenirati zaradi vadbe same. Šport postane njegov način življenja in verjetnost, da bo nehal, je zelo majhna. Podobno so ugotovili tudi Rahman, Thatcher in Flint (2018), le da so primerjali posameznike, ki trenirajo deset let ali več. Tudi take ženejo večinoma notranji motivi.

Več kot 80 % populacije v ZDA in EU meni, da je telesna vadba pomembna, vendar jih manj kot 20 % redno vadi (Tharrett in Peterson, 2012). Zakaj taka vrzel? Posamezniki kot glavni razlog za to, da ne trenirajo, navajajo pomanjkanje časa (Silliman, Rodas-Fortier in Neyman, 2004), logistične težave, kognitivno-čustvene ovire in socialne dejavnike (Ashton, Hutchesson, Rollo, Morgan, Thompson in Collins, 2015), ceno članstva v fitnes klubih, zanimanje za druge vrste športnih aktivnosti in spremembe v družinski dinamiki (MacIntosh in Law, 2015). Po letu dni fitnes center zapusti približno 50 % strank (Plummer, 2007; Plummer, 2011; MacIntosh in Law, 2015).

Kaj lahko storimo za večjo telesno aktivnost posameznikov? Socialno-kognitivni modeli, kot je teorija načrtovanega obnašanja (Ajzen, 2011), predvidevajo, da je posameznikova namera usvojiti neki vzorec vedenja opredeljena kot trud, ki ga vložijo v pridobitev tega vzorca vedenja, najnatančnejši napovedovalec dejanskega vedenja. Vendar namera pogosto spodleti in vzorec vedenja se ne spremeni, bodisi zaradi skušnjav, zunanjih dejavnikov ali pa preprosto lenobe (Schwarzer, 2008). Dokazano je, da načrtovanje vedenja močno poveča možnost, da bo do njega prišlo (Carraro in Gaudreau, 2013; Caudroit, Boiché in Stephan, 2014). Zato je zelo pomembno, da si posameznik telesno dejavnost načrtuje in da si jo vnese v svoj (elektronski) koledar ali drugi planer. Če bo namreč imel v opomniku trening, je večja verjetnost, da se ga bo dejansko udeležil. Sčasoma mu bo to prišlo v navado in bo začel trening obiskovati avtomatsko, ne da bi ga na to spomnil koledar.

Vendar lahko zadnje čase zaznavamo veliko propagande ne samo za zdrav način življenja, ampak tudi za idealen videz, kar lahko posameznika potisne v drugo skrajnost. V filmih, oglasih, na fotografijah, družbenih omrežjih, skratka povsod, vidimo moške in ženske idealne postave. To lahko na posameznika vpliva tako, da lahko misli, da

drugi od njega pričakujejo, da mora imeti oziroma vzdrževati tak videz, kar pa lahko povzroča tesnoba (Zervou, Stavrou, Koehn, Zounhia in Psychountaki, 2017).

Število fitnes centrov raste za 4,6 odstotka na leto (Hollasch, Rutgers, Smeeman, Ludwig in Lehmkuhler, 2019). Do leta 2017 je bilo tako na svetovni ravni ugotovljenih več kot 170 milijonov članstev v več kot 200.000 fitnes centrih. Že med letoma 2017 in 2018 je v državah članicah EU število posameznikov s članstvom v fitnes klubu zraslo za 3,5 %. Leta 2018 je v EU treniralo 62,2 milijona ljudi. Podatki za vse države niso enaki, saj se v zahodnih državah ljudje več včlanjujejo v fitnese kot v vzhodnih. Znano je tudi, da se v mestih več ukvarjajo s fitnesom kot na podeželju, saj 85 do 90 % članov živi do 12 minut vožnje od fitnes centra (Plummer, 2003).

Glavni vzroki za vpis v fitnes centre so krepitev zdravja, izboljšanje videza, povečanje samozavesti in občutek samonadzora (Mullen in Whaley, 2010).

