

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Diplomová práce**

**2023**

**Bc. Tereza Vobořilová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky  
Katedra mediálních studií

# **Pojetí vlastního těla u influencerek se zkušeností s poruchou příjmu potravy na Instagramu**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Tereza Vobořilová

Studijní program: Mediální a komunikační studia

Vedoucí práce: PhDr. Irena Reifová Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 1. 8. 2023

Tereza Vobořilová

## **Bibliografický záznam**

VOBOŘILOVÁ, Tereza. *Pojetí vlastního těla u influencerek se zkušeností s poruchou příjmu potravy na Instagramu*. Praha, 2023. 92 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová Ph.D.

**Rozsah práce:** 127 529 znaků

## **Abstrakt**

Diplomová práce s názvem Pojetí vlastního těla u influencerek se zkušeností s poruchou příjmu potravy na Instagramu pojednává o influencerkách, které se prezentují na sociální síti Instagram a mají zkušenost s poruchou příjmu potravy. Cílem práce je zjistit, jak se vnímají influencerky, které si prošly poruchou příjmu potravy a zda se porucha příjmu potravy promítá do toho, jak se prezentují na sociální síti Instagram. K tomu bylo osloveno 6 influencerek splňující výše uvedená kritéria. Pro hlubší nahlédnutí do tématu byla zvolena obrazová analýza profilů jednotlivých influencerek navazující na polostrukturované rozhovory s každou z nich. Po sběru dat byla data analyzována pomocí tematické analýzy. Práce si klade za cíl zjistit, zda u influencerek přišla změna po tom, co si prošly poruchou příjmu potravy a zda se změnil obsah, který v dnešní době na svých profilech sdílí. K tomu byla zkoumána témata jako jsou vznik poruchy příjmu potravy, obsah sdílený během poruch příjmu potravy, ale také změna obsahu a vnímání vlastního těla dnes.

## **Abstract**

This diploma thesis titled: „Concept of one's body in influencers with experience with an eating disorder on Instagram“ is about influencers who present themselves on social networking site Instagram and have experienced an eating disorder. The aim of the work is to find out how influencers, who have been through an eating disorder, are perceived and whether the eating disorder translates into how they present themselves on the social networking site Instagram. For this, 6 influencers meeting the above criteria were approached. For a deeper insight into the topic, an image analysis of the profiles of individual influencers has been chosen, following semi-structured interviews with each of them. After data collection, the data was analyzed using thematic analysis. The thesis aims to find out if influencers have had a change after going through an eating disorder and whether the content they share on their profiles has changed. To do this, topics such as the emergence of an eating disorder, content shared during eating disorders, but also changing the content and perception of one's body today have been explored.

## **Klíčová slova**

body image, poruchy příjmu potravy, Instagram, influenceři

## **Keywords**

body image, eating disorder, Instagram, influencers

## **Title**

Concept of one's body in influencers with experience with an eating disorder on Instagram

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své diplomové práce PhDr. Ireně Reifové Ph.D. za její čas, trpělivost, vstřícnost a hlavně podporu při vedení této práce. Dále bych chtěla poděkovat respondentkám za jejich upřímné odpovědi a také čas. V neposlední řadě patří to největší poděkování Evě Malečkové, která mi byla v průběhu práce neustálou podporou, které si nesmírně vážím.

# 1 Obsah

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Úvod</b> .....  | <b>3</b>  |
| <b>1. Body image</b> .....                                 | <b>5</b>  |
| 1.1. Body image u žen .....                                | 7         |
| <b>2. Ideál krásy a idealizace štíhlosti</b> .....         | <b>7</b>  |
| 2.1. Ideál krásy .....                                     | 7         |
| <b>3. Definice médií</b> .....                             | <b>10</b> |
| 3.1. Sociální sítě .....                                   | 12        |
| 3.2. Instagram .....                                       | 13        |
| 3.2.1. Sebereprezentace na Instagramu .....                | 15        |
| <b>2 Influenceri</b> .....                                 | <b>18</b> |
| <b>3 Poruchy příjmu potravy</b> .....                      | <b>20</b> |
| 3.1 Mentální anorexie .....                                | 22        |
| 3.2 Mentální bulimie .....                                 | 22        |
| 3.3 Sociální sítě a poruchy příjmu potravy .....           | 23        |
| 3.4 Poruchy příjmu potravy při pandemii Covid-19 .....     | 24        |
| <b>Metodologická část</b> .....                            | <b>25</b> |
| <b>4 Metodika výzkumu</b> .....                            | <b>25</b> |
| 4.1 Cíl práce a výzkumné otázky .....                      | 25        |
| 4.2 Obrazová analýza .....                                 | 26        |
| 4.3 Kvalitativní výzkum .....                              | 26        |
| 4.4 Hlubkové polostrukturované rozhovory .....             | 27        |
| 4.5 Tematická analýza .....                                | 27        |
| 4.6 Otevřené kódování .....                                | 29        |
| 4.7 Představení vzorku .....                               | 29        |
| 4.8 Metoda sběru dat .....                                 | 30        |
| 4.9 Etika a překážky výzkumu .....                         | 31        |
| <b>Analytická část</b> .....                               | <b>31</b> |
| <b>5 Obrazová analýza</b> .....                            | <b>31</b> |
| <b>6 Analýza dat z polostrukturovaných rozhovorů</b> ..... | <b>39</b> |
| 6.1 Prezentace výsledků analýzy .....                      | 39        |
| Téma: Vznik onemocnění .....                               | 39        |
| Téma: Průběh PPP .....                                     | 42        |



|   |           |
|---|-----------|
| Téma: Obsah při poruše příjmu potravy ..... | 44        |
| Téma: Body image při PPP .....              | 45        |
| Téma: Soustředěnost na jídlo .....          | 46        |
| Dopad PPP na obsah.....                     | 47        |
| Téma: Změna pohledu na své tělo .....       | 48        |
| Téma: Motivace k obsahu dnes.....           | 50        |
| <b>7 Diskuse .....</b>                      | <b>52</b> |
| <b>Závěr.....</b>                           | <b>57</b> |
| <b>Summary.....</b>                         | <b>58</b> |
| <b>Použitá literatura .....</b>             | <b>60</b> |
| <b>Teze Diplomové práce.....</b>            | <b>66</b> |
| <b>Seznam příloh.....</b>                   | <b>69</b> |

# Úvod

Téma sociálních sítí v kombinaci s poruchou příjmu potravy se stalo v posledních letech velice populárním. Díky vzrůstu popularity sociálních sítí roste také škála témat, které je možné v rámci tohoto fenoménu zkoumat. Sociální sítě se totiž staly neoddělitelnou součástí každodenních životů a v dnešní době neslouží pouze ke sdílení obsahu se svými přáteli, ale také k propagaci firem nebo produktů. K této propagaci jsou na sociálních sítích často využíváni influenceři, což jsou lidé, kteří mají na sociálních sítích větší publikum uživatelů, kteří je sledují.

Téma poruch příjmu potravy úzce souvisí s tématem sociálních sítí, protože tyto sítě nabízejí uživatelům prostor se veřejně prezentovat a ukazovat tak obsah, který daný uživatel preferuje. Nabízejí také velkou škálu možností a také velmi rozsáhlý prostor, ve kterém uživatelé mohou porovnávat svá těla s jinými uživateli.

Tato diplomová práce se zabývá tématem pojetí vlastního těla u influencerek, které si prošly poruchou příjmu potravy. Práce je rozdělena na tři části - teoretickou, metodologickou a analytickou. Úvodní kapitola teoretické části se věnuje tématu body image. Věnuje se definici pojmu body image a rozkrývá to, jaký má vnímání našeho vlastního těla dopad na člověka. Podkapitola se soustředí na vnímání těla u žen, z důvodů následného výzkumu probíhajícího u dívek. Na tyto kapitoly navazuje ideál krásy, který se úzce váže na pojetí vlastního těla.

Druhá kapitola je věnována médiím, nabízí jejich krátkou historii a také jejich definici. Podkapitoly se pak následně věnují konkrétnímu médiu, které jsou stěžejní pro téma této práce - tedy sociální sítě. Na podkapitolu navazuje téma Instagram, kdy je představena historie této konkrétní sociální sítě a její využití a změny během let.

Třetí kapitola se věnuje poruchám příjmu potravy, kdy je stanovena jasná definice a poté jsou uvedeny příklady těch nejčastějších z nich. Tato kapitola také obsahuje podkapitoly týkající se sociálních sítí a poruch příjmu potravy nebo také rozšíření poruch příjmu potravy v době pandemie Covidu-19.

V metodologické části jsou popsány využití metody výzkumu a jsou definovány základní výzkumné otázky. Dále je nastíněn výběr vzorku a metoda sběru dat. Není opomenuto ani téma etiky, kdy v rámci složitosti a náročnosti tématu na psychiku, je toto téma neopomenutelné.

V neposlední řadě je velká část práce věnovaná obsahové analýze a také tematické analýze polostrukturovaných rozhovorů, které proběhly s vybranými influencerkami.

Jako poslední jsou prezentovány výsledky výzkumu, které jsou podloženy jak teoretickou částí práce, tak jednotlivými výpověďmi respondentek. Závěrem jsou představeny hlavní přínosy výzkumu.

# 1. Body image

Tématem body image se v historii zabývalo hned několik vědeckých oborů jako je například psychologie, medicína nebo neurofyziologie. Tyto vědecké obory se především zabývaly tělesným vzhledem a pojetím vlastního těla. Tyto výzkumy a jejich následné interpretace probíhaly především v zahraničí, kde se tomuto tématu věnovali dříve, než na našem území. Toto má za výsledek, že velké množství pojmů, které se týkají tohoto tématu, je v cizím jazyce anebo se nepřekládají například z angličtiny.<sup>1</sup>

Pokud bychom chtěli definovat pojem body image, můžeme použít definici Paula Schildera, který se tímto tématem zabýval ve 20. letech 20. století. Schilder byl psychiatr a pojmu se věnoval především z pohledu psychologického a sociologického. Ve své knize říká, že body image není pouze způsobem, jak vnímáme my sebe sama, ale také to, jak se chováme a přistupujeme k ostatním lidem. Tento pojem bere jako určitý mentální obrat našeho těla, který si vytváříme v naší mysli a následně nás tento obraz ovlivňuje. Především to, jak se cítíme vůči našemu tělu a také vůči tělu ostatních jedinců.<sup>2</sup>

Novák, který se tématu pojetí vlastního těla věnoval také, definuje body image jako určitý postoj daného jedince k vlastnímu tělu. Zahrnuje do této definice i to, jak se člověk vnímá, co se týče velikosti vlastního těla, jeho tvaru nebo také estetického vzhledu. Kromě pojmu body image obecně, definuje také negativní obraz těla. Vymezuje ho jako určitou tělesnou nespokojenost a nevhodné vnímání vlastního těla.<sup>3</sup>

U toho, jak se daný jedinec celkově vnímá hraje sebepojetí vlastního těla velmi důležitou roli. Každý má jiné představy o své vlastní výšce, váze nebo stavbě těla a představy o tom, jak vypadáme, když se na sebe podíváme do zrcadla jsou u každého odlišné. Často bývají tyto naše představy určitým smyslem ovlivňovány například ideálem krásy, který je ve společnosti uznáván.<sup>4</sup> I to může mít určitý dopad na to, jak své tělo vnímáme a případně jak ho chceme změnit.

Témata jako jsou tělesné sebepojetí nebo také vnímání vlastního těla jsou velice aktuálními

---

<sup>1</sup> FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-7. s. 16.

<sup>2</sup> SCHILDER, Paul in GROGAN, Sarah. *Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. 2nd ed. New York: Routledge, 2008, ISBN 0415358213. s. 3

<sup>3</sup> NOVÁK, Michal, 2010. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM. ISBN 978-80-7204-657-7. s. 21.

<sup>4</sup> FIALOVÁ, Ludmila, 2006. *Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. Praha: Grada. Psychologie pro každého. ISBN 80-247-1350-0. s. 51)

tématy, které se ve společnosti řeší na denní bázi. Existuje však mnoho faktorů mající vliv na vnímání vlastního těla nebo sebepojetí. Ve společnosti je po staletí, a to hlavně u žen, kladen velký důraz na péči o tělo, zdravý životní styl, ale především je tento důraz znát u fyzického vzhledu a atraktivity. Díky tomuto trendu mohou mít jedinci zkreslený pohled na své tělo a především na to, jak ho vnímají. Mohou v těchto případech vznikat i přehnané nároky, které mohou být způsobeny porovnáváním se svým okolím nebo také online na internetu. Tlak sociokulturního prostředí roste a díky němu roste také problematika tělesnosti.<sup>5</sup>

V případech, kdy se člověk vnímá negativně, respektive své tělo vnímá negativně, poté se může ve společnosti cítit, že není ve své kůži anebo že do ní nepatří. Často tyto pocity mohou eskalovat do takové míry, že se daný jedinec cítí být neatraktivním sám o sobě. Takovéto pocity je možné potlačit anebo nad nimi bude jedinec přemýšlet a hledat možnou změnu, kterou by mohl udělat na svém těle, aby pocity zmizely. Řešením pro tento problém, který často problémem není, ale daný člověk ho tak vnímá, mohou být například diety nebo plastické operace, které jsou v posledních letech velmi populární i u mladých lidí. Toto jednání může zapříčinit vznik různých duševních onemocnění anebo poruchy příjmu potravy.<sup>6</sup> Jak už bylo v této práci řečeno, tak nadměrná sebekritika k vlastnímu tělu může být spojena s ideálem krásy, který je zde po staletí. V posledních letech nebo spíše v posledním desetiletí, je tento ideál krásy značně ovlivněn internetem, médii a především sociálními sítěmi, na kterých si uživatelé mohou vybrat z velké škály ideálů krásy a následovat právě ten, který je v jejich očích ten ideální. Přitom vnímání toho, co je na člověku hezké a co se daným jedincům líbí je velmi subjektivní a každý krásu a krásno vnímá jiným způsobem. I v tomto případě lze říci, že zde existuje určitý vliv obsahu, který konzumujeme a také vliv trendů.<sup>7</sup>

Naopak kladné vnímání vlastního těla souvisí s psychickým, emocionálním a sociálním pohodlím. Navíc podporuje zdravější zvyklosti v oblasti stravování, fyzické aktivity a chování obecně.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> BALCEROVÁ, M. Tělo jako artefakt v postmoderní společnosti. Praha: Pražská vysoká škola psychosociálních studií, 2012.

<sup>6</sup> Derenne, J.L., Beresin, E.V. Body Image, Media, and Eating Disorders. *Acad Psychiatry* **30**, 257–261 (2006). <https://doi.org/10.1176/appi.ap.30.3.257>

<sup>7</sup> FISCHER, S. & ŠKODA, J. Sociální patologie: závažně sociálně patologické jevy, příčiny, prevence, možnosti řešení. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5046-0. s. 143

<sup>8</sup> Derenne, J.L., Beresin, E.V. Body Image, Media, and Eating Disorders. *Acad Psychiatry* **30**, 257–261 (2006). <https://doi.org/10.1176/appi.ap.30.3.257>

## 1.1. Body image u žen

Už od pradávna je velice běžné, že se ženy snaží uspokojit určitý ideál krásy, který je stanoven společností. Ideální vzhled ženského těla je stále závislý na kulturních normách a podléhá silnému tlaku reklamy a médií, které tento ideál určují. V dnešní době je dívkám už v raném věku vštěpována myšlenka, že jejich tělo je zbožím, kdy tento přístup může následně vést k problémům s vnímáním vlastního těla.<sup>9</sup> V dnešní době jsou v západních zemích často hubené ženy se štíhlým a úzkým pasem spojovány s různými pozitivními vlastnostmi jako je například elegance, atraktivita, sebekontrola, mládí, které jsou u žen často žádoucí. I po mnoho desetiletí a staletí bylo po ženách žádáno, aby se přizpůsobovaly určitému ideálu krásy, který byl stanoven společností a používaly k tomu různé prostředky jako jsou korzety nebo podvazování chodidel, aby dosáhly požadovaného tvaru těla. V dnešní moderní době se tento trend změnil. Korzety nahradily přísné diety, cvičení a plastické operace. Mnoho dívek, včetně velmi mladých, se snaží svůj vzhled ovlivnit ať už cvičením, tak přísnými dietami či později i plastickými operacemi. Velké množství žen také vnímá své tělo daleko tlustší, než ve skutečnosti je.<sup>10</sup> S tím souvisí ideál krásy a idealizace štíhlosti, kterým se tato práce věnuje v dalších částech.