Kakšna je struktura potencialnih obiskovalcev fitnes centrov? Po Tharrettu in Petersonu (2012) v ZDA približno 18 % populacije ne verjame v zdrav življenjski slog. To je zlasti populacija s povprečno nižjo izobrazbo. Približno 63 % posameznikov verjame v zdrav življenjski slog, vendar se premalo giblje, 17 % pa jih meni, da živijo zdrav življenjski slog, se redno ukvarjajo s športom in se imajo za zelo zdrave. Ta skupina je povprečno najbolj izobražena, 57 % te populacije je moških in 43 % žensk.

Od vseh možnosti ukvarjanja z rekreativnim športom se posamezniki odločajo za fitnes, ker je lahko dostopen, udoben in varen prostor za telesno vadbo (Riseth, Nøst, Nilsen in Steinsbekk, 2019). Nekateri obiskujejo fitnes tudi zaradi druženja, zlasti mlajši, saj je fitnes prostor, kjer stranke po treningu večinoma ostanejo še nekaj časa in se ob kakšni pijači pogovarjajo in družijo. Dokazano je tudi, da se v fitnes pogosteje vpisujejo posamezniki, ki imajo stabilno sposobnost za vodenje odnosov z drugimi (Yi in Seo, 2018).

Motivi za trening športov z visoko intenzivnostjo, kot sta boks in nogomet, so pogosto izziv, pripadnost in tekmovalnost v primerjavi z drugimi oblikami telesne vadbe, tudi fitnesom. Ti motivi so logično povezani s športno aktivnostjo, ki nakazuje, da je motiv sodelovanje s soigralci ali tekmovalnost in izziv z nasprotniki povezan s športom ter je ključ do ukvarjanja s tem športom. To je posebej značilno za moške.

Motivi obiskovalcev fitnesa se razlikujejo, saj so fitneserji bolj motivirani za lasten videz. Ti treniranje v fitnesu dojemajo kot priložnost za socialno priznavanje in užitek (Rahman, Thatcher in Flint, 2018). V nasprotju z drugimi športno-rekreativnimi klubi, kjer motivacija vključuje užitek, druženje, tekmovalnost in dosežke in so člani večinoma moški, so pri fitnesu, ki ga obiskujejo tudi ženske, zlasti skupinske vadbe, motivacijski dejavniki tudi skrb za zdravje in videz (Ulseth, 2008).

Trening v fitnesu lahko še naprej razdelimo na trening vodenih vadb, te večinoma obiskujejo ženske, ki jih motivirajo večinoma zunanji dejavniki, kot so pridobivanje lepše postave ali izguba telesne teže, pa tudi druženje. Na vadbah hkrati tudi motivirajo druga drugo.

Naslednja kategorija je trening na napravah in trening z utežmi. Zadnje čase pa fitnes klubi uvajajo še poseben oddelek – funkcionalni del oziroma *crossfit*. Ta je postal priljubljen v zadnjih nekaj letih, ko je pridobil precej sledilcev. Taki športniki med motivacijo navajajo notranje motive, kot so užitek, obvladovanje stresa, socialno priznanje, pripadnost, tekmovalnost in uravnavanje telesne teže. Uporabniki naprav v fitnesu pa glede motivacije na prvo mesto postavljajo videz (Marin, Polito, Foschini, Urtado in Otton, 2018). Na novo se pojavlja tudi skupina, ki prisega na tako imenovano ulično vadbo (angl. *street workout*). V 77,8 % primerov gre za mlajše moške, tudi tiste z nižjimi prihodki. Tudi to vrsto telesne aktivnosti ženejo motivi, kot so užitek, kompetentnost in telesni videz. Za to skupino športnikov je še zlasti značilno, da so duševno zdravi (Taipe-Nasimba, Peris-Delcampo in Cantón, 2019).