## 2. Ideál krásy a idealizace štíhlosti

### 2.1. Ideál krásy

Koncept krásy a ideál krásy jsou subjektivními pojmy, které každý vnímá odlišně. Termíny jako „krásný“, „hezký“ nebo „působivý“ vyjadřují náš osobní estetický vkus. Obvykle používáme tyto termíny k tomu, abychom označili něco, co se nám líbí a považujeme to za pozitivní. Například oblíbené jídlo, čokoládu nebo poctivě získané bohatství. Když něco považujeme za krásné, tak nás to těší, i když to sami nemusíme nutně vlastnit. Je to zkrátka něco, co nás potěší.<sup>11</sup> Představy o ideálu krásy se v průběhu let mění. V pravěku byla za krásnou ženu považována například Věstonická Venuše, kdy ideálem krásy u žen byla plnější postava s širšími boky a křivkami. Nicméně dnes by byla tato žena nejspíše označena

---

<sup>9</sup> GROGAN, Sarah. *Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. New York: Routledge, 1999. ISBN 0-415-14784-0.

<sup>10</sup> WYKES, Maggie a Barrie GUNTER. *The media and body image: if looks could kill*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005. ISBN 0761942475. s. 4.

<sup>11</sup> ECO, Umberto, ed. *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ. Praha: Argo, 2005. ISBN 8072036777. s. 9-10.

jako žena při těle. S časem se ideál měnil a během gotického období byl ideál krásy ovlivňován především náboženstvím. Ženy se snažily vypadat skromně a bledě s hubenými končetinami.<sup>12</sup> Během renesance se vracíme zpět k antickému ideálu. U žen bylo normální a žádané, aby měly spíše kulaté tělo s plnými boky a ňadry, což vzbuzovalo vášeň. V barokním období to bylo velmi podobně jako v tom renesančním. U žen se velmi upřednostňovalo plnější tělo.

V 19. století se setkáváme hned s několika přístupy k ideálu krásy, které byly zcela odlišné. V první polovině 19. století bylo idealizováno ženské tělo, které mělo být křehké, jemné a okouzující. Velký důraz byl v tomto případě kladen na sociální postavení a také morální hodnoty. Kromě toho bylo samozřejmostí, že žena měla být krásná, upravená a prakticky dokonalá. Tělo ženy mělo vypadat jemně, což vedlo k tomu, že ženy měly být hubené, nemít vyrýsované svaly, a především nebýt plnoštíhlé. V průběhu století se objevil pravý opak tohoto ideálu, který říkal, že přílišná hubenost ženy může vést k tomu, že má žena určité zdravotní problémy.<sup>13</sup>

V minulém století se ideál krásy u žen měnil každých deset let. Často byl ovlivňován modelkami, které prezentovaly modely pro značky haute couture.

V dnešní době můžeme ideál krásy považovat za mnohotvárný, protože se přístup ke vzhledu neustále mění, a to hlavně u žen. Díky velkému rozšíření internetu se obsah, který konzumujeme šíří neuvěřitelnou rychlostí, a to i módní trendy, kdy často byly právě modelky těmi lidmi, které udávaly ideály krásy. Na počátku 21. století byly inspirací pro ideál krásy právě modelky, kdy velmi populární byla štíhlá žena, která má mezeru mezi vnitřními stehny. Během let se tento trend měnil a ideál krásy s ním. Přehlídková mola už nebyla zaplavena pouze štíhlými ženami, ale do koloběhu se také díky internetu a diverzitě dostaly i ženy, které tyto kritéria nesplňují a mají buď normální postavu anebo je můžeme zařadit dokonce do typu modelek, kterým se říká plus size. Dalším trendem je tzv. fitness ideál, který spočívá v transformaci svého těla pomocí cvičení a fitness.

Pokud bychom hledali jeden ideál krásy, podle kterého se dnešní svět řídí, hledali bychom marně. Díky velmi širokému spektru ideálů krásy, který nám dnešní svět nabízí, si daný

---

<sup>12</sup> FIALOVÁ, Ludmila. *Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. Praha: Grada, 2006. 92 s. ISBN 80-247-1350-0. s. 23

<sup>13</sup> FIALOVÁ, Ludmila. *Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. Praha: Grada, 2006. 92 s. ISBN 80-247-1350-0. s. 24

jedinec může vybrat ten, kterým se bude řídit a odpovídá jeho osobním preferencím. Každý člověk má svůj vlastní koncept ideálního vzhledu a každý má odlišný názor na to, co je pro něj krásnější.<sup>14</sup>

V dnešní době se často ideál krásy liší v každém průmyslu, kde je tělo důležitým faktorem pro vykonávání dané práce. Například v modelingovém průmyslu je stále za ideál krásy považována velmi štíhlá a vysoká žena, která má určité tělesné proporce. Není osvalená a nemá výrazné křivky. Dle průzkumu, který provedl Vogue Business v březnu 2023, bychom mohli téměř 96 % modelů a modelek, které šli přehlídky nejznámějších značek představujících nové kolekce pro podzim a zimu 2023, zařadit do výše uvedeného ideálu krásy pro modelingový průmysl.<sup>15</sup> Tento průmysl žije v jakési bublině dokonalého těla, kterou dlouhou dobu také zobrazovala známá Victoria's Secret Fashion Show, která se konala každoročně, a to od roku 1995. Tato přehlídka byla známá především nádhernými vizuály, krásnými modely ženského spodního prádla, ale také překrásnými hubenými modelkami, které se na tuto přehlídku připravovaly několik měsíců, aby dosáhly toho nejlepšího možného vzhledu. Tato světoznámá událost a jedna z nejkrásnějších přehlídek co se týče prezentace celkově byla v roce 2019 přerušena. V roce 2023 se však Victoria's Secret Angels mají vrátit zpět. Situaci pro značku Victoria's Secret ovlivnila nová značka Fenty x Savage. Tato přehlídka byla více inkluzivní, co se týče ženského těla. Kromě známých supermodelek, zde divák mohl vidět všechny barvy pleti, ale také různé typy postav. Tato událost velmi otřásla tehdejší společností a vznikl velký tlak na Victoria's Secret, aby byly také více inkluzivní. Jejich show byla však zrušena.<sup>16 17</sup> Dle mé vlastní analýzy a sledování celkové situace týkající se tohoto trhu lze konstatovat, že i přes velké nepokoje na sociálních sítích v roce 2019 a velmi dramatické situace týkající se Victoria's Secret show a inkluzivity v oblasti body image, se modelingový průmysl nezměnil. Otázkou v tomto případě zůstává, zda by se modelingový průmysl změnil, pokud by nenastala pandemie v roce 2020, většina velkých událostí byla zrušena a tedy pozastavena. Pozornost společnosti se obrátila na jiná

---

<sup>14</sup> CRUZ, Josephine. Model Behaviour: How the New Wave of Models Is Challenging Old Beauty Standards. *MissBish* [online]. 24. 3. 2020 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://missbish.com/model-behaviour-new-wave-models-challenging-old-beauty-standards/>

<sup>15</sup> *The Vogue Business Autumn/Winter 2023 size inclusivity report* [online]. 2023 [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.voguebusiness.com/fashion/the-vogue-business-autumnwinter-2023-size-inclusivity-report>

<sup>16</sup> *Why the Victoria's Secret Fashion Show Was Canceled* [online]. 2019 [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://variety.com/2019/tv/news/victorias-secret-fashion-show-canceled-why-1203413186/>

<sup>17</sup> *Women Were Incredibly Moved by Rihanna's Savage X Fenty Show* [online]. 2019 [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-week/a29143403/rihanna-savage-fenty-show-2019-reactions-reviews/>



témata a přestal se klást důraz na inkluzivitu v tomto odvětví. Jak už výše uvedený průzkum Vogue Business uvádí, necelých 5 % modelů či modelek mělo jiné tělo než uvedený modelingový ideál.

Kromě ideálů krásy tvořené lidmi z různých odvětví, je zde také lékařský ideál krásy. Ten tvrdí, že zdraví a udržení kondice v určitých normách a v rámci tabulek je důležitější než vzhled samotný. Lidé by neměli být ani extrémně tlustí ani extrémně hubení, ale někde mezi tím. Ve sportu a kulturistice se obecně preferuje vysportovaná postava s viditelnými svaly. U žen a mužů se však tento ideál mění v závislosti na specifické zaměření v tomto oboru a na disciplíně ve které například soutěží.<sup>18</sup>

Způsob, jakým krásu vnímáme, je ovlivněn vnějšími faktory, jako jsou kultura našeho okolí, typ výchovy nebo také společnost ve které se pohybujeme a kým se obklopujeme. Náš věk a obraz sebe sama má vliv na chápání naší krásy a našeho tělesného ideálu. Koncept krásy se pro každého jedince mění a vyvíjí v průběhu let. V mládí se nám může líbit něco jiného než v pozdějším věku. Kromě výše uvedených faktorů mají také média a komunikační prostředky silný vliv na to, jak ideál krásy vnímáme. V dnešní době žije většina mladých lidí kromě svého reálného života, také život na sociálních sítích, kde se svým způsobem prezentují. Kromě určitého druhu sebereprezentace mohou také sledovat ostatní uživatele z celého světa, což může mít značný vliv na jejich vlastní sebereprezentaci, ale také na vnímání jejich vlastního těla.<sup>19</sup>

### 3. Definice médií

Média patří v dnešní době mezi často využívané termíny. Původ tohoto slova bychom našli v latině, a to ze slova prostředek nebo také prostředník.<sup>20</sup> Tento výraz je běžným termínem, který je využíván jak v oblastech vědy anebo sociální komunikace.

Médium představuje něco, co zprostředkovává pomocí něčeho, určité sdělení, a to vede k umožnění komunikace. V tomto případě bychom do médií mohli zahrnout například jazyk, tisk, verbální či neverbální komunikaci, sociální sítě, rozhlas nebo také televizní vysílání. Tyto druhy médií můžeme rozdělit do čtyř kategorií, a to podle druhu komunikačního

---

<sup>18</sup> FIALOVÁ, Ludmila. *Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. Praha: Grada, 2006. 92 s. ISBN 80-247-1350-0.

<sup>19</sup> WYKES, Maggie a Barrie GUNTER. *The media and body image: if looks could kill*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005. ISBN 0761942475.

<sup>20</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

prostředku, který dané médium využívá. Primární média jsou především nástroje, které jsou nezbytné pro komunikaci, jako jsou jazyk nebo neverbální komunikace. Sekundární média umožňují určitý záznam nebo přenos daného sdělení. Ku příkladu kresby v jeskyních, kouřové signály anebo také pošta. Jako terciální média nebo také masová média označujeme média, díky kterým můžeme daná sdělení komunikovat k masám lidí. Je to periodický tisk, rozhlas nebo televize. S postupem času se k terciálním médiím přidala i média kvartální, která můžeme nazývat jako síťová. Tato média dokážou propojovat interpersonální komunikaci.<sup>21</sup>

V dnešní době je téměř veškeré naše poznání o okolním světě získáváno prostřednictvím médií, které mimo jiné formulují naše soukromé životy. Mají tedy velmi zásadní roli v našem životě. Tyto poznatky poukazují na to, jak jsou média v dnešním světě nezbytná a klíčová pro jeho fungování.<sup>22</sup> Avšak tyto nové informační a komunikační technologie, které společnost využívá, se rychle šíří a přichází s nimi i rizika, která se týkají kulturních, sociálních nebo mravních aspektů života v moderní společnosti. Média mohou mít velký vliv na to, jak se daný jedinec vnímá a jak vnímá nejen své tělo, ale také jak se cítí. Jak už bylo v této práci uvedeno, tak mají média zásadní roli v konstruování našeho každodenního života a na utváření našich sociálních identit.<sup>23</sup> S tímto sdělením souhlasí také Jiráček a Köpplová. Kdy ve své publikaci popisují moderní společnost jako nový kulturní rozměr, který radikálně mění naši představu o světě. Kromě kulturního kontextu, který je omezen naší fyzickou realitou, existuje také kulturní prostředí mediálně zprostředkovaných zážitků.<sup>24</sup>

McQuail definoval masová média jako komunikační prostředky, které umožňují komunikaci na velkou vzdálenost hned s několika příjemci najednou.<sup>25</sup> Jiráček s Köpplovou uvádí, že hlavním rozdílem mezi masovými a síťovými médii je ten, že v masových médiích na rozdíl od těch síťových, probíhá jednosměrná komunikace – tedy jeden účastník komunikace sdělení vysílá a ten druhý jej přijímá. Masová média jsou určena také především pro lidi,

---

<sup>21</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3. s. 36-37.

<sup>22</sup> MACEK, J. *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011. ISBN 978-80-7464-025-4.

<sup>23</sup> tamtéž

<sup>24</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3. s. 36-37.

<sup>25</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. s. 16.

kteřé nemají silné sociální vazby a nejsou na sobě nijak navázaní.<sup>26</sup> Masová média také nabízí své obsahy průběžně a obsahy v těchto médiích jsou většinou populární a univerzální. Dalším znakem masových médií je také přístup k neomezenému množství konzumentů, kdy díky distribučním, organizačním a technickým dovednostem, se tento druh médií dokáže dostat k velké mase lidí, která jej konzumuje.<sup>27</sup>

Vývoj společnosti, vědy a techny dal za vznik nové kategorii médií, která jsou velmi podobná těm masovým, ale v tomto případě zde neprobíhá jednostranná komunikace. Síťová média oproti těm masovým umožňují nejen masovou komunikaci na konzumenty, ale také zde dochází k interpersonální komunikaci s danými uživateli. Síťová média se nazývají, protože dokáží propojit velkou síť uživatelů a vytváří tedy určitou komunikační síť. V této síti může daný uživatel fungovat buď jako konzument nebo také jako poskytovatel komunikačního sdělení. U masových médií jsme si díky nástupu médií síťových mohli všimnout, že se často věnují oběma druhům těchto médií. Pomocí propojení těchto dvou kategorií, dokáže daný titul zasáhnout daleko větší masu lidí, než kdyby se daný titul prezentoval pouze jako periodický tisk. Jev médií síťových je možný díky počítačovým sítím, které fungují jako jakési propojení uživatelů a komunikaci.<sup>28</sup> Mezi příklady takových sítí patří například Facebook, Instagram, TikTok, ICQ, Skype, e-mail a další.<sup>29</sup>

### 3.1. Sociální sítě

Žijeme v době, kdy se sociální sítě staly nedílnou součástí našeho každodenního života. Sociální sítě jsou přitom v dnešní digitální éře považovány za jednu z hlavních internetových platforem pro získávání informací, komunikaci a socializaci. Tyto služby nám umožňují, že můžeme komunikovat prostřednictvím internetu rychle a efektivně. Největší výhodou sociálních sítí je komunikace probíhající v reálném čase.

Aplan a Haenlein definují sociální sítě jako onlinová sociální média, jejichž funkčnost spočívá v rámci Webu 2.0. Tyto média jsou primárně určena k vytváření obsahu a sdílení tohoto obsahu mezi uživateli. Tyto platformy je kromě sdílení informací, také možné

---

<sup>26</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4. s. 21.

<sup>27</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3. s. 21.

<sup>28</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4. s. 23.

<sup>29</sup> JIRÁK, Jan a Helena PAVLIČÍKOVÁ. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. Praha: Powerprint, 2013. ISBN 978-80-87415-70-2.

komunikovat mezi uživateli, a to především prostřednictvím chatů, fotografií, videí, statusů, líků nebo komentářů. Všechny tento obsah nebo výstupy jsou následně uživateli využívány, aby utvořili jejich názor či přímo osobní zkušenost.<sup>30</sup>

Pavliček uvádí, že sociální síť daných uživatelů je tvořena na základě rodinných vazeb, společenských zájmů nebo jiných důvodů, které mohou spojovat dané uživatele. V oblasti Webu 2.0. je můžeme definovat jako určité sociální systémy, ve kterých je možné si vytvářet seznamy přátel nebo kontaktů.<sup>31</sup>

Kromě toho mohou tyto sítě také umožňovat otevřenou výměnu informací pomocí konverzací a interakcí. Byť zkušenost každého uživatele na kterékoliv sociální síti je jiná. Každý uživatel si může individuálně vybrat co nebo koho bude na sítích sledovat, na čem jim záleží a jaký obsah chtějí, aby se jim zobrazoval nebo naopak jaký obsah chtějí skrýt.