Motivi za ukvarjanje s fitnesom rahlo variirajo glede na vprašalnike, metodologijo in države, v katerih so bile raziskave narejene. Tharrett in Peterson sta že leta 2012 kot glavne razloge za to, da se posamezniki včlanjujejo v fitnes klube v ZDA, navedla »izboljšanje forme in počutja«, »ohranjanje kondicije«, »dobro opremo«, »prijateljsko osebje«, »potrebo po motivaciji in priznavanju«. Leta 2018 so podoben vprašalnik uporabili v Južni Koreji. Kot so ugotovili, je 55,5 % merjencev izrazilo, da je njihova glavna motivacija za vadbo zdrav življenjski slog, 21,4 % jih je navedlo izgubo telesne teže, 2,7 % izboljšanje postave, 2,2 % pa rehabilitacijo (Yi in Seo, 2018). V Kanadi so, ob navedenih, zaznali tudi motiv staršev, da so

dober zgled za otroke (MacIntosh in Law, 2015).

Pri raziskavah, v katerih so člane fitnes klubov vprašali, zakaj so se vpisali, se pojavljajo odgovori, kot so več energije, boljše počutje in spanec, manj stresa, večje zadovoljstvo, boljši telesni videz (Riseth, Nøst, Nilsen in Steinsbekk, 2019). Zanimivo je, da je pri članih videz na zadnjem mestu, pri novih članih pa med glavnimi razlogi. To bi lahko pomenilo, da je želja po športni postavi eden od glavnih razlogov za včlanitev v fitnes, vendar člani po nekem času pozabijo, da jih je to motiviralo, in glavni razlog postanejo počutje, energija in navada. Navada je eden od ključnih razlogov za vzdrževanje vzorcev rednega treniranja (Tappe, Tarves, Oltarzewski in Frum, 2013).

Kako je z dolžino in konsistenco vadbe? Rahman, Thatcher in Flint (2018) so dokazali, da daljše in pogostejše treninge izvajajo posamezniki, ki so kot motive izrazili obvladovanje stresa, revitalizacijo, uživanje v vadbi in pozitivne zdravstvene učinke. Skratka, gre za notranje motive, kar pomeni, da stranke z notranjimi motivi trenirajo bolj konsistentno in imajo daljše treninge. Povod so lahko tudi nekateri življenjski dogodki, ki posameznika zaznamujejo, na primer bolezen, poškodbe, travma ali čustvene težave.

Starejši posamezniki za ukvarjanje s športom navajajo večinoma tri razloge: zaradi užitka ob športu oziroma rekreaciji, da ostanejo v formi in zaradi nasvetov zdravnika. Tisti, ki so trenirali zaradi zdravniških nasvetov, so manj pogosto trenirali in so se zato manj zdravo starali (Gutiérrez, Calatayud in Tomás, 2018).

Ljudje, ki nadzirajo vnos hrane, so bolj motivirani za telesno aktivnost kot tisti, ki vnosa hrane ne nadzirajo (Vartanian, Wharton in Green, 2012). Tudi BMI je povezan z motivacijo za začetek vadbe ter s trajanjem te motivacije. Rangul, Holmen, Bauman, Bratberg, Kurtze in Midthjell (2011) so dokazali, da so posamezniki z višjim BMI pogostejše neaktivni; če pa že začnejo telesno vadbo, je v primerjavi s tistimi z normalnim BMI večja verjetnost, da kmalu nehajo. Prav tako je za posameznike s povišanim BMI manj verjetno, da bodo začeli telesno vadbo zaradi notranjih motivov, kot sta užitek med treningom ter zadovoljstvo po njem. Potencialen začetek treninga posameznikov je po navadi posledica zunanjih motivov, kot je pritisk za prilagoditev družbenim normam. V takih primerih se lahko pojavi

tudi tesnoba (Swami, Steadman in To-vée, 2009).