Ze sociologického hlediska je definice poměrně jasná a plyne už z odstavců výše – sociální sítě jsou sítě propojených aktérů, ať už jsou to jednotlivci nebo celé organizace, kteří navzájem buď udržují nebo neudržují přímě či nepřímé vazby.<sup>32</sup>

Díky sociálním sítím se mohou propojovat lidé z celého světa z pohodlí svého domova. Tyto platformy nám umožňují se například podívat, co se děje v jiných zemích bez toho, aniž bychom opustili pohodlí své pohovky.

Mezi nejoblíbenější sociální sítě dnešní doby patří TikTok, Instagram, Facebook, Pinterest nebo Twitter. Tato práce se bude zaměřovat na sociální síť Instagram a v další kapitole ji přiblíží.

## 3.2. Instagram

Jak už bylo zmíněno v předchozí kapitole, tak pro tuto práci je stěžejní sociální síť Instagram, které se budeme věnovat.

Tato sociální síť vznikla jako projekt dvou studentů Stanfordské univerzity v roce 2010. Už během prvních dní se na tuto sociální síť registrovalo několik tisíc lidí. V dnešní době ji

---

<sup>30</sup> APLAN, A. & HAENLEIN, M. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 2010. 10.1016/j.bushor.2009.09.003.

<sup>31</sup> PAVLIČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1. s. 125.

<sup>32</sup> URBAN, Lukáš. *Sociologie: klíčová témata a pojmy*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5774-2. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/kniha/sociologie-2982/>.

používá více než 800 milionů uživatelů měsíčně a už po roce užívání byla aplikace vyhlášena aplikací roku (to už v roce 2011).<sup>33</sup>

Tato aplikace je primárně používána prostřednictvím chytrých telefonů, ale lze se na ni připojit i na počítači. Platforma původně sloužila ke sdílení fotografií v reálném čase. Tzn. člověk mohl pomocí aplikace vyfotit fotografii, aplikovat nabízené filtry a poté je sdílet na svůj profil. Profil uživatele mohli sledovat přátelé nebo kdokoliv, kdo znal uživatelské jméno daného člověka. Kromě toho aplikace umožňovala také interakci s okolím prostřednictvím likes a komentářů. Postupem času se ale samotná aplikace začala rozvíjet a s ní také všechny možnosti, které na aplikaci můžeme najít. Z fotografií, které jste mohli přidat pouze v reálném čase se později staly fotografie, které jste mohli přidat zpětně, a tedy aplikace pomalu začala měnit svou identitu.<sup>34</sup>

V roce 2012 zakoupil tuto společnost Facebook a další rok se stal pro Instagram zlomovým. Kromě toho, že se aplikace snažila reagovat a stále se snaží reagovat na aktuální trendy ostatních aplikací a přetransformovávat své prostředí tak, aby uživatel stále zůstal na této sociální síti, tak se také v roce 2013 otevřela placenému obsahu. Původně sloužila aplikace pouze na sdílení fotografií, později po velké úspěšnosti aplikace Vine, která již dnes neexistuje, umožnila svým uživatelům sdílet krátká 15sekundová videa. Instagram se tedy snažil a stále snaží držet krok s dobou a aplikaci rozvíjet. Po velké úspěšnosti aplikace Snapchat, přidal Instagram do svého repertoáru také Instagram stories – což jsou fotografie, či videa, která si na svůj profil přidáte na 24 hodin a poté zmizí. Poslední reakcí na velmi úspěšnou síť, bychom mohli považovat za reakci na sociální síť TikTok, která v posledních letech zažívá velký růst. Tato sociální síť se soustředí především na krátká videa a hlavní stránka této aplikace je tvořena pouze video obsahem. Reakce Instagramu byla jasná, vytvořila podobné prostředí na své platformě. Dolní lišta hlavní stránky se změnila a vznikly tak Instagram Reels, což jsou krátká, až 1,5 minuty dlouhá videa, která mohou uživatelé upravovat přímo v aplikaci, přidávat k nim hudbu a později je publikovat na svůj profil.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Co je to Instagram: Centrum nápovědy Instagramu. *Instagram* [online]. 2023, 2023 [cit. 2023-05-28]. Dostupné z: <https://help.instagram.com/424737657584573>

<sup>34</sup> ZAPPAVIGNA, Michele, Brydie K WILLBURGER a Lenny R VARTANIAN, 2017. Social media photography: construing subjectivity in Instagram images [online]. 20(4), 1380-1395 [cit. 2023-06-01]. DOI: 10.1177/1470357216643220. ISBN 1470-3572. ISSN 1461-4448. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1470357216643220>

<sup>35</sup> Introducing Instagram Reels [online]. [cit. 2023-07-26]. Dostupné z: <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>

Aplikace se měnila a stále se mění v průběhu let, ale několik věcí zůstává stejných. Uživatelé mohou publikovat fotografie či videa a reagovat na ně. Kromě toho mohou používat hashtagy, což jsou v podstatě takové kategorie, podle kterých můžeme na aplikaci najít obsah, který nás zajímá.

Pokud bychom se vrátili k začátkům této sociální sítě, co se týče obsahu, tak bychom zaznamenali největší změnu hned v začátcích, kdy aplikace umožnila uživatelům fotografie publikovat na svůj profil zpětně, a ne v reálném čase. Díky postprodukcí tohoto obsahu je způsobeno, že obsah nejen ztrácí na své reálnosti a aktuálnosti, ale je zde možnost, že se v tomto případě uživatelé neztotožňují s realitou, která je na síti zobrazována.<sup>36</sup> Sociální síť se začala během let měnit a pocítili to i uživatelé. Na síti se začal objevovat více líbivý obsah, protože se sami uživatelé snažili, aby se jejich obsah líbil okolí, které je sleduje. Sociální síť fungovala a stále funguje na určitém algoritmu, který začal dávat do popředí obsah, který měl větší potenciál líbit se více lidem. Tak začaly vznikat stereotypy a ideály, které často nebyly reálné. Čím více je daný uživatel konzumoval, tím více se mu na této síti začaly zobrazovat. Častější zobrazování obsahu tohoto typu může mít za následek rostoucí obavy ohledně vzhledu svého vlastního těla. Z Instagramu se v tomto případě stal módní časopis, ve kterém byly zobrazovány krásná těla, krásné fotografie a pěkné obličejy nejen dívek, ale také chlapců.<sup>37</sup>

### 3.2.1. Sebeprezentace na Instagramu

Jak už bylo v této práci řečeno, tak Instagram je sociální síť, která primárně slouží a sloužila od svého založení k přispívání nebo postování fotografií a videí. S rostoucím počtem uživatelů se měnili také nároky na sociální síť a na její obsah. Instagram se stal určitou součástí našich životů a probíhá zde sebeprezentace toho, kdo jsme, prostřednictvím našeho profilu na této síti. Na platformě postupem času začali všichni žít tzv. „dokonalým životem“. Ve většině případů uživatelé publikují nebo publikovali pouze fotografie, které byly svým způsobem krásné – ty nejlepší fotografie, ty nejzajímavější zážitky, ty nejhezčí obrázky svých přátel nebo sebe. Díky této sociální síti si člověk dokázal utvořit online osobu,

---

<sup>36</sup> TIGGEMANN, Marika a Ksenia ZINOVIEV. The effect of #enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image. *Body Image* [online]. 2019, **31**, 131-138 [cit. 2023-05-28]. DOI: 10.1016/j.bodyim.2019.09.004. ISSN 17401445. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144519300981>

<sup>37</sup> SERAFINELLI, Elisa. *Digital life on Instagram: new social communication of photography*. North America: Emerald Publishing, [2018]. ISBN 978-1-78756-495-4. s. 163.

kteřá v reálném životě nemusela vůbec existovat.<sup>38</sup> Mnoho žen i mužů přiznalo, že stráví poměrně velké množství času fotografováním a upravováním následných produktů, které na tuto sociální síť publikují. Tato síť se tedy stala jakýmsi nerealistickým prostředím, kdy jsou zde prezentovány jak realistické, tak také často velmi nereálné ideály krásy.<sup>39</sup>

Radikalitu této sociální sítě si však často ani daný uživatel neuvědomuje. Zasahuje nám do našeho života tak moc, že jsme tento fakt začali pokládat za naprosto standartní postup a normální život. Například před několika lety nebylo běžné, že před každým jídlem si vyfotíme daný pokrm, aranžujeme celý stůl tak, aby fotografie byla esteticky uspokojuvavá a poté předpokládáme a čekáme, že dostaneme pozitivní ohlasy od publika, které na sociální síti máme.<sup>40 41</sup>

Pokud bychom se zaměřili pouze na obsah, který na tuto sociální síť uživatelé přidávají, tak se jejich styl jednoznačně během let mění. V této práci se budeme zabývat jak obsahem, který influencerky na sociální síť přidávaly, tak také obsahem, který přidávají dnes. Proto je důležité si projít retrospektivu obsahu celkově. Mezi jedny z nejpoblárnějších fotografií patřily a stále patří selfies – velmi poblární jsou hlavně u mladých a uživatelé fotografují sami sebe. Kromě toho se na sociální síti uživatelky a uživatelé fotí sami nebo je někdo fotí. Na síti, jsou tedy zobrazovány i fotografie celých postav a nejen obličeje.<sup>42</sup> Avšak všechny fotky mají jedno společné – měly by vypadat dokonale. Na síti existovalo nepsané pravidlo, že fotografie by měla vypadat hezky na první pohled. Jelikož se uživatelé na sítích navzájem od sebe učí a inspirují se, tak tomu nebylo jinak i v prostředí Instagramu.<sup>43</sup> Uživatelé se díky jiným uživatelům učili, jak pózovat na fotkách, jak si fotografie upravit apod. Díky tomu se například uživatelky naučily, jak vypadat na fotografiích štíhlejší, než doopravdy jsou. Vytvářejí tak online personu, která v reálném světě neexistuje. Touto problematikou se

---

<sup>38</sup> SERAFINELLI, Elisa. *Digital life on Instagram: new social communication of photography*. North America: Emerald Publishing, [2018]. ISBN 978-1-78756-495-4. s. 163.

<sup>39</sup> TIGGEMANN, Marika a Ksenia ZINOVIEV. The effect of #enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image. *Body Image* [online]. 2019, **31**, 131-138 [cit. 2023-05-28]. DOI: 10.1016/j.bodyim.2019.09.004. ISSN 17401445. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144519300981>

<sup>40</sup> SERAFINELLI, Elisa. *Digital life on Instagram: new social communication of photography*. North America: Emerald Publishing, [2018]. ISBN 978-1-78756-495-4. s. 40.

<sup>41</sup> PILAŘ, Ladislav, Lucie Kvasničková STANISLAVSKÁ, Roman KVASNIČKA, Richard HARTMAN a Ivana TICHÁ, 2021. Healthy Food on Instagram Social Network: Vegan, Homemade and Clean Eating. *Nutrients*. Basel: MDPI, 13(6). ISSN 2072-6643. Dostupné z: doi:10.3390/nu13061991

<sup>42</sup> MARWICK, Alice E. Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy. *Public Culture* [online]. 2015, **27**(1 75), 137-160 [cit. 2020-04-28]. DOI: 10.1215/08992363-2798379. ISSN 0899-2363. Dostupné z: [https://read.dukeupress.edu/public-culture/article/27/1\(75\)/137-160/31071](https://read.dukeupress.edu/public-culture/article/27/1(75)/137-160/31071). s. 141.

<sup>43</sup> SERAFINELLI, Elisa. *Digital life on Instagram: new social communication of photography*. North America: Emerald Publishing, [2018]. ISBN 978-1-78756-495-4. s. 163.

zabývalo hned několik autorů. Například Tiggermann zjistila, že počet likes na sociální síti Instagram má určitý efekt na spokojenost s vlastním tělem u žen. Tento výzkum také ukázal, že pokud jsou ženy dlouhodobě vystavovány hubenému ideálu krásy, jsou více nespokojené s vlastním tělem.<sup>44</sup> Problematikou se také zabývala Fardouly, která zkoumala, zda časté používání sociální sítě Instagram vede k tomu, že se ženy cítí negativně ve svém vlastním těle. Ve svém výzkumu zjistila, že nadměrné využívání sociální sítě Instagram vede k problematickému vztahu k sobě samotné.<sup>45</sup>

Během let proběhly také experimentální studie, které se věnovaly především tomu, jaký mohou mít dopad na vnímání vlastního těla filtry. Tato studie ukázala, že pokud jsou na ženské portréty aplikovány filtry, které jim například vyhladí pleť, odstraní vrásky nebo jim celkově upraví tělesné proporce. Pokud jsou dívky vystaveny těmito fotografiím, které jsou upravené, vede to k větší nespokojenosti s vlastním tělem u dívek více, než když se dívaly na fotografie neupravené.<sup>46</sup>

K sebeprezentaci na Instagramu patří také pohled na své vlastní tělo a ke vztahu k němu samotnému. Rozdílem mezi tradičními masovými médii a sociálními sítěmi je ten, že nesledujete pouze celebrity, ale také normální lidi, a tedy vztah mezi vámi jako konzumentem a producentem obsahu například na Instagramu se může zdát, že je více osobní. Můžete s člověkem, kterého sledujete interagovat – to se v prostředí masových médií nestává. V důsledku tohoto jevu se zvyšuje pravděpodobnost, že lidé si na sociálních sítích vytvářejí silnější emocionální pouta k uživatelům, které sledují. Dokáží totiž nahlížet do soukromí daných uživatelů a mají pocit, že je znají lépe než celebrity, které vidí v médiích.

Sociální sítě jsou prostředím, které nám umožňuje srovnávat sebe, své tělo, životní styl s velkým množstvím lidí. Mohou být ve stejném věku, vypadat podobně či mít podobný životní styl.

Leon Festinger publikoval v roce 1954 teorii sociálního srovnávání, která navazuje na výše

---

<sup>44</sup> TIGGEMANN, Marika a Ksenia ZINOVIEV. The effect of #enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image. *Body Image* [online]. 2019, **31**, 131-138 [cit. 2023-05-28]. DOI: 10.1016/j.bodyim.2019.09.004. ISSN 17401445. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144519300981>

<sup>45</sup> FARDOULY, J. & WILLBUGER B. K., VARTANIAN, L. R. Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*. 2018;20(4):1380-1395. doi:10.1177/1461444817694499

<sup>46</sup> TIGGEMANN, Marika a Ksenia ZINOVIEV. The effect of #enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image. *Body Image* [online]. 2019, **31**, 131-138 [cit. 2023-05-28]. DOI: 10.1016/j.bodyim.2019.09.004. ISSN 17401445. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144519300981>



uvedená tvrzení. Tato teorie říká, že každý člověk touží po objektivním posouzení našich schopností a dovedností. Pokud se však nedokážeme sami objektivně zhodnotit, hledáme uspokojení této potřeby ve srovnání s jinými lidmi. Snažíme se pak přizpůsobit skupině, která je nám nejpodobnější.<sup>47</sup>

## 2 Influenceri

Pro pochopení této práce je potřeba vysvětlit pojem influencer, který má klíčový význam v této práci. Slovo influencer pochází z angličtiny a kořen slova najdeme ve slově „influence“, což v českém překladu znamená „vliv“ nebo „ovlivňovat“.<sup>48</sup> Lze jím tedy označit jedince, který má na sociálních sítích větší skupinu sledujících a tím je ovlivňuje. McCorquodale definuje influencera jako osobu, která si prostřednictvím sdílení obsahu na internetu vytvořila své vlastní digitální publikum.<sup>49</sup> Influenceri mohou být významné nebo známé osobnosti, které představují ve společnosti určitou autoritu - např. politici, akademici, spisovatelé, novináři nebo celebrity. Díky nástupu internetu se influencerem může stát prakticky každý. Influencer již nemusí být pouze celebritou nebo blogerem s velkým počtem sledujících. Influencerem může být člověk nebo v dnešní době i zvíře, které dokáže využít svůj hlas či vizáž k vyprávění určitého příběhu tak poutavě, že dokáže ovlivňovat lidské postoje k daným věcem či k nákupnímu chování.<sup>50</sup> Fenoménu jsme si mohli poprvé všimnout už s nástupem blogovacích platforem a postupem času se rozšířil na sociální sítě. Popularita tohoto pojmu roste a stejně tak oblíbenost obsazování influencerů v reklamách.<sup>51</sup> Dříve se dnešním influencerům říkalo blogeri a později se s nástupem dalších platforem tyto tvůrci obsahu přesunuly na jiné platformy. Z pohledu marketingu mohou mít influenceri vliv na jednotlivce, se kterými komunikují. Kromě toho můžou tyto tvůrci obsahu ovlivňovat názory miliónu lidí, díky možnostem internetu.<sup>52</sup>

---

<sup>47</sup> GROGAN, Sarah. *Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. New York: Routledge, 1999. ISBN 0-415-14784-0. s. 100-101.

<sup>48</sup> HERMIDA, Alfred. *Tell Everyone: Why We Share and Why It Matters*. Toronto: Doubleday Canada. 2014. ISBN 03-856-7956-4.

<sup>49</sup> MCCORQUODALE, Sara. *Influence : How Social Media Influencers Are Shaping Our Digital Future*. London: Bloomsbury Publishing, 2021. ISBN 9781472971999. s. 11.

<sup>50</sup> POPHAL, Lin. INFLUENCER MARKETING: TURNING TASTE MAKERS INTO YOUR BEST SALESPEOPLE. EContent [online]. 2016, 39(7), s. 18-22 [cit. 2023-07-13]. ISSN 15252531.

<sup>51</sup> ABIDIN, Crystal. Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and# OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 2016, 161.1: 86-100. DOI: 10.1177/1329878X16665177. ISSN 1329-878X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1329878X16665177>

<sup>52</sup> BALABAN, Delia, Ioana IANCU, Maria MUSTĂŢEA, Anișoara PAVELEA a Lorina CULIC. What Determines Young People to Follow Influencers? The Role of Perceived Information Quality and

Koncept názorových vůdců je prezentován například v rámci studie voleb v USA s názvem „The People’s Choice“. Tato studie zjistila, že se většina voličů rozhodovala, koho bude ve volbách podle názoru svého blízkého, s jehož názorem se dokážou více ztotožnit. V tomto případě je tento člověk označován za názorového vůdce.<sup>53</sup>

Influenceri jsou často vnímáni jako upřímným a důvěryhodným zdrojem informací a doporučení. Podobají se totiž normálním lidem a jsou jako „my ostatní“.<sup>54</sup> V publikaci Abidina je upozorněno na fenomén mladých žen, které se staly na sociálních sítích mikro-celebritami. Tyto ženy nejsou tradičním produktem zábavního průmyslu jako celebrity. Jsou to nýbrž ženy nebo dívky, které jsou autentické ke svému publiku. Přidávají na sociální síť svůj každodenní život a uživatel se s tím dokáže ztotožnit natolik, že se rozhodne tyto influencerky sledovat.<sup>55</sup>

Mezi další vlastnosti influencerů patří například self-branding. Což je v tomto případě posílení své vlastní značky tak, aby přitáhlo potřebné publikum. Posilování značky probíhá například pomocí dokonalého vzhledu profilu nebo osoby jako takové, značkového oblečení nebo například cestování na luxusní místa.<sup>56</sup>

Fenoménem influencerů se také zabýval český autor Karlíček. V jeho publikaci *Základy marketingu* se věnuje pojmu influencer a definuje je jako osoby, které vytváří nebo také přijímají nové trendy. Dle autora mohou mít influenceri také poměrně silný vliv na své okolí a dokáží pomocí své persony a svých názorů mít určitý vliv na ostatní.<sup>57</sup> Kromě Karlíčka se tomuto fenoménu také věnovali Řezníček a Procházka, kteří je definují jako vlivné lidi v určitém oboru. Ti influencersy definují jako vlivné lidi v určitém oboru. Berou influencersy jako součást obsahového marketingu. V jejich publikaci uvádějí charakteristické body pro influencersy, které definují influencersy poměrně přesně. Uvádějí, že tito tvůrci se pravidelně

---

Trustworthiness on Users’ Following Intentions. *Romanian Journal of Communication and Public Relations* [online]. 2021, 22(3), 5–19 [cit. 2023-07-16]. ISSN 2344-54

<sup>53</sup> KATZ, Elihu a Paul LAZARFELD. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Routledge, 2005. ISBN 978-1412805070. s. 19.

<sup>54</sup> DUFFY, Brooke Erin a Emily HUND. “*Having it All*” on Social Media: *Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers*. *Social Media + Society* [online]. 2015, 1(2) [cit. 2023-7-12]. ISSN 2056-3051. Dostupné z: doi:10.1177/2056305115604337.

<sup>55</sup> ABIDIN, Crystal. Visibility labour: Engaging with Influencers’ fashion brands and# OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 2016, 161.1: 86-100. DOI: 10.1177/1329878X16665177. ISSN 1329-878X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1329878X16665177>

<sup>56</sup> MARWICK, Alice Emily. *Status update: celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New Haven: Yale University Press, [2013]. ISBN 978-0300176728.

<sup>57</sup> KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. Praha: Grada, 2018.

a často vyjadřují k problémům a novinkám z jejich daného oboru. Okolo sebe mají také vybudovanou komunitu lidí, kteří je na jejich sociálních sítích následují, sledují, čtou nebo obecně konzumují co píšou, přispívají apod. Jsou také vnímáni kapacitami svého oboru a dokážou svým názorem ovlivnit názory ostatních.<sup>58</sup>

Pokud bychom tento příklad aplikovali do praxe, tak se můžeme podívat na dceru zpěváka Lionela Richieho. Sofia Richie měla tento rok svatbu, která proběhla sociálními sítěmi podobně jako královská svatba. Sofia se díky videím, které postovala na sociální síť TikTok, stala virální. Na videu ukazovala svůj běžný make-up, který nosí každý den. Lidí si jí natolik oblíbili, že se stala influencerem prakticky přes noc. Produkty, které používala na svou pleť byly v mnoha zemích vyprodané.<sup>59</sup> Podobná situace se stala koncem minulého a začátkem tohoto roku, kdy Alix Earle – dívka z USA, která publikovala obsah na sociální síť, se stala virální. Stačilo jí několik týdnů, aby získala nespočet fanoušků na všech platformách.<sup>60</sup> Pokud bychom na tento příklad aplikovali všechnu výše uvedenou teorii, tak Alix vyniká tím, že je autentická. Jak už bylo v práci uvedeno, tak konzumenti obsahu influencerů mají nejraději ten obsah, se kterým se dokážou ztotožnit.

### 3 Poruchy příjmu potravy

Poruchy příjmu potravy jsou úzce spjaty s tématem této práce, a proto jim budeme věnovat jednu kapitolu. Poruchy příjmu potravy často označovány zkratkou PPP jsou často spojovány s obavami z tloušťky.<sup>61</sup> Tyto poruchy mohou být spojovány s velkou pozorností ke svému vlastnímu tělu, tělesné hmotnosti, vzhledu. Jsou to poruchy stravování s vážnými důsledky jak pro fyzické, tak pro psychické zdraví. PPP mají také dalekou historii, kdy hladovění nebo omezený příjem potravin byl součástí náboženských obřadů nebo protestů. Za nerealistickým vnímáním svého vlastního těla může být například strach z odlišnosti nebo pochybnost o vlastním vzhledu či atraktivitě.<sup>62</sup> Lidé, kteří těmito nemocemi trpí, se

---

<sup>58</sup> ŘEZNÍČEK, Josef; PROCHÁZKA, Tomáš. *Obsahový marketing*. Brno: Computer Press, 2014.

<sup>59</sup> *Sofia Richie Grainge's Wedding Caused Nudestix Sales to Soar* [online]. WWD [cit. 2023-07-15]. Dostupné z: <https://wwd.com/beauty-industry-news/beauty-features/sofia-richie-grainges-wedding-caused-nudestix-sales-to-soar-1155-percent-1235638241/>

<sup>60</sup> *Who Is Alix Earle? All About the Viral TikTok Sensation* [online]. People [cit. 2023-07-17]. Dostupné z: <https://people.com/style/who-is-alix-earle-tiktok-makeup-star/>

<sup>61</sup> VÁGNEROVÁ, Marie, 1999. Psychopatologie pro pomáhající profese: variabilita a patologie lidské psychiky. Praha: Portál. ISBN 80-717-8214-9. s. 119-124.

<sup>62</sup> FIALOVÁ, Ludmila, 2006. *Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. Praha: Grada. Psychologie pro každého. ISBN 80-247-1350-0.

často zabývají tím, jak vypadají, jaká je jejich tělesná hmotnost a neustále se snaží zhubnout nebo si udržet stávající váhu.<sup>63</sup> Avšak každý člověk má svůj jedinečný způsob vnímání a hodnocení svého vlastního těla. Každý člověk má také specifickou PPP, kdy vyvolávač poruchy může být vždy něco jiného. Avšak jedna věc je u všech lidí, kteří si poruchou prošli stejná – jejich vlastní představa o těle neodpovídá realitě tomu, jak daný člověk vypadá. Tato zkreslená vnímání jsou subjektivní. To, jak daný člověk vnímá své tělo, je reakcí na to, jaký má vztah k sobě samému.<sup>64</sup> O poruše příjmu potravy bychom mohli také hovořit v případě, když jedinec používá jídlo jako prostředek k řešení svých problémů. Ku příkladu vyvolaných stresem nebo našimi emocemi. Bohužel emoce nejsou jediným faktorem za vznikem poruch příjmu potravy. Roli zde také hraje společnost a společenský tlak na jedince, kdy se neustále obklopujeme obrovským množstvím obsahu, který konzumujeme.<sup>65</sup> Mezinárodní klasifikace nemocí v rámci PPP rozlišuje především mentální anorexii a mentální bulimii. Mezi charakteristická znaky obou těchto poruch patří extrémní strach z tloušťky, nadměrná snaha o dosažení štíhlosti a nespokojenost s vlastním tělem. PPP mohou dále vézt k dalším problémům, které si člověk vytvoří, kvůli tomu, jak se stravuje či nestravuje v tomto období. Poruchy příjmu potravy se mohou vyvíjet postupně a především nenápadně. V rámci rodiny si daný jedinec vždy najde cestu, kterou by mohl jídlo obejít nebo jídelníček pozměnit tak, aby vyhovoval návykům, který ve svém stádiu poruchy má. Porucha příjmu potravy se může vyvinout v závislosti na těžkou rodinnou situaci, kdy velmi časté jsou mentální anorexie u dívek mezi 13-18 rokem a bulimie mezi 15-20 rokem. Velmi častý je přechod z bulimie do anorexie a naopak. Tyto dvě nemoci jsou vzájemně velice propojené. V tomto případě je pro daného jedince zajít z extrému do extrému nežli najít vyvážený přístup.<sup>66</sup>

V důsledku nedostatečné výživy, zvracení a celkově úbytku hmotnosti, se mohou u jedinců vyvinout jiné nemoci, které jsou způsobeny poruchou příjmu potravy. Pokud je stav kritický, může dojít až k extrémní podváze, poruše metabolismu nebo jiným vážným onemocněním.<sup>67</sup> Při poruše příjmu potravy může u dívek a žen ke ztrátě menstruace, vypadávání vlasů, můžou se více kazit zuby. U bulimie často dochází k zduření slinných žláz a poraněním krku, které

---

<sup>63</sup> tamtéž

<sup>64</sup> VÁGNEROVÁ, Marie, 1999. Psychopatologie pro pomáhající profese: variabilita a patologie lidské psychiky. Praha: Portál. ISBN 80-717-8214-9. s. 119-124.

<sup>65</sup> tamtéž.

<sup>66</sup> tamtéž.

<sup>67</sup> KRCH, František David a Jarmila ŠVÉDOVÁ. Příručka pro zdravotníky aneb Různé tváře poruch příjmu potravy. Praha: Občanské sdružení Anabell, 2013, ISBN 978-80-905436-5-2. s. 11-45

jsou způsobeny častým zvracením.<sup>68</sup>

Při poruše příjmu potravy není možné stanovit jednoznačný původ, jelikož jsou většinou způsobeny kombinací několika faktorů, mezi které mohou patřit například biologické, psychologické nebo kulturní. Vznik těchto poruch může být ovlivněn i jinými aspekty jako jsou temperament, sebekontrola, sebeúcta nebo sebepojetí a negativní vnímání vlastního těla.<sup>69</sup> Je tedy důležité zdůraznit, že se na vzniku tohoto onemocnění podílí více faktorů současně.

### 3.1 Mentální anorexie

Tato porucha příjmu potravy se primárně charakterizuje extrémně nízkou tělesnou hmotností a aktivní snahou hubnout nebo nepřibírat na váze.<sup>70</sup> Mentální anorexie se vyznačuje stálým udržováním velmi nízké tělesné hmotnosti, neustálým strachem z tloušťky i přes to, že má jedinec abnormálně nízkou tělesnou hmotnost. Často také u žen dochází ke ztrátě menstruace.<sup>71</sup>

Osoby, které trpí mentální anorexií, se bojí přibírat na váze, jak už bylo výše uvedeno. Tento strach je úzce spojen s vnímáním vlastního těla a v tomto případě jedinec vnímá své tělo zkresleně. Jedinec si hubnutí či udržení tělesné váhy způsobuje sám. Mezi způsoby, kterými lze zhubnout či udržet si váhu a jsou velmi časté patří počítání kalorií pomocí kalorických tabulek, nadměrné cvičení, a především nadměrná kontrola toho, co jedinec konzumuje. V mnoha případech se jedinec dostává do extrému, kdy konzumuje pouze jídla, která jsou velmi lehká a kaloricky „prázdná“ - jako například saláty bez zálivek, okurky apod. Jedinci si také mohou navodit zvracení či používat projímadla, aby porucha nebyla pro okolí tak zřejmá.<sup>72</sup>

### 3.2 Mentální bulimie

Tato porucha příjmu potravy je charakterizována opakovanými epizodami, kdy se daný

---

<sup>68</sup> tamtéž

<sup>69</sup> VÁGNEROVÁ, Marie, 1999. Psychopatologie pro pomáhající profese: variabilita a patologie lidské psychiky. Praha: Portál. ISBN 80-717-8214-9. s. 119-124.

<sup>70</sup> KRCH, František David. Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie. Vyd. 1. Praha: Grada, 1999, Psyché (Grada Publishing). ISBN 8071696277. s. 14-16

<sup>71</sup> MARÁDOVÁ, Eva. Poruchy příjmu potravy. Praha: Vzdělávací institut ochrany dětí, 2007, ISBN 978-80-86991-09-2. s. 9

<sup>72</sup> KRCH, František David. Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie. Vyd. 1. Praha: Grada, 1999, Psyché (Grada Publishing). ISBN 8071696277. s. 14-16

jedinec přejídá a následně se snaží tělesnou váhu kontrolovat tím, že se jídlo snaží dostat ze svého organismu například zvracením nebo zneužíváním prostředků jako jsou diuretika. Tato porucha příjmu potravy se může vyskytovat jako epizoda nebo až jako záchvat přejídáním. Jedinec se snaží zkonzumovat ve velmi krátkém časovém úseku velké množství jídla, následně svého rozhodnutí lituje a snaží se ho dostat ze svého organismu pryč. Osoby trpící touto poruchou příjmu potravy mohou trpět strachem z přibírání, strachem z tloušťky a ve většině případů mají nadměrný zájem o svůj tělesný vzhled a zkreslený pohled na své vlastní tělo.<sup>73</sup> Hlavním rozdílem mezi mentální anorexií a mentální bulimií je ten, že jedinci, kteří si procházejí bulimií, si většinou drží svou váhu.