Moški kot motiv za trening večkrat navajajo tekmovalnost in izziv, ženske pa večkrat druženje in izgubo telesne teže (Egls, Bland, Melton in Czech, 2011). Ženske med motivi navajajo še vrednotenje lastnega telesa, koncept lepote, filtriranje informacij zaradi zaščite telesa in motivi uravnavanja telesne teže. Ženske, ki bolj cenijo telo in videz, bodo verjetno trenirale intuitivno (Ramsey, 2018).

Ženske kot enega glavnih razlogov za izbiro fitnesa navajajo druženje ter prijateljevanje s preostalimi člani in inštruktorji, tudi vodenih vadb. Prav tako jim je pomembnejša čistoča. Moški pa bolj razmišljajo o ceni ter kakovosti naprav za to ceno (Tharrett in Peterson, 2012). Moški pogostejše kot cilj treninga v fitnesu navajajo pridobitev mišične mase, ženske pa izgubo telesne teže (Ingledew in Markland, 2008; Zervou idr., 2017). Agresivno ozračje v fitnesu, kjer so večinoma moški, negativno deluje na ženske. Istospolnim moškim je pomembnejši videz, heteroseksualnim pa zabava v fitnesu. Pri čezmernem treniranju v fitnesu se pojavijo tudi nedovoljena sredstva, kot so steroidi (Slater in Tiggemann, 2011).

Kakšen pa je psihološki profil ljudi, ki iščejo informacije o fitnesu prek interneta? Zadnje čase se ljudje glede vprašanja o rekreativnem športu čedalje pogostejše obračamo na splet, zlasti na družbena omrežja. Ilhan je naredil zanimivo raziskavo o motivih, zakaj se ljudje včlanjujejo v online fitnes skupnosti. Večina jih je kot razlog navedla pridobivanje informacij, druženje, zabavo in samopotrditve. Precej posameznikov potrebuje podporo, potrditev in čustveno krepitev, da ostanejo motivirani. Skupine na družbenih omrežjih se osredinjajo na te vrednote in pomagajo tem posameznikom (Ilhan, 2018). Dokazano je tudi, da se ljudje za številne vrste vadbe dogovarjajo prek spletnih platform (Taipe-Nasimba, Peris-Delcampo in Cantón, 2019). Zaradi čedalje več fitnes skupnosti na družbenih omrežjih so se pojavila tudi prva vprašanja, ali je mogoče prek družbenih omrežij stranke motivirati k treningu ali celo k nakupu. Rebecca Baranow je v svojem delu merila vpliv fitnes vplivnežev prek družbenih omrežij na uporabnikovo zaupanje ter nakup. Ugotovila je enako kot Haemers (2016) ter Dahlqvist in Preiksaite (2018), da lahko prek spletnih družbenih omrežij vplivamo na odločitev kupca, in to zelo stroškovno učinkovito. Dokazala je tudi,

da sta za zaupanje vplivnežem prek spleta najpomembnejša prijaznost in transparentnost, pomaga celo, če vplivnež deli kakšne osebne podatke, fotografije oziroma videe iz lastnega vsakdanjika. Tako uporabnik dobi občutek, da je vplivnež z njim iskren in da mu lahko zaupa. Posledica tega je večja motiviranost za trening, poveča pa se tudi verjetnost, da bo posameznik kupil izdelek, ki ga ta vplivnež promovira, in tudi članarino v fitnes klubu (Baranow, 2019; Schiefer, 2018). Lastniki spletnih strani in spletnih trgovin, ki prodajajo članarine za fitnes klube, pripomočke in prehrano, računajo tudi na zaletavost strank pri nakupu.

Longbottom, Grove in Dimmock (2012) so dokazali, da adaptivni perfekcionizem pozitivno vpliva na odločitve za začetek vadbe v fitnesu, pa tudi na pogostost vadbe. Vendar lahko napačni motivi za telesno vadbo privedejo tudi do neželenih rezultatov. Na televiziji, internetu ter tudi v vadbenem prostoru je veliko posnetkov ali fotografij, ki idealizirajo bodisi moško bodisi žensko postavo. Take slike lahko negativno vplivajo na samopodobo strank (Blond, 2008). Pri mlajših ženskah je lahko posledica tega ne le opustitev vadbe, ampak tudi povečanje tesnobe in pojav motenj hranjenja (Slater in Tiggemann, 2011). Schlegl, Dittmer, Hoffmann in Voderholzer (2019) so dokazali, da lahko to privede tudi do kompulzivne vadbe, ki pa pri mlajših ženskah močno korelira z anoreksijo in bulimijo.