### 3.3 Sociální sítě a poruchy příjmu potravy

Sociální sítě jsou nedílnou součástí našich životů. S růstem popularity sociálních sítí roste určitým způsobem také vliv na jedince. Co se týče poruch příjmů potravy, tak nelze jasně říci, zda mohou být sociální sítě zodpovědné za poruchy příjmu potravy anebo fungovat jako určitý spouštěč.<sup>74</sup> Jak už v této práci bylo řečeno, díky sociálním sítím můžeme mít jedinci jiný pohled na své vlastní tělo. Uživatelé jsou na sociálních sítích vystaveni velkému množství obsahu a také informací, které je mohou přehltnout nebo se můžou cítit být tímto obsahem přehlčeni. V této části se budeme věnovat primárně sociální síti Instagram, protože je pro tuto práci klíčový. Uživatelé mohou na tuto sociální síť publikovat fotografie dle svého výběru, fotografie je možné upravovat a publikovat dle své vlastní potřeby. Uživatelé následně tento obsah konzumují a mohou si například myslet, že publikované fotky jsou reálné. Na této platformě se může prezentovat a seberealizovat kdokoliv, kdo to uzná za vhodné. Tito uživatelé mohou sdílet svůj příběh, své doporučení nebo rady, které oni vnímají za správné. Tito lidé mohou šířit nepravdivé nebo dokonce škodlivé informace, jako například doporučovat různé druhy cvičení a diety. Pokud daný jedinec není odborníkem tohoto oboru může svému publiku dávat doporučení, která nejsou správná – jako například diety s velmi nízkým kalorickým příjmem nebo znechucovat určité potraviny – lepek, laktózu, cukry.<sup>75</sup> Kromě diet omezujících určitou skupinu potravin, mohou jedinci, působící na

---

<sup>73</sup> KRCH, František David. Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie. Vyd. 1. Praha: Grada, 1999, Psyché (Grada Publishing). ISBN 8071696277. s. 14-16

<sup>74</sup> Michal Čevelíček, Martina Šmahelová & David Šmahel (2018) Professionals' Reflections About the Impact of Digital Technologies on Eating Disorders, Basic and Applied Social Psychology, 40:3, 1135, DOI: [10.1080/01973533.2018.1446833](https://doi.org/10.1080/01973533.2018.1446833)

<sup>75</sup> Machackova, H., & Smahel, D. (2018). The perceived importance of credibility cues for the assessment of the trustworthiness of online information by visitors of health-related websites: The role of individual factors. *Telematics and informatics*, 35(5), 1534-1541. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03>

sociálních sítích doporučovat také určité stravovací styly, jako například veganství, vegetariánství, paleo nebo různé detoxikační diety. Tyto diety nebo omezení stravovacích návyků, mohou být pro jiné jedince škodlivé či dokonce nebezpečné.<sup>76</sup>

Obsah, který daní jedinci konzumují může mít nepřímý vliv a může fungovat jako jeden ze spouštěčů poruchy příjmu potravy. Jedinci, kteří se snaží se z těchto poruch dostat, často nesledují obsah, který považují za nevhodný – v očích jedinců funguje tento obsah jako něco, co na ně má nepřímo vliv a raději tento obsah nesledují, aby v nich nebyla vyvolána porucha znovu.<sup>77</sup> Negativní pohled na své tělo mohou mít i dívky nebo uživatelé obecně, kteří sledují profily, které se věnují primárně cvičení. Tyto profily většinou ukazují tělo, které je fit, vypracované a osvalené. Ačkoliv myšlenka za tímto druhem profilu může být dobrá, u uživatelů mohou tyto profily vyvolat určitou vinu a smutek, že nevypadají tak, jako daní uživatelé a tyto pocity mohou být klíčovým spouštěčem poruch příjmu potravy. Studie ukázala, že ženy, které publikují tento druh obsahu, mají vyšší šance sklouznout k poruše příjmu potravy než jiní uživatelé.<sup>78</sup>

### 3.4 Poruchy příjmu potravy při pandemii Covid-19

Doba pandemie Covidu-19 dle studií značně ovlivnila mentální zdraví všech, kteří si jí prošli. V tomto období však nastal vyšší risk pro vznik psychických onemocnění jako jsou deprese, úzkosti či jiná traumata, která toto období mohlo způsobit. Díky změnám, které během velmi krátké doby nastaly, se mohli jedinci ocitnout v situacích, ve kterých si nevěděli rady. Díky pandemii Covidu-19 trávili lidé více času doma, to způsobilo, že se více pohybovali v prostředí sociálních sítí, protože všechny instituce a zařízení, kde by čas trávit mohli, byly zavřeny. V tomto období byla většina teenagerů a mladých lidí nucena trávit čas se svými přáteli pouze v onlinovém prostředí. Díky tomu, mohla vzniknout také nadměrná konzumace obsahu na sociálních sítích.<sup>79 80</sup> Dle studie měla nadměrná konzumace obsahu

---

<sup>76</sup> Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and weight disorders*, 22(2), 277-284. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>

<sup>77</sup> Nikolova, I., & LaMarre, A. (2023). “If I Unfollow Them, It’s Not a Dig at Them”: A Narrative Analysis of Instagram Use in Eating Disorder Recovery. *Psychology of Women Quarterly*, 47(3), 387–401. <https://doi-org.ezproxy.is.cuni.cz/10.1177/03616843231166378>

<sup>78</sup> Holland, Grace & Tiggemann, Marika. (2016). “Strong beats skinny every time”: Disordered eating and compulsive exercise in women who post fitspiration on Instagram: DISORDERED EATING IN WOMEN WHO POST FITSPIRATION. *International Journal of Eating Disorders*. 50. 10.1002/eat.22559.

<sup>79</sup> Baenas, I.; Etxandí, M.; Munguía, L.; Granero, R.; Mestre-Bach, G.; Sánchez, I.; Ortega, E.; Andreu, A.; Moize, V.L.; Fernández-Real, J.-M.; et al. Impact of COVID-19 Lockdown in Eating Disorders: A Multicentre Collaborative International Study. *Nutrients* 2022, 14, 100. <https://doi.org/10.3390/nu14010100>

<sup>80</sup> Paschke, Kerstin & Austermann, Maria & Simon-Kutscher, Kathrin & Thomasius, Rainer. (2021). Adolescent gaming and social media usage before and during the COVID-19 pandemic Interim results of a

na sociálních sítích negativní vliv na jejich uživatele.<sup>81</sup>

## Metodologická část

V této části práce bude představena samotná metodika výzkumu, která byla pro tuto práci zvolena. Následně bude popsán cíl práce společně s výzkumnými otázkami, které v práci budou později zodpovězeny v analytické části. Následně budou popsány vybrané metody, které byly pro analytickou část této práce vybrány a v neposlední řadě také vzorek a jeho výběr. Tato část práce bude zakončena metodou sběru dat a také kapitolou týkající se etických otázek výzkumu.

## 4 Metodika výzkumu

Samotné výzkumné šetření této práce probíhalo na základě stanoveného cílu práce, který je blíže popsán v kapitole níže. Celý výzkum byl založen na odborné literatuře a teoretických poznacích, které byly z odborné literatury v teoretické části, popsány. Od cíle práce a následném stanovení výzkumných otázek, se poté odvíjel celý výzkum, který započal obrazovou analýzou jednotlivých profilů vybraných influencerek. Na tuto analýzu byly následně navázány polostrukturované rozhovory s vybranými influencerkami, kódované podle otevřeného kódování a uceleny do témat hodící se pro téma této práce.

### 4.1 Cíl práce a výzkumné otázky

Cílem tohoto výzkumu, jak už bylo uvedeno výše je primárně přiblížit problematiku poruch příjmu potravy u influencerek, které působí na sociální síti Instagram. Ve výzkumné části této práce je hlavním cílem přiblížit to, jak se dané influencerky, které si poruchou příjmu potravy prošly, vnímají a jak se fakt, že si tímto prošly promítá do jejich tvorby. Cílem práce je také přiblížit jednotlivé příběhy dívek a snažit se v nich najít určité podobnosti. Kromě toho se v této práci zaměřuje na možné dopady poruch příjmu potravy na sebereprezentaci influencerek na sociální síti Instagram.

---

longitudinal study. Sucht. 67. 13-22. 10.1024/0939-5911/a000694.

<sup>81</sup> Vaccaro, C., Guarino, G., Conte, D., Ferrara, E., Ragione, L. and Bracale, R. (2021) Social networks and eating disorders during the Covid-19 pandemic. Open Medicine, Vol. 16 (Issue 1), pp. 1170-1174. <https://doi.org/10.1515/med-2021-0291>



V rámci výzkumu byly stanoveny výzkumné otázky:

1. Jak influencerky vnímaly své tělo během poruchy příjmu potravy?
2. Jak influencerky vnímají své tělo nyní?
3. Měla porucha příjmu potravy vliv na to, jak se nyní vnímají a prezentují na sociální síti Instagram?
4. Jsou v životních příbězích influencerek nějaké podobnosti?

## 4.2 Obrazová analýza

Obrazová analýza má za cíl zjistit, co se daný jedinec snaží říci prostřednictvím obrazu a jaké sdělení se pomocí obrazu snaží příjemci předat. Soustředí se na to, jak jsou dané objekty vyobrazeny, jakým způsobem a také jaké předměty, osoby nebo také události jsou na daném obraze zobrazeny. Kromě toho také tento druh analýzy klade důraz na zjištění symboliky dané vizuální komunikace – jaké je umístění obrazu, jaký je úhel, barevnost apod.<sup>82</sup>

Pro tuto práci byla kromě polostrukturovaných rozhovorů také zvolena obrazová analýza. Tento druh analýzy byl zvolen primárně kvůli povaze tématu a cílu celé práce. Díky obrazové analýze je možné nahlédnout na profily daných influencerek a snažit se blíže pochopit, jak prezentovaly své tělo na sociální síti Instagram, když si procházely poruchou příjmu potravy. A především, jaké sdělení chtěli pomocí těchto fotografií a popisků říci a komunikovat.

## 4.3 Kvalitativní výzkum

Pro tento druh výzkumu a práce byl zvolen kvalitativní výzkum. Cílem tohoto výzkumu je především dostat se do hloubky daného problému a zjistit co nejvíce detailnější informace o jevech a problémech.<sup>83</sup> Pokud bychom srovnali kvalitativní a kvantitativní přístup, tak největší rozdíl najdeme v tom, že se kvalitativní přístup soustředí na jedince, kdežto kvantitativní spíše na určité větší skupiny. Kvalitativní přístup může sloužit jako jakýsi doplněk k výzkumu kvantitativnímu – pokud se chceme věnovat danému tématu více do hloubky.<sup>84</sup> U kvalitativního výzkumu se snažíme najít ty nejmenší detaily, které by nám

---

<sup>82</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 155-158.

<sup>83</sup> STRAUSS, Anselm L.; CORBIN, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Sdružení Podané ruce, 1999. s. 11.

<sup>84</sup> HENDL, Jan. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-

k výzkumu mohly být nápomocné. Hendl ve své publikaci uvádí, že tento výzkum můžeme považovat za tzv. pružný typ, kdy během výzkumného šetření je možné doplňovat otázky a upravovat je, podle toho, jak se daný výzkum vyvíjí a s jakými informacemi výzkumník pracuje při sběru dat.<sup>85</sup> U kvalitativních výzkumů pracujeme s měkkými daty, což jsou ve většině případů delší odpovědi a na zpracování dat je potřeba větší časový rámec.<sup>86</sup> Výzkumník daný fenomén zkoumá velice podrobně a snaží se jej také zkoumat v přirozeném prostředí. Oproti výzkumu kvantitativnímu, se v kvalitativním výzkumu dostane daný jedinec blíže danému problému či fenoménu.<sup>87 88</sup>

## 4.4 Hlubkové polostrukturované rozhovory

Polostrukturované rozhovory bychom mohli charakterizovat jako rozhovory, které nemají předem stanovené všechny otázky a výzkumník se během rozhovoru doptává na jednotlivé otázky podle toho, kam rozhovor směřuje. Hlavní výhodou tohoto typu rozhovorů je právě jejich částečná otevřenost a přímý kontakt mezi výzkumníkem a respondentem. Výzkumník si v této podobě rozhovorů stanoví kostru rozhovoru, které se může, ale nemusí držet. Kostra by měla být vytvořena tak, aby dokázala odpovědět na výzkumné otázky. Je zde však možnost odbočit od dané otázky a věnovat se určitému problému více do hloubky, což je jednou z výhod polostrukturovaných rozhovorů. Je však dobré ve všech případech nezapomínat na stanovené cíle výzkumu. Rozhovor by se v žádném případě neměl dostat k tomu, že se výzkumník nedopátrá k odpovědím na otázky, které si v rámci výzkumu stanovil.<sup>89 90</sup>

## 4.5 Tematická analýza

K analýze této práce bude využita tematická analýza, což je metoda pro nalezení témat a znaků, které mají v rámci zkoumaného projektu nějakou spojitost.<sup>91</sup> Ve všech případech jsou

---

2. s. 49.

<sup>85</sup> tamtéž.

<sup>86</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 9788024735689. s. 51.

<sup>87</sup> HENDL, Jan. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80- 7367-040-2. s. 52.

<sup>88</sup> BRAUN, Virginia a Victoria CLARK. *Successful qualitative research*. London: SAGE Publications, 2013. ISBN 978-1-84787-582-2. s. 3-6.

<sup>89</sup> HENDL, Jan. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80- 7367-040-2. s. 48-52.

<sup>90</sup> BRAUN, Virginia a Victoria CLARK. *Successful qualitative research*. London: SAGE Publications, 2013. ISBN 978-1-84787-582-2. s. 77-80.

<sup>91</sup> tamtéž. s. 174.

témata pouze určitými reprezentačními vzory dané problematiky, avšak mají za cíl odpovídat na stanovené výzkumné otázky. Tyto témata se mohou objevovat napříč otázkami či participanty. V této analýze je také možné, že se budou opakovat v rámci výzkumu určité vzorce. Kdy tyto vzorce můžeme použít k dalšímu následnému výzkumu. Při tomto druhu analýzy vygeneruje výzkumník kódy, kdy na základě těchto kódů pak tvoří kategorie. Cílem analýzy je formulace výzkumu a následné zjištění závěru.<sup>92</sup> V této práci bude tematická analýza použita, protože je vhodnou analýzou právě na toto téma. Participantky díky polostrukturovaným rozhovorům mohou rozvést své myšlenky, názory a postoje a díky tematické analýze tyto myšlenky lze následně rozlišit napříč otázkami, ale také participantkami, na jednotlivá témata tak, aby odpovídaly na výzkumné otázky.

Tabulka 1: Témata a kódy

|   |                             |                          |              |
|---|-----------------------------|--------------------------|--------------|
| <b>Vznik onemocnění</b>                     | Nízký věk                   | Plnoštíhlost v dětství   | Spouštěč PPP |
| <b>Průběh nemoci</b>                        | Průběh nemoci               | Životní příběh           |              |
| <b>Obsah při poruše příjmu potravy</b>      | Snídaně                     | Časté publikování jídla  |              |
| <b>Body image při poruše příjmu potravy</b> | Nemám ráda své tělo         | Nejsem dost hubená       |              |
| <b>Soustředěnost na jídlo</b>               | Problémy s jídlem           |                          |              |
| <b>Dopad poruchy na obsah</b>               | Zpětná vazba od sledujících | Pozitivní obsah          |              |
| <b>Změna pohledu na své tělo</b>            | Změna body image            | Smíření s vlastním tělem |              |
| <b>Motivace k obsahu dnes</b>               | Edukace o PPP               | Naučit se žít            |              |

<sup>92</sup> BRAUN, Virginia a Victoria CLARK. *Successful qualitative research*. London: SAGE Publications, 2013. ISBN 978-1-84787-582-2. s. 174-180.

## 4.6 Otevřené kódování

V této práci bude použito i otevřené kódování, což znamená, že budou rozklíčována hlavní témata z názorů, postojů a myšlenek tak, abychom mohli v závěru práce porovnat poznatky z teoretické a praktické části a následně prezentovat výsledky výzkumu a případně poukázat na nové poznatky, které díky výzkumu vzešly najevo. Při tomto kódování jsou data – v tomto případě rozhovory, rozebrány a poskládány do různých kategorií, aby se problematika daných okruhů dala zkoumat lépe.