Izjema so posamezniki, ki so zadovoljni s seboj. Ti ob pogledu na fotografije ali posnetke idealne postave ne čutijo nelagodja (Blond, 2008). Podobno so z zanimivo raziskavo dokazali tudi Halliwell, Dittmar in Orsborn (2007). Moškim, ki obiskujejo fitnes, in moškimi, ki fitnesa ne uporabljajo, so najprej pokazali like mišičastih moških manekenov, potem pa še slike normalne moške postave. Tisti, ki ne obiskujejo fitnesa, so poročali o nelagodju, ki so ga občutili ob pogledu na mišičasto moško telo. Skupina moških, ki obiskujejo fitnes center, je ob teh slikah doživela pozitivne vzgibe in so začutili motivacijo za trening moči.

■ Zaključek

Vrsta motivacije za ukvarjanje s katerokoli telesno vadbo, tudi fitnesom, je zelo pomembna. Če se namreč posamezniki ukvarjajo z vadbo zaradi notranjih motivov, je verjetnost, da se bodo z vadbo ukvarjali dlje časa, precej višja. Prav tako je manjša verjetnost pojava tesnobe, stresa in motenj hranjenja. Možno je tudi, da stran-

ke, ki se začnejo ukvarjati s fitnesom zaradi zunanjih motivov, sčasoma vzljubijo športni način življenja in motive ponotranjijo. Višja samopodoba pozitivno vpliva na večjo tekmovalnost in pripadnost življenjskemu slogu fitnesa, kar so vse motivi za včlanitev v fitnes center (Longbottom, Grove in Dimmock, 2012; Zervou idr., 2017). Taki posamezniki se zaradi višje samopodobe raje vpisujejo v programe, v katerih lahko razširijo svoje socialne stike, ker se pri mreženju počutijo samozavestno (Zervou idr., 2017).

Fitnes centri bi morali poudarjati, da so nekateri fizični ideali nezdravi in nerealistični. Tako bi okrepili samopodobo strank ter pomagali preprečiti socialno tesnobo, motnje hranjenja in negativen odnos do lastne fizične podobe (Eriksson, Baigi, Marklund in Lindgren, 2008). Razumevanje motivacije članov fitnesov je bistveno za menedžerje fitnesov, če želijo dvigniti obisk (Caudwell in Keatley, 2016).

■ Literatura

1. Ajzen, I. (2011). The Theory of Planned Behaviour: Reactions and Reflections.
2. Ashton, L. M., Hutchesson, M. J., Rollo, M. E., Morgan, P. J., Thompson, D. I. in Collins, C. E. (2015). Young adult males' motivators and perceived barriers towards eating healthily and being active: a qualitative study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12(1), 93.
3. Baranow, R. (2019). The impact of influencer marketing in the fitness industry on consumers' trust.
4. Bauman, A. E., Reis, R. S., Sallis, J. F., Wells, J. C., Loos, R. J., Martin, B. W. in Lancet Physical Activity Series Working Group. (2012). Correlates of physical activity: why are some people physically active and others not? *The Lancet*, 380(9838), 258–271.
5. Blond, A. (2008). Impacts of exposure to images of ideal bodies on male body dissatisfaction: A review. *Body image*, 5(3), 244–250.
6. Carraro, N. in Gaudreau, P. (2013). Spontaneous and experimentally induced action planning and coping planning for physical activity: A meta-analysis. *Psychology of Sport and Exercise*, 14(2), 228–248.
7. Caudroit, J., Boiché, J. in Stephan, Y. (2014). The role of action and coping planning in the relationship between intention and physical activity: A moderated mediation analysis. *Psychology & Health*, 29(7), 768–780.
8. Caudwell, K. M. in Keatley, D. A. (2016). The effect of men's body attitudes and motivation for gym attendance. *Journal of strength and conditioning research*, 30(9), 2550–2556.
9. Dahlqvist, J. in Preiksaite, S. (2018). How competing brands are being communicated thro-

ugh Influencer Marketing: A qualitative study aimed to explore how consumers evaluate an influencer communicating competing brands.

10. Eglis, T., Bland, H. Melton in Czech, D. (2011). Influence of age, sex and race on college students' exercise motivation of physical activity. *Journal of American College Health*, 59(5).
11. Eriksson, L., Baigi, A., Marklund, B. in Lindgren, E. C. (2008). Social physique anxiety and sociocultural attitudes toward appearance impact on orthorexia test in fitness participants. *Scandinavian journal of medicine & science in sports*, 18(3), 389–394.
12. Finkelstein, E. A., Khavjou, O. A., Thompson, H., Trogon, J. G., Pan, L., Sherry, B. in Dietz, W. (2012). Obesity and severe obesity forecasts through 2030. *American Journal of Preventive Medicine*, 42(6), 563–570.
13. Gillison, F. B., Rouse, P., Standage, M., Sebire, S. J. in Ryan, R. M. (2019). A meta-analysis of techniques to promote motivation for health behaviour change from a self-determination theory perspective. *Health Psychology Review*, 13(1), 110–130.
14. Gutiérrez, M., Calatayud, P. in Tomás, J. M. (2018). Motives to practice exercise in old age and successful aging: A latent class analysis. *Archives of gerontology and geriatrics*, 77, 44–50.
15. Haemers, I. (2016). Success story of a young fitness brand: Social media influence as an indicator of success in the fitness industry. *Universitat de Barcelona*
16. Halliwell, E., Dittmar, H. in Orsborn, A. (2007). The effects of exposure to muscular male models among men: Exploring the moderating role of gym use and exercise motivation. *Body Image*, 4(3), 278–287.
17. Haskell, W. L., Lee, I. M., Pate, R. R., Powell, K. E., Blair, S. N., Franklin, B. A., ... in Bauman, A. (2007). Physical activity and public health: updated recommendation for adults from the American College of Sports Medicine and the American Heart Association. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 39(8), 1423–1434.
18. Hollasch, K., Rutgers, H., Smeeman, N., Ludwig, S. in Lehmkuhler (2019). *European Health in Fitness Market Report*. Deloitte.
19. Ilhan, A. (2018). Motivations to Join Fitness Communities on Facebook: Which Gratifications Are Sought and Obtained?. In (pp. 50–67). Springer, Cham.
20. Ingledew, D. K. in Markland, D. (2008). The role of motives in exercise participation. *Psychology and Health*, 23(7), 807–828.
21. Kaewthummanukul, T. in Brown, K. C. (2006). Determinants of employee participation in physical activity: critical review of the literature. *Aaohn Journal*, 54(6), 249–261.
22. Longbottom, J. L., Grove, J. R. in Dimmock, J. A. (2012). Trait perfectionism, self-determination, and self-presentation processes in relation