## 4.7 Představení vzorku

Vzhledem k rozsahu a také obsahu práce bylo pro výzkum vybráno několik uživatelů sociálních sítí, které se aktivně podílejí na přispívání obsahu na sociální síti Instagram. Tento vzorek byl specifikován tím, že uživatelky musí být influencerkami, ať už s menším či větším počtem sledujících. Byl vybrán vzorek šesti influencerek, které byly ochotné o tématu poruch příjmu potravy mluvit veřejně a které také téma poruch příjmu potravy veřejně komunikují na svých sociálních sítích. Vybrané dívky v tomto případě reprezentují pouze vzorek z celé škály influencerek, které se tomuto tématu buď věnují anebo je veřejně známé, že si poruchou příjmu potravy samy prošly.

Analýza byla provedena na základě obrazové analýzy profilů vybraných influencerek. V návaznosti na obrazovou analýzu, která má poskytnout pouze náhled na profily jednotlivých dívek, byly zvoleny polostrukturované rozhovory, jejichž cílem je nahlédnout podrobněji do života a myšlenek daných influencerek ať už v čase, kdy si poruchou procházely, tak také do života, a hlavně do obsahu poté – tedy co publikují na sociální síti dnes. Polostrukturované rozhovory byly zvoleny, protože poskytují určitou míru volnosti a tazatel se může doptávat respondenta na otázky, které mohou vzniknout v průběhu daných rozhovorů. Na druhé straně má respondent také určitou volnost v odpovídání a může se díky volným otázkám více rozprávět o svých názorech, pocitech, emocích a popsat tak celý životní příběh, který je pro téma této práce důležitý.

Podmínky pro splnění výše uvedených kritérií pro nalezení vzorku se mi povedlo shromáždit díky mým vlastním kontaktům a také díky sledujícím na mém profilu na Instagramu, kteří mi s hledáním pomohli.

Tabulka 2: přehled respondentek

| Jméno     | Věk | Doba trvání rozhovoru | PPP           |
|-----------|-----|-----------------------|---------------|
| Adéla     | 18  | 31 minut              | MA            |
| Gabriela  | 23  | 32 minut              | MA            |
| Sophie    | 21  | 29 minut              | MA            |
| Kim       | 20  | 30 minut              | MA            |
| Valentýna | 22  | 34 minut              | MA, přejídání |
| Sára      | 25  | 28 minut              | MA            |

## 4.8 Metoda sběru dat

Při vybírání participantek samotného výzkumu bylo důležité si udělat vlastní průzkum prostředí na sociální síti Instagram a najít mezi českými influencerkami ty, které si prošly poruchou příjmu potravy. Bylo osloveno téměř 15 slečen, kdy rozhovor pro tuto diplomovou práci bylo ochotné udělat šest z nich. Po vybrání dívek, které souhlasily s rozhovorem proběhl první pilotní rozhovor, a to za účelem reflexe otázek a daných témat. Díky možnosti polostrukturovaných rozhovorů, které nabízejí možnost odchylky od přesných otázek a navázání otázkami blíží se odpovědi, zde vznikla možnost, doplňovat otázky dalšími a dostat se tak blíže ke zkoumanému tématu. Rozhovor byl tedy u každé participantky strukturován jinak. Každá z nich měla jiný počet otázek a otázky byly i jinak formulované, aby se hodily do daného tématu a celkový rozhovor tak působil vzhledem k tématu co nejvíce přirozeně.

Díky kvalitní kooperaci účastnic proběhly všechny rozhovory kvalitně a následně mohly být obsáhle zpracovány. Všechny rozhovory probíhaly v rámci vytíženosti dívek v daném období online a trvaly 25-35 minut i s představením účelu výzkumu. Vzhledem k volbě tématu byly všechny respondentky na začátku rozhovoru vyzvány, že pokud by jim bylo cokoliv nepříjemné či jakékoliv téma, které budeme v rámci tohoto tématu otevírat, nepříjemné, můžeme se v rámci rozhovoru přesunout na další otázku. Žádná z respondentek této možnosti nevyužila. Rozhovory byly nahrávány a následně přepisovány. Kromě přepisování rozhovorů byly taky v rámci nich zaznamenány pasáže, ke kterým se respondentky často vracely nebo je naopak vyzdvihovaly. Rozhovory byly pro většinu dívek

přirozené, jako konverzace se svoji známou, což přisuzuji tomu, že se s většinou respondentek znám v osobním životě.

## **4.9 Etika a překážky výzkumu**

V rámci této práce mohlo být etickým rizikem samotné téma, které je samo o sobě velmi citlivé a může vzbuzovat různé emoce. Při výzkumu se však nepříhodila situace, které by nasvědčovala nepříjemnosti při odpovídání influencerek. U každé z respondentek byly otázky pokládány tak, aby v rámci celého rozhovoru působily přirozeně a neuváděly tak influencerky do rozpaků. Respondentky byly seznámeny s cílem práce a souhlasily s nahráváním rozhovorů na diktafon.

## **Analytická část**

V této části práce budou zodpovězeny výzkumné otázky, jejichž odpovědi vychází ze zkoumaných dat.

První částí je obrazová analýza, která byla vybrána z důvodů umožnění nahlédnutí více do hloubky profilů daných influencerek a možnosti hledat za danou fotografií hloubku toho, co chce její autorka říci či vyjádřit.

## **5 Obrazová analýza**

Jak už bylo v předchozích částech této práce řečeno, první částí analytické části bude obrazová analýza, které bude sloužit jako odrazový můstek pro další zkoumání influencerek, které se na sociální síti Instagram prezentují a veřejně vystupují.

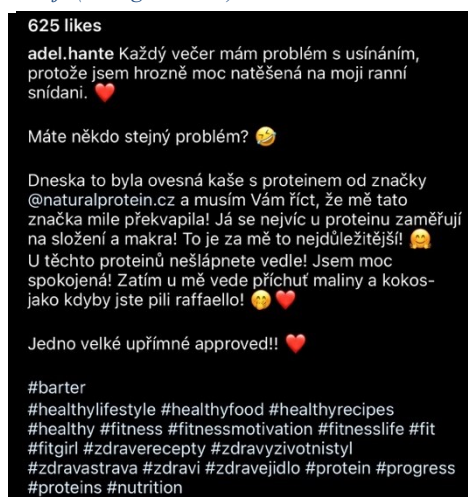
V obsahu influencerek, který přispívají na sociální síť Instagram se budeme snažit najít období, ve kterém si influencerky procházely poruchou příjmu potravy, abychom mohly následně formulovat doplňující otázky polostrukturovaných rozhovorů tak, abychom se co nejvíce dozvěděli o změně jejich přístupu k obsahu, který publikují.

Jako první se budeme dívat na profil influencerky Adély, která dle mého průzkumu působí na sociálních sítích od roku 2021. Její příspěvky na profilu jsou datovány do roku 2020 a tedy záznamy z předchozích let bohužel nelze dohledat. Pokud bychom se podívaly na její

Obrázek 1: příspěvek influencerky @adel.hante  
Zdroj: (instagram.com)



Obrázek 2: příspěvek influencerky @adel.hante  
Zdroj: (Instagram.com)



profil od začátku jejího působení na sociálních sítích, většina jejího obsahu je především jídlo.

Na obrázku č.1 ukazuje influencerka svojí snídani, a to také popisuje i v popisku svého příspěvku. V popisku říká, že má každý večer problém s usínáním, protože se těší na snídani. Za tímto popiskem bychom mohli hledat poruchu příjmu potravy – uživatelka se může snažit říci, že se každé ráno těší na snídani, protože je jejím oblíbeným jídlem dne. Za tímto postem může být i skryta však porucha – kdy uživatelka večer nejedla a těší se tak každé ráno na snídani, protože je to jediné její jídlo dne. Hashtagy mají jeden společný činitel, a to je zdravý životní styl. Jsou buď anglicky – pro větší dosahy daného postu, nebo česky.

Na profilu Adély se kromě jídla a motivace ke cvičení střídají také fotky influencerky samotné s různými inspiračními citáty. Na obrázku č. 3 je influencerka v oblečení, určené na cvičení, směje se a poodhaluje si část svého trupu, kde jsou viditelné svaly. Tímto příspěvkem vzhledem k popisku u něj, můžeme předpokládat, že se dívka snaží inspirovat své publikum k pohybu. V popisku uvádí: „jestli chceš hezké tělo, musíš cvičit a pořádně jíst.“. Influencerka se tímto příspěvkem snaží lidi motivovat k tomu, aby pokud něco chtějí, tak aby to dělali a ničeho se nebáli. Tomu napovídají i hashtagy využitě na konci popisu - #motivace #motivationalquotes a další.

Obrázek 3: příspěvek @adel.hante (Zdroj: instagram.com)



Obrázek 4: příspěvek @adel.hante (Zdroj: instagram.com)



Celý profil Adély je zaměřen hodně na stravu, cvičení a zdravý životní styl. Výše uvedené příspěvky jsou pouze jedny z mnoha, které poukazují na zaměřenost profilu influencerky na zdravý životní styl a motivaci k němu. Jak bylo výše v práci uvedeno, často si jedinci, kteří si prochází poruchou příjmu potravy, nepřiznávají, že mají problém a navenek se mohou prezentovat s jídlem přehnaně.

Další vybranou influencerkou je Gabriela. Gabriela působí na sociálních sítích krátce a její obsah se zaměřuje na léčení z mentální anorexie, kdy samotná influencerka založila svůj

Obrázek 6: příspěvek influencerky @gabisvejnova (Zdroj: instagram.com)



Obrázek 5: příspěvek influencerky @gabisvejnova (Zdroj: instagram.com)





obsah právě na svém problému s mentální anorexií. Díky sdílení svého problému a toho, jak se z něj dostala, dosáhla několika desítek tisíc sledujících na Instagramu a stovek tisíc sledujících na TikToku. Obrazová analýza profilu u influencerky byla v tomto případě těžší, protože i přes to, že má na profilu starší příspěvky i z roku 2016, nebylo zde možné dohledat dost dobré příspěvky, na kterých by se dal obsah influencerky ukázat. Gabča při svém problému příspěvky téměř nepřidávala. Po hlubší analýze jejího profilu, pro pochopení možného problému, jsem našla dva příspěvky, ve kterých se influencerka vyjadřuje ke své nemoci. První je obrázek č. 5, kdy se influencerka vyjadřuje ke svému problému jako k něčemu, s čím bojuje. Fotografie nijak nesouvisí s tím, co je napsané v popisu příspěvku. Influencerka stojí a dívá se na moře, což ukazují i hashtagy – Cyprus, summer, sun, sea atp. V popisku se však vyjadřuje k nemoci, že s ní bojuje, že boj nechce vzít atp. Druhý příspěvek, který jsem vybrala už je z léčebny, kdy se Gabriela dostala do ústavu a léčila se s poruchou příjmu potravy. V popisku popisuje poměrně detailně obě léčebny, ve kterých strávila dohromady 2 měsíce. Děkuje všem, kteří tam s ní byli a podpořili ji.

Díky těmto dvěma příspěvkům dokážeme přibližně říci, že si Gabriela procházela poruchou před rokem 2019. Díky nedostatku příspěvků v době před tímto rokem, nedokážeme vyvodit jiné závěry pomocí obrazové analýzy.

Další dívka, která byla v rámci výzkumu oslovena je Sophie. Tato influencerka se na

Obrázek 8: příspěvek influencerky @sophiesarlak (Zdroj: instagram.com)



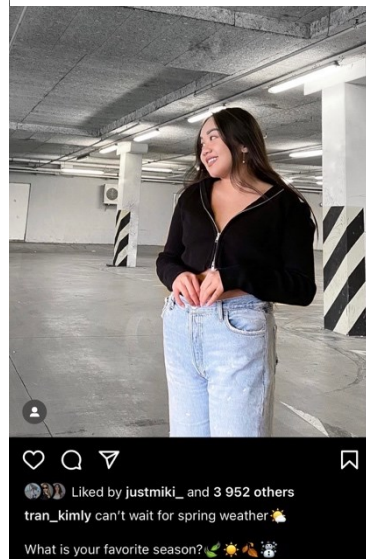
sociálních sítích prezentuje jako přátelská mladá dívka. Z jejího profilu jde pocit, že se cítíte jako na profilu své kamarádky. Sopiin obsah se však primárně točí okolo jejích psychických poruch, kterých má dohromady 9. Díky poměrně dlouhému sledování dané influencerky, lze říci, že si poruchou příjmu potravy stále prochází. Influencerka už několik let sdílí poměrně stejný obsah. Na sociální síti se během let její obsah nijak markantně nezměnil. Čeho si můžeme všimnout je, že influencerka většinu času nosí velmi volné oblečení. Popisky u fotografií jsou náhodné, stejně tak jako fotografie, které influencerka přidává. Influencerka na své sociální síti přidává většinou různé fotografie. Stejně tak, jako to vidíme na obrázku č. 7 a 8, tak influencerka využívá možnost carouselu, což znamená, že publikuje několik fotografií do jednoho postu.

Čtvrtou oslovenou influencerkou byla Kim. Influencerky profil je většinou zaměřený na její postavu a obličej. Z celkového dojmu profilu není patrné, že by se influencerka potýkala s poruchou příjmu potravy. Na obrázku č. 9 je vidět influencerky celá postava s popiskem vacationing a umístěním na chorvatské pláži. Na obrázku je patrné, že

Obrázek 9: příspěvek influencerky @tran\_kimly (Zdroj: instagram.com)



Obrázek 10: příspěvek influencerky @tran\_kimly (Zdroj: instagram.com)



fotografie není přirozená, influencerka nestojí jen tak, ale pózuje, dává si nohu před druhou a mírně se zaklání. Z úhlu fotografie je zřejmé, že je fotka focena zespodu – což znamená, že díky tomuto úhlu je celý člověk lehce prodloužen. Uživatelka má na fotografii delší nohy a tím, že je nastává do pózy, ve které stojí, může tak působit hubeněji.

Co se týče fotografie na obrázku č. 10, tak uživatelka stojí téměř vprostředku záběru,

pózuje a směje se. Popisek odkazuje na to, že se těší na jarní období. Opět je zde zřetelná póza, kdy uživatelka stojí bokem, a i když fotografie může působit přirozeně, tak to tak není. Celkově uživatelka publikuje příspěvky tohoto typu.

Dále se budeme v této části práce věnovat influencerce, která působí na sociálních sítích delší dobu. Dle mé osobní rešerše, působila tato influencerka už jako bloggerka a později se přesunula na Instagram, Youtube a také TikTok.