- to exercise behavior. *Psychology of Sport and Exercise*, 13(2), 224–235.
23. Lowenstein, J. A. S., Wright, K., Taylor, A. in Moberly, N. J. (2015). An investigation into the effects of different types of exercise on the maintenance of approach motivation levels. *Mental Health and Physical Activity*, 9, 24–34.
24. MacIntosh, E. in Law, B. (2015). Should I stay or should I go? Exploring the decision to join, maintain, or cancel a fitness membership. *Managing Sport and Leisure*, 20(3), 191–210.
25. Malik, V. S., Willett, W. C. in Hu, F. B. (2013). Global obesity: trends, risk factors and policy implications. *Nature Reviews Endocrinology*, 9(1), 13.
26. Maltby, J. in Day, L. (2001). The relationship between exercise motives and psychological well-being. *The Journal of Psychology*, 135(6), 651–660.
27. Marin, D. P., Polito, L. F. T., Foschini, D., Urta-do, C. B. in Otton, R. (2018). Motives, Motivation and Exercise Behavioral Regulations in CrossFit and Resistance Training Participants. *Psychology*, 9(14), 2869.
28. Markland, D. in Hardy, L. (1993). The Exercise Motivations Inventory: Preliminary development and validity of a measure of individuals' reasons for participation in regular physical exercise. *Personality and Individual Differences*, 15(3), 289–296.
29. Markland, D. in Ingledew, D. K. (1997). The measurement of exercise motives: Factorial validity and invariance across gender of a revised Exercise Motivations Inventory. *British Journal of Health Psychology*, 2(4), 361–376.
30. Mullen, S. P. in Whaley, D. E. (2010). Age, gender, and fitness club membership: Factors related to initial involvement and sustained participation. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 8(1), 24–35.
31. Philpott, K. (2017). Stress, Physical Self-Efficacy and Motives to Exercise in Aerobic and Anaerobic Exercise (Doctoral dissertation, Dublin, National College of Ireland).
32. Plonczynski, D. J. (2003). Physical activity determinants of older women: what influences activity?. *Med Surg Nursing*, 12(4), 213.
33. Plummer, T. (2003). *The Business of Fitness: Understanding the Financial Side of Owning a Fitness Business*. Monterey: Healthy Learning.
34. Plummer, T. (2007). *Anyone can sell: Creating Revenue Through Sales in the Fitness Business*. Monterey: Healthy Learning.
35. Plummer, T. (2011). Monterey: Healthy Learning.
36. Rahman, R. J., Thatcher, J. in Flint, S. (2018). Understanding exercise behavior and drop-out through metamotivational dominance, exercise identity and motives. *Journal of Motivation, Emotion, and Personality*, 7, 9–24.
37. Ramsey, N. M. (2018). Exploring Positive Body Image and Calatamotives for Exercise as Predictors of Intuitive Exercise and Exercise Behavior Among Women. *Ann Arbor*, 1001, 48106–1346.
38. Rangul, V., Holmen, T. L., Bauman, A., Bratberg, G. H., Kurtze, N. in Midthjell, K. (2011). Factors predicting changes in physical activity through adolescence: the Young-HUNT Study, Norway. *Journal of Adolescent Health*, 48(6), 616–624.
39. Rhodes, R. E., Martin, A. D., Taunton, J. E., Rhodes, E. C., Donnelly, M. in Elliot, J. (1999). Factors associated with exercise adherence among older adults. *Sports medicine*, 28(6), 397–411.
40. Rodrigues, F., Moutão, J. O. A. O., Teixeira, D., Cid, L. in Monteiro, D. (2019). Examining exercise motives between gender, age and activity: A first-order scale analysis and measurement invariance. *Current Psychology*, 1–14.
41. Riseth, L., Nøst, T. H., Nilsen, T. I. in Steinsbekk, A. (2019). Long-term members' use of fitness centers: a qualitative study. *BMC Sports Science, Medicine and Rehabilitation*, 11(1), 2.
42. Ryan, R. M. in Deci, E. L. (2017). Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness. Guilford Publications.
43. Schiefer, B. (2018). The impact of digital fitness influencers on attitudes and purchase intentions of Instagram users. Master's thesis. Berlin School of Economics and Law.