Influencerka Valentýna se věnuje sociální síti Instagram několik let, a proto analýza profilu byla poněkud složitější než u profilů ostatních, vzhledem k početnosti příspěvků celkově, které se na profilu nacházejí. Valentýny obsah se především točí okolo jejího života, co zrovna dělá, čím se zabývá a jaké projekty má momentálně rozjeté. Pokud bychom se podívali na tvorbu před několika lety, je zde znatelný rozdíl. Na obrázku č. 11 influencerka

Obrázek 11: příspěvek influencerky @valentyanaap (Zdroj: instagram.com)



Obrázek 12: popisek příspěvku influencerky @valentyanaap (zdroj: instagram.com)

valentyanaap Prosím pěkně na YouTube najdete nový #backontrack What I eat in a day video! 🥰💕 Léto se teda pěkně podepisuje na mým "režimu", zmrzlina je součástí mého jídelníčku asi jako voda a hranolky v jednu ráno nic neobvyklého. 🐼🐼 Když pomíneme kalhoty, co mi jsou víc a víc těsný a pupek, přes kterej se hůř a hůř ohýbá (😭😭), co mi vadí nejvíc je únava, blbá fyzicka, lenivost a další věci, který sebou špatnej jídelníček a málo sportu přináší. Takžeee už žádný excuses and let's get back on track! 💪 Co jím a jak cvičím můžete každý den sledovat na mým fitness profilu @apres.fit a pokud v tom jedete se mnou, nezapomeňte tagovat #apresfit u vašich fotek! 💕🥰 #novevideo

sedí a usmívá se. Co je na tomto příspěvku zarážející je popisek, který nijak nesouvisí s fotografií. V popisku zmiňuje, že si dala na den detox od kafe, avšak na konci zmiňuje, že už měsíc nejí červené maso, jako součást jakéhosi detoxu. Na obrázku č. 12 je uživatelka ve sportovním oblečení, a i v popisku odkazuje své sledující na svůj blog, kde zveřejnila svou rutinu při cvičení. Kromě článku je také dostupné i video, na které Valentýna upozorňuje. Z tohoto příspěvku je znatelné, že uživatelka aktivně cvičí a její obsah se také točí okolo cvičení a zdravého životního stylu. Jako poslední ukázkou od této influencerky byl vyprán post s velmi zajímavým popiskem. Na obrázku č. 13 je popisek

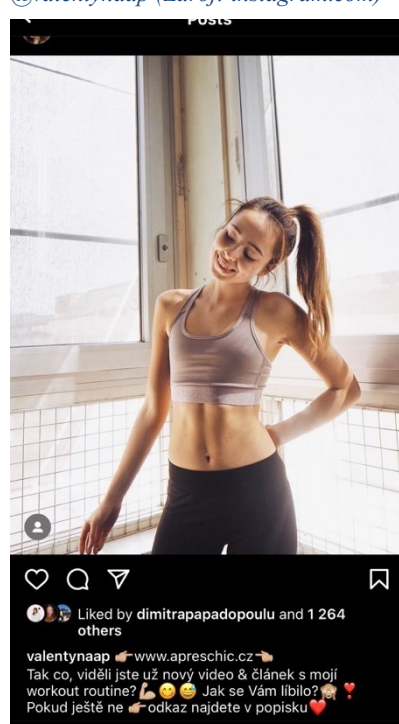
k fotce na obrázku č. 14. V popisku k fotografii, kde je uživatelka na pláži a pózuje v bikinách, uvádí, že se vrací zpátky do své cvičící rutiny. Uvádí, že si během léta dovolila si dát zmrzlinu, hranolky a další jiné potraviny, ale že se to podepisuje na jejím těle a fyzičce. Tyto potraviny (hranolky, zmrzlina) označila influencerka jako součást špatného jídelníčku.

Influencerka tedy většinu času publikuje svou postavu, to, jak vypadá a co dělá. Ukázky příspěvků, které jsou uvedeny níže jsou z dob, kdy si influencerka procházela určitou změnou těla a také je předpokladem, že právě v této době si Valentýna procházela poruchou příjmu potravy. Její obsah zahrnuje především jídlo, cvičení, jak cvičí a jak se stravuje.

Obrázek 14: příspěvek influencerky @valentyanaap (Zdroj: instagram.com)



Obrázek 13: příspěvek influencerky @valentyanaap (Zdroj: instagram.com)



Poslední influencerkou, které se v této části práce budeme věnovat je Sara. Tato influencerka působí na sociálních sítích přibližně tři roky. Dle mé rešerše její influencerskou kariéru odstartoval Twitter, na kterém má několik desítek tisíc sledujících. Později si v roce 2020 založila TikTok a díky této sociální síti se stala influencerkou také na Instagramu. Její profil je primárně zaměřený na její osobní život, na to, co má ráda a co v životě dělá.

Obrázek 17: příspěvek influencerky @sarajand (Zdroj: instagram.com)



Obrázek 16: příspěvek influencerky @sarajand (Zdroj:instagram.com)



Obrázek 15: příspěvek influencerky @sarajand (Zdroj: instagram.com)



Pokud bychom se podívali blíže na některé její příspěvky z doby, kdy si procházela poruchou příjmu potravy, tak si všimneme na profilu, že většina publikovaného obsahu se týká jídla, a to především snídaně. Na obrázku č. 17 influencerka vyfotila carousel se svojí snídaní s popisem, ve kterém říká, že miluje sladké snídaně. Na většině obrázku je pouze snídaně a také k tomu knížka, které může v tomto případě sloužit pouze k estetickým účelům anebo ji influencerka sama četla. Tato fotografie není jedinou, kterou Sara publikovala na svůj profil. Snídaňových fotografií je hned několik, jak je vidět například na obrázku č. 16. V popisku fotografie upozorňuje na knížku a stranu, kterou zvolila. Jako poslední příklad obsahu, který influencerka publikovala na svůj profil je obrázek č. 15, kdy na příspěvku je ona sama ve středu s jídlem. Fotografie působí tak, že jídlo konzumuje nebo se na to chystá. Popiskem vyzdvihuje chuť tohoto pokrmu.

## 6 Analýza dat z polostrukturovaných rozhovorů

V této části práce bude zodpovězeno na výzkumné otázky a také budou popsány hlavní zjištění, které bude vycházet ze zkoumaných dat. Data budou shromážděna, kódována a následně zkoumána jako jeden celek. Následovat bude jejich interpretace založená na teoretické části této práce. Zjištění tohoto výzkumu budou plynout z polostrukturovaných rozhovorů, které budou podpořeny teoretickou částí této práce.

Jak už bylo v metodologické části práce řečeno, jednotlivé rozhovory byly nahrávány na diktafon a následně doslovně přepsány. Následně byly rozhovory kódovány a rozřazeny do jednotlivých kategorií v návaznosti na výzkumné otázky této práce.

Výsledky výzkumu budou interpretovány chronologicky, aby celá práce byla srozumitelná a zodpověděla na výzkumné otázky.

### 6.1 Prezentace výsledků analýzy

#### **Téma: Vznik onemocnění**

Díky podrobnému rozhovoru jsme se spolu s respondentkami dostaly k možným příčinám vzniku jejich onemocnění. Nejčastěji influencerky uváděly, že k tomu měli predispozice už v dětství, kdy v jejich odpovědích nalezneme příčinu jako plnoštíhlost v dětství nebo nevhodné komentáře rodiny na jejich vlastní váhu. Některé dívky také uvedly, že jejich spouštěčem bylo nošení hodinek na cvičení, na kterých si uzavíraly tzv. kroužky aktivity. Některé z nich uvádějí jako spouštěč sociální sítě a vystavení se obsahu, který byl soustředěn na cvičení a množství jídla, které nejmenované influencerky za den zkonsumují.

Respondentka 2: *„První byly predispozice k tomu – nebyla jsem v dětství nejhubenější, hodně jsem slýchala z okolí, že jsem silnější apod. Co tam u mě taky hrálo velikou roli byla mononukleóza – kdy mi všichni lichotili, jak jsem hezky zhubla a mně se to líbilo. O ten rok později jsem si řekla, že bych mohla pár kilo zhubnout ještě. Byla jsem taky v toxickém vztahu a směs všeho dohromady to vyhrotila k tomuto.“*

Respondentka 3: *„Pro mě to byla moje rodina. Když jsem byla namakaná a pak jsem*

*přestala plavat, tak měla ségra nevhodný komentáře o tom, že mám celulitidu jako 50 babka. Tak jsem šla ven a uběhla jsem 10 km. Začala jsem extrémně cvičit. A taky porovnávání se s ostatníma. ‘‘*

*Respondentka 5: „Já jsem vždycky byla větší než moje spolužačky a měla jsem mamku, která mi to doma dávala sežrat. Ve 12 jsem začala vnímat postavu, začala jsem přibírat a měla jsem větší prsa. Doma mi to předhazovali, že jsem tlustá a tak. A od těch nácti jsem to začala vnímat sama a chtěla jsem se líbit klukům. Taky v té době začali být sociální sítě hodně hnusný, takže jsem se s těma holkama tam porovnávala. ‘‘*

*Respondentka 3: „Apple watch jsem nosila taky a přestala jsem je nosit kvůli tomu nosit, protože jsem si kontrolovala spálený kalorie, jedla jsem míň, než jsem měla apod. Přestala jsem je nosit, přestala jsem si kontrolovat kolik kalorií spálím. S tím pohybem se to rozjelo znovu v roce 2020. ‘‘*

*Respondentka 6: „Pak jsem nastavovala vyšší a vyšší kolečka a chtěla jsem je uzavírat a pak jsem přidávala videa, abych toho odcvičila víc, protože jsem to brala jako hru, kterou jsem chtěla ukončit. A čím víc – nejvíc mě bavilo uzavřít to kolečko dvakrát. To byl můj goal nějaký období. ‘‘*

Z výpovědí dívek vyplívá, že často jejich onemocnění mělo počátek v jejich samotné domácnosti, kdy buď se necítily dobře ve svém těle, když byly mladší anebo měla jejich vlastní rodila poznámky, na jejich váhu, postavu nebo to, jak vypadaly. Díky vývoji všech rozhovorů a vlastní zkušenosti s poruchou příjmu potravy se výzkumnice respondentek dotázala na hodinky Apple Watch, které zaznamenávají pohyb a cvičení a jsou často užívány pro tyto účely. Jak několik respondentek uvedlo, užívání těchto hodinek mělo negativní dopad na jejich vztah s cvičením a také s pohybem. Snažily se uzavírat tzv. kroužky aktivity či si kontrolovat kalorie jídel, které za ten den zkonsumují. Kromě toho dívky často uváděly období karantény a Covidu-19, kdy v tomto období asi polovina z nich začaly mít znovu problémy s jídlem nebo s nimi právě v tomto období začaly.

*Respondentka 6: „ Si pamatuji, jak jsem nesnášela v karanténě tu Pamelu a lidi, který dávají tohle cvičení a tak, že většina má PPP a pak motivujou jiný lidi.*

*Respondentka 3: „Kdy se tedy rozjelo cvičení s Pamelou Reif – to mi vadilo i u nejmenovaných influencerek, který sdílely kolik kalorií spálili. Kvůli tomu jsem začala cvičit. ‘‘*

Respondentka 4: „*Během Covidu - kdy byl trend Chloe Thing. Všichni jí cvičily, tak jsem jí cvičila taky.*“

Jako další negativní aspekt influencerky, jaké vnímaly jiné influencerky, které sdílí jejich cestu na sociální síti Instagram. Sdílí kolik jídla mají za daný den a kolik kalorií spálí.

Většina z influencerek si byla vědoma, že tyto influencerky trpí poruchou příjmu potravy a jdou špatným příkladem svým sledujícím. Někdy se těmito influencerkami nechaly ovlivnit ony samy. Jak samy uvádí, tak se nechaly ovlivnit dobou v pandemii Covidu-19, kdy na sociálních sítích bylo trendy cvičení s influencerkou Pamelou Reif a Chloe Thing. Tyto influencerky dělaly cvičící plány, které bylo možné dělat doma. Jak respondentky samy uvádí, některé české influencerky dle nich začaly cvičit a sdílet svou cestu, což i na ně samotné mělo negativní impakt.

Samotné onemocnění vzniklo u dívek poměrně v útlém věku, a to už se začátkem puberty a často se s nimi táhlo až několik let buď přerušovaně anebo po celou dobu.

Respondentka 1: „*Tak to bylo ve 13 letech.*“

Respondentka 2: „*Na přelomu mých 15/16 let - asi v roce 2018. Tam to začalo, když jsem studovala na gymplu.*“

Respondentka 3: „*Od 6/7 let jsem měla problémy s jídlem. A odmítala jsem jíst. To bylo možná kvůli mé psychice. Nemohla jsem do sebe nic dostat. V 11/12 jsem se s tím setkala poprvé.*“

Respondentka 5: „*Poprvé jsem držela dietu v 9 letech. Zpětně bych řekla, že jsem měla PPP poprvé ve 13 letech.*“

Jak dívky uvádějí ve svých výpovědích, tak se mnoho z nich setkalo s prvními náznaky poruchy v útlém věku, kdy jejich tělo nebylo plně vyvinuté anebo se začalo vyvíjet. Jedna z respondentek uvádí, že v období, kdy se začalo její tělo vyvíjet měla dokonce problémy s tím, jak vypadá a snažila se to změnit.

Respondentka 5: „*Ve 12 jsem začala vnímat postavu, začala jsem přibírat a měla jsem větší prsa. Doma mi to předhazovali, že jsem tlustá a tak. A od těch nácti jsem to začala vnímat sama a chtěla jsem se líbit klukům.*“



## Téma: Průběh PPP

V této části bude popsán a citován průběh poruch u jednotlivých dívek. Přejít ze začátku po rozvinutější poruchu popisovaly dívky jako poměrně rychlý proces, který si spousta z nich neuvědomovalo. Tento přechod část z nich charakterizují jako nadměrné vnímání toho, jak vypadají, cvičení a snížení kalorického příjmu tak, aby přežily, ale zároveň si buď udržely novou váhu anebo zhubly.

Respondentka 1: *„Já bych řekla, že to bylo postupné. Hlavní příčinou byl ten modeling - já si myslím, že kdybych si k tomu nepřičuchla, tak se do toho nikdy nedostanu. Ze začátku jsem jedla úplně v pohodě a normálně, ale jak každý dospívá a tělo se mění, tak mně bylo furt vsunováno nějaká váha, kterou jsem měla vážít ve 14. A jak jsem dospívala a rostla, tak mi pořád byla vsunována váha, kterou jsem měla v těch 14 a tak jsem musela podstupovat kroky, abych si tu váhu udržela. Takže jsem musela omezovat stravu - pořád jsem jedla, ale na to, jaký jsem měla výdej a na to co moje tělo potřebovalo, tak jsem nejedla dostatečně, ale jedla jsem vždycky.“*

Influencerka uvádí jako její největší spouštěč modeling, kterému se sama věnovala od útlého věku. Kdyby se k tomuto povolání nikdy nedostala, tak si myslí, že by se jí nikdy problémy s jídlem a se cvičením neobjevily.

Respondentka 2: *„Začala jsem na základě nějakých věcí hubnout a začala jsem si počítat kalorie a vážít si jídlo. Po měsících jsem začala vnímat, že tam není něco v pořádku. Že s tím jídlem mám zvláštní vztah, že nechci chodit do restaurací a tak. Tam už jsem začala vnímat, že tam nějaký problém je. Nedokázala jsem si to přiznat, nebo jsem si to nechtěla přiznat. A bylo to potom tak, že si toho první všimla učitelka tělocviku, že jsem hodně zhubla, rodiče se zavolali do školy, našli jsme psychologa. A já jsem si pořád nepřišla nemocná. Vnímala jsem, že něco není v pořádku, ale říkala jsem si, že já nemůžu mít přeci problém s jídlem. Takže na jednu stranu jsem to vnímala od úplných začátků, ale na druhou stranu jsem si ani při té hospitalizaci nedokázala přiznat, že mám problém.“*

Respondentka 3: *„Poprvé jsem si to uvědomila v 16 letech, kdy to zašlo do takového většího extrému - užívala jsem návykové látky apod. A hlavně jsem tedy ztratila menstruaci, a to mi došlo, že to asi není v pohodě, a to mě dostalo. Svěřila jsem se o tom psychiatrice a řešila jsem to dál. Byla to chvíle, kdy jsem si uvědomila, že to je špatný.“*

Respondentka 5: „Uvědomila jsem si, že to není dobrý asi ve 14/15 a byla jsem u doktora na prohlídce. Ten mi řekl, že jsem zhubla a mám anorexii. Říkal rodičům ať na mě dávají pozor a tak. Nemyslím si, že jsem nebyla zdravá, nehrotila jsem to tak, nebo nebylo to tak hrozný. Když to řekl doktor rodičům, tak mi to dělalo dobře, že o mě budou mít zájem. A od té doby mi přijde, že to se mnou šlo z kopce. Konzumovala jsem i obsah co jím ten den u ostatních, začala jsem se porovnávat s holkama na sociálních sítích, s VS modelkama. Cvičila jsem podle nich a jedla jsem podle nich. Podle mého se mi to vytvořilo okolo těch 15 a paradoxně jsem o tom věděla. Pak se mi to překlenulo do jiný poruchy příjmu potravy, ale dobrá jsem až tak od loňského roku. Nejdřív jsem nejedla a pak jsem se přejídala.“

Respondentka 6: „Nejhorší moment bylo, když mě máma vzala k doktorce a ta mě zapsala do psychiatrické léčebny a měla jsem termín, kdy jsem tam měla jít, ale nikdy jsem tam nešla. Ale jako věděla jsem, že je to špatný. Máma brečela, já jsem brečela a věděli jsme, že je to špatný.“

Dle povahy odpovědí si respondentky často neuvědomovaly vážnost situace, ve které se nacházely, dokud je na to neupozornilo okolí anebo nešly na lékařskou prohlídku, kde jim sám doktor řekl, že něco není v pořádku.