44. Schlegl, S., Dittmer, N., Hoffmann, S. in Vorderholzer, U. (2019). Self-reported quantity, compulsiveness and motives of exercise in patients with eating disorders and healthy controls.
45. Schwarzer, R. (2008). Modeling health behavior change: How to predict and modify the adoption and maintenance of health behaviors. *Applied psychology*, 57(1), 1–29.
46. Silliman, K., Rodas-Fortier, K. in Neyman, M. (2004). Survey of dietary and exercise habits and perceived barriers to following a healthy lifestyle in a college population. *Californian Journal of Health Promotion*, 2(2), 10–19.
47. Slater, A. in Tiggemann, M. (2011). Gender differences in adolescent sport participation, teasing, self-objectification and body image concerns. *Journal of Adolescence*, 34(3), 455–463.
48. Sjøgaard, G., Christensen, J. R., Justesen, J. B., Murray, M., Dalager, T., Fredslund, G. H. in Sjøgaard, K. (2016). Exercise is more than medicine: The working age population's well-being and productivity. *Journal of Sport and Health Science*, 5(2), 159–165.
49. Sternfeld, B., Ainsworth, B. E. in Quesenberry Jr, C. P. (1999). Physical activity patterns in a diverse population of women. *Preventive Medicine*, 28(3), 313–323.
50. Svetovna zdravstvena organizacija. (2017). Pridobljeno 21. 3. 2020 s spletne strani <https://www.who.int/news-room/facts-in-pictures/detail/6-facts-on-obesity>
51. Svetovna zdravstvena organizacija. (2018). Pridobljeno 26. 3. 2020 s spletne strani <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death>
52. Svetovna zdravstvena organizacija. (2020). Pridobljeno 26. 3. 2020 s spletne strani <https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
53. Swami, V., Steadman, L. in Tovée, M. J. (2009). A comparison of body size ideals, body dissatisfaction, and media influence between female track athletes, martial artists, and non-athletes. *Psychology of Sport and Exercise*, 10(6), 609–614.
54. Taipei-Nasimba, N., Peris-Delcampo, D. in Cantón, E. (2019). Motives for sports practice, psychological well-being and immigration in Street Workout practitioners. *Revista de Psicología del Deporte*, 28(2), 135–142.
55. Tappe, K., Tarves, E., Oltarzewski, J. in Frum, D. (2013). Habit formation among regular exercisers at fitness centers: An exploratory study. *Journal of Physical Activity and Health*, 10(4), 607–613.
56. Tharrett, S. J. in Peterson, J. A. (2012). . Healthy Learning.
57. Thøgersen-Ntoumani, C., Fox, K. R. in Ntoumanis, N. (2005). Relationships between exercise and three components of mental well-being in corporate employees. *Psychology of sport and exercise*, 6(6), 609–627.
58. Trost, S. G., Owen, N., Bauman, A. E., Sallis, J. F. in Brown, W. (2002). Correlates of adults' participation in physical activity: review and update. *Medicine & science in sports & exercise*, 34(12), 1996–2001.
59. Tušak, M., Čuk, I. in Polić, M. (2003). . Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
60. Ulseth, A. L. B. (2008). New Opportunities-Complex Motivations: Gender Differences in Motivation for Physical Activity in the Context of Sports Clubs and Fitness Centers. *International journal of applied sports sciences*, 20(1).
61. Vartanian, L. R., Wharton, C. M. in Green, E. B. (2012). Appearance vs. health motives for exercise and for weight loss. *Psychology of Sport and Exercise*, 13(3), 251–256.
62. Weiner, B. (1980). *Human Motivation*. Holt, Rinehart and Winston, N.Y.: Holt, Rinehart & Winston.
63. Yi, Y. in Seo, J. H. (2018). The relationship between communication competence and exercise participation type: focusing on joining clubs and using fitness applications. *Journal of Exercise Rehabilitation*, 14(6), 934.
64. Zervou, F., Stavrou, N. A., Koehn, S., Zounhia, K. in Psychountaki, M. (2017). Motives for exercise participation: The role of individual and psychological characteristics. *Cogent Psychology*, 4(1), 134–141.

Vojko Vučković, prof. šp. vzg,
mag. posl. ved.,
vuckovicvojko@gmail.com