Respondentka 2: „Na druhou stranu já jsem viděla, jak mi trčí kosti, fotila jsem si to a líbilo se mi to. Ale i když jsem došla na nějakou váhu 38 kg, tak jsem si říkala, vždyť já nejsem dost hubená na to, abych byla anorektička.“

Respondentka 3: „Ono to pokračovalo tak delší dobu, bylo to po obdobích. Hlavně mě začala hlídat mamka. Trvá to bohužel do teď protože to je nemoc, ze který se člověk nevyлéčí a ty myšlenky tady vždycky budou. Střídalo se to po obdobích, někdy jsem s tím přestala a potom do toho zpátky spadla.“

Respondentka 3: „To se mi stalo v psychiatrický léčebně, protože tam nás každý měsíc vážili a když člověk vidí, že to číslo jde nahoru, tak je to pro něj strašný.“

Respondentka 4: „Nutila jsem do toho i mojí ségru abychom chodily na tabatu, rychlochůzi a chtěla jsem nějaký pohyb neustále. Na jídlo jsem čekala prostě. Do půlky dne jsem si udělala jedno smoothie a druhou jednu večeři.“

Respondentka 5: „Začala jsem s tím nevinně ve 13 a po tom, co si toho všimnul doktor jsem do toho sklouzla. Jedla jsem málo, vyřezovala jsem různý jídla. Lepek, laktózu, vegan.“

*Hledala jsem způsoby, jak něco nejíst a mít to odůvodněný. A jako jedla jsem málo a hodně jsem vynechávala večeře a hodně jsem cvičila. Měla jsem minimální kalorický příjem.*

*Chtěla jsem, aby to, co jím, bylo zdravý. Když jsem si dala zmrzlinu, tak jsem si prostě pak nedala večeři. ‘‘*

Respondentka 6: *„Začalo to asi tak, že jsem začala cvičit 10minutová videa, že jsem si říkala, že zkusím cvičit 10 minut denně po dobu jednoho měsíce a uvidím co to udělá. A pak, když jsem viděla, že to něco dělá, tak jsem si řekla, že tomu nějak pomůžu a začala jsem jíst zdravěji a vynechávat nějaký jídla. Pak jsem přidávala hodně těch cvičících videí, takže z 10 minut se stalo 20 minut, z 20 pak 30 minut, 40 minut až jsem cvičila skoro hodinu denně a někdy i víckrát denně. Do toho jsem ten rok začala chodit do práce a tam bylo snazší vynechávat jídlo a hýbat se hodně. ‘‘*

Respondentka 6: *„V dubnu nebo květnu 2018 při zkouškovém, to jsem začala cvičit, abych se nemusela učit. A trvalo to tak do roku 2020, nebo v tom roce jsem se snažila s tím přestat, ale bylo to hodně nahoru a dolu. ‘‘*

Většina respondentek uvádí, že jejich onemocnění začalo poměrně nevinně. Začaly cvičit a poté to mělo poměrně rychlý spád. Většina z nich si neuvědomovala vážnost jejich rozhodnutí a toho, že se snažily změnit své tělo metodami, které nejsou zdravé.

Respondentky často uvádí, že hodně cvičily a málo jedly a změna jejich postavy se jim líbila. Jejich vztah ke cvičení se změnil a cvičili častokrát každý den. Dívky popisují, jak se bály, že pokud s touto rutinou přestanou, že se jim začne měnit číslo na váze, a to je nejvíce děsilo. Část influencerek se dle jejich výpovědí dostala i k lékaři vzhledem k vážnosti jejich situace a jedna z nich uvedla, že se i s problémem léčila v léčebně.

Většina dívek se z poruchy příjmu potravy dostala sama. Jedna z nich uvádí, že se stále nachází ve stavu, kdy to buď je dobré anebo to dobré není. Dívky také uvádí, že si jejich problému všimlo i okolí a snažilo se to s nimi řešit, a to většinou návštěvou právě výše zmíněného lékaře.

## **Téma: Obsah při poruše příjmu potravy**

Dívky v této části často popisovaly, jaký obsah zveřejňovaly na sociální síti. Častá odpověď bylo cvičení, ale hlavně také jídlo. Z odpovědí bylo zřejmé a dívky to také samy uvedly, že čím méně jedly, tím větší potřebu měly zveřejňovat, co jedly.

Respondentka 1: „*Vnímám změnu v tom, že když jsem měla problémy s jídlem, tak jsem se fokusovala hlavně na to jídlo - recepty, jídlo jsem fotila a ukazovala a jídlo jsem vyhledávala.*“

Respondentka 5: „*Ale pamatuju si, že jsem sdílela i jídla a hodně jsem sdílela snídaně, protože ty byly estetický a zdravý. A zbytek jídla vlastně nebyl, takže nebylo co sdílet.*“

Respondentka 6: „*Pamatuju si taky, že jsem se jednou vyfotila s Burgrem z Mekáče, ale nebyl můj, byl to táty burger, já jsem ho neměla. Protože čím míň nejíš, tak chceš působit, že jíš, takže přidáváš fotky, že jíš, aby to tak nevypadalo.*“

Respondentka 5: „*Chtěla jsem v té době být dokonalá a chtěla jsem, aby všechno bylo perfektní ve videích a na fotkách. Děkala jsem hodně co jím, jak cvičím a tak.*“

Z výpovědí lze vydedukovat, že se dívky často snažily zakrýt, čím si procházejí a nepublikovat svůj obsah tak, aby bylo na první pohled jasné, že mají nějaký problém. Jak sama respondentka uvádí: „*...jednou jsem se vyfotila s Burgrem z Mekáče, ale nebyl můj...*“. Z této odpovědi je jasné, že se sama influencerka snažila zamaskovat svůj problém tak, aby to její sledující nepoznali.

## **Téma: Body image při PPP**

Své tělo také popisovaly tak, že se jim nelíbilo, jak vypadalo. Vnímaly ho negativně.

Respondentka 2: „*Všichni lichotili, jak jsem hezky zhubla a mně se to líbilo.*“

Respondentka 5: „*Já jsem byla šťastná, když jsem byla hubená. Neříkala jsem, že jsem tlustá. Měla jsem trauma ne z toho, jak vypadám, ale že přiberu. Měla jsem strach z toho, že když budu jíst a přestanu cvičit, tak že přiberu.*“

Respondentka 3: „*Já se nedívám do zrcadla. Mám problém s body dismorphia. Kupuju si o 3 velikosti větší oblečení, protože nevím, jak moje tělo vypadá. Nosím hlavně volné věci, protože se mi nelíbí, jak moje postava vypadá. Cítím se v nich pohodlněji.*“

Respondentka 4: „*Cítila jsem se, že nejsem dost hubená. Že můžu být víc fit, víc zhubnout.*“

Respondentka 4: „*Dříve jsem musela být fitnessačka a dělat všechno pořádně.*“

Respondentka 6: „*Mně se moje tělo nelíbilo. Čím víc jsem hubla, tím míň se mi líbilo moje tělo. Mě na tom bavilo spíš to, že jsem viděla, že je možný že můžu jít níž a níž s tím číslem.*“

*Mně se moje tělo nelíbilo, připadala jsem si jako kluk. Takže já jsem spíš chtěla přibrat a kdykoliv jsem přibrala, tak se mi začalo to tělo líbit, ale pak jsem si stoupla na tu váhu to číslo mě spíš stahovalo dolů. Bylo pro mě nepříjemný vidět to číslo na tý váze, a ne to jak vypadám.“*

Respondentka 1: *„Vnímala jsem svoje tělo tak, že jsem ho neměla ráda. Necítla jsem se dobře.“*

Respondentka 2: *„Já jsem si nikdy nepřipadala vyhublá.“*

Odpovědi respondentek se v této části liší. Části z nich se jejich tělo líbilo a líbil se jim ten fakt, že jsou hubené. Dostavily se i pozitivní reakce okolí, což pro respondentku mohlo znamenat určité uspokojení potřeby, která byla nenaplněna. Druhé části dívek se jejich tělo nelíbilo ani zdaleka. Velmi zajímavá je odpověď, kdy samotná respondentka uvádí, že se jí její tělo nelíbilo, ale strašákem pro ní bylo číslo na váze, kterého se bála a nechtěla, aby se pohnulo. Jedna respondentka dokonce odpověděla, že neví, jak její tělo vypadá v reálném světě a každý den ho vidí jinak. V rozhovoru také uvedla, že se bojí se podívat do zrcadla, protože se jí její tělo nelíbí.

## **Téma: Soustředěnost na jídlo**

Respondentka 1: *„Omezit sladké a postupně jsem si sama zakazovala nějaké potraviny a dělala takové blbosti.“*

Respondentka 1: *„Takže jsem musela omezovat stravu - pořád jsem jedla, ale na to jaký jsem měla výdej a na to co moje tělo potřebovalo, tak jsem nejedla dostatečně, ale jedla jsem vždycky.“*

Respondentka 3: *„Začala jsem si počítat kalorie a vážit si jídlo.“*

Respondentka 2: *„Že s tím jídlem mám zvláštní vztah.“*

Respondentka 2: *„Nechci chodit do restaurací a tak.“*

Nechození do restaurací může znamenat určitý únik od toho, aby si poruchy někdo všiml. Je možné, že respondentka se nechtěla cítit kontrolovaná, co jí. Pokud by musela jít do restaurace, tak by si okolí mohlo všimnout, že není něco v pořádku.

Respondentka 3: *„Začala jsem místo jídla pít, okurku jsem si dávala za odměnu, že jsem vypila vodu.“*

Respondentka 3: „*Doted' si pamatuju kolik má co kalorií.*“

Respondentka 4: „*Na jídlo jsem čekala prostě. Do půlky dne jsem si udělala jedno smoothie a druhou jednu večeri.*“

Respondentka 5: „*Jedla jsem málo, vyřezovala jsem různá jídla. Lepek, laktózu, vegan.*“

U většiny respondentek se objevují odpovědi, kdy si hlídaly, co budou a nebudou ten den jíst. Část z nich také uvádí, že si hlídaly svůj kalorický příjem. U influencerek je také vidět, že v průběhu jejich problémů měly negativní vztah k jídlu.

## **Téma: Dopad PPP na obsah**

Influencerkám byla položena otázka, zda si myslí, že jejich porucha příjmu potravy měla nebo stále má nějaký dopad na obsah, který sdílí dnes. Odpovědi na tuto otázku byly poměrně jednoznačné. Většina dívek uvedla, že o této části jejich života mluví, ale snaží se na ní neupozorňovat či rozvádět toto téma do detailů, protože by jejich odpověď mohla mít za následek počátek poruchy u lidí, kteří je sledují. U odpovědí je vidět, že si influencerky uvědomují, jaký můžou mít vliv na své publikum a snaží se s tímto faktem tak i nakládat.

Respondentka 1: „*Snažím se to ukazovat, ale nechci na tom stavět. Chci ukazovat tu realitu, ale nechci na to upozorňovat.*“

Respondentka 3: „*Spíš pobuzuju lidi, ať se jdou najíst apod. Snažím se radit podle toho, co jsem zažila.*“

Respondentka 5: „*Vím, že to dokáže být špatný a lidi se tím řídí a nechci to tolik sdílet. Nechci aby vnímali, že když já takhle jím, tak takhle by měli jíst taky. A takhle to je správně. Chci je jen inspirovat co mám třeba k snídani. Nedávám tam celý den a kolik to má kalorií.*“

Respondentka 5: „*Reagovala jsem na svoje staré video, kde jsem ukazovala co jsem jedla. A říkala jsem tam, co je tam špatně, říkala jsem co jsem natáčela ten den a půlku jiný den, protože jsem ten den už nic nejedla a nechtěla jsem, chci aby to lidi viděli.*“

Respondentka 6: „*Většinou se mě ptají, jak jsem se z toho dostala. Většinou, když tohle sdílím, tak je to odpověď na ty otázky, jak cvičím.*“

Některé influencerky uvedly, že se snaží o poruchách příjmu potravy edukovat a pomáhat svým sledujícím, protože si na tomto obsahu založily svůj profil na sociálních sítích.

Respondentka 2: „Sešla s jednou slečnou, s ní i její maminkou. Snažila jsem se jí pomoci, namotivovat. A ona za to byla moc vděčná a pomohlo jí to. Mám hodně hezkých zpětných vazeb od lidí, který tím trpí. Nebo naopak od jejich rodičů nebo blízkých lidí, kteří mají v blízkém okolí někoho, kdo tím trpí. Chodí za mnou a chtějí vyjádřit vděčnost. Taky mám zpětné vazby od lidí, kterým tato témata blízká nejsou, ale dokážou to ocenit a řeknou hale já třeba nemám povědomí o tomto a já se můžu přiučit. Jsem vděčná, že ty zpětné vazby jsou nádherný.“

Jedna z respondentek uvedla, že se k tomuto tématu raději nevyjadřuje, protože se necítí být odborníkem v tomto oboru a raději toto břímě předá jiným.

Respondentka 3: „Raději to přenechávám lidem, kteří tomu rozumí a mohou pomoci i dalším - jako Markét Gajdošová. Je to výživová poradkyně, která o tom dělá skvělý videa. Někdy to chci sdílet, ale tam je to potom takový blbý, když člověk sdílí to co dělal, tak to pro někoho může být návod.“

Influencerka také uvádí, že pokud by sdílela tento obsah, tak si je vědoma toho, že by její obsah mohl sloužit jako návod pro dívky, které si tímto problémem procházejí anebo jsou na jeho hranici. V tomto případě vidíme jakousi zodpovědnost ke svému publiku, který si sama uvědomuje.

## **Téma: Změna pohledu na své tělo**

Při dotazování vzešla i otázka, zda se influencerky vnímají dnes jinak, než se vnímaly, když si poruchou příjmu potravy procházely. Z jejich odpovědí jednoznačně vyplývá, že je pohled na jejich tělo markantně změnit. Začaly se více brát takové jaké jsou.

Respondentka 1: „Začala zajímat o zdravý životní styl, fitness a tak. Dřív jsem tyto koničky měla k tomu, abych byla krásná, abych nějak vypadala. A teď jsem se postupem často naučila vnímat své tělo jako něco, co mě pomáhá a co se musím naučit mít ráda. Že takhle vypadám a že moje váha nebude taková, jaká byla ve 14. Musela jsem přijmout to, že už nikdy nebudu vypadat tak, jak jsem vypadala, že se každý mění. A uvědomila jsem si že mezera mezi stehny, určitý tělesný proporce prostě není všechno a jsou na světě i důležitější věci.“

Respondentka 1: „Začala bych tou mojí postavou, tím svým tělem. Že teď mi opravdu nezáleží nebo jako záleží mi na vzhledu, protože ať si říká kdo chce co chce, tak první

*vnímáme ten vzhled. Takže pokaždé na sebe budu koukat, jak vypadám, ale už to neberu jako něco, co mě definuje. Vnímám to tak, že se chci o sebe starat po všech stránkách. Dřív to bylo, že jsem každý den musela sportovat a měla jsem nalajnovaný jídelníček a když se mi něco nepovedlo, tak jsem na sebe byla naštvaná a zklamaná. Ted' to mám opravdu volné a jím si co chci, když se mi nechce sportovat, tak nejdu. Dřív to bylo tak, že i když bylo venku hnusně, tak jsem musela mít nakrokováno a ted' i když je venku krásně, tak mi nevadí, že celý den nic nedělám.“*

Influencerka uvádí, že vidí rozdíl v tom, jak se vnímala předtím a jak se vnímá dnes. V této odpovědi je vidět, že byl změněn i přístup ke sportu a také k jídlu. Že pro dívku už není jídlo pouze obživa, ale že si ho také užívá. U změny vztahu ke sportu je znatelný rozdíl v tom, že pokud sportovat jít nechce, tak nejde. Není ze sebe zklamaná pokud ten den nesportuje či nekonzumuje to nejzdravější jídlo.

*Respondentka 2: „Samozřejmě vnímám to, že je moje tělo je o 30 kg těžší. Ale já i přes to, že vidím nedostatky svého těla, který sdílím na sociálních sítích - mám strie, jizvy od sebepoškození atp. tak já své tělo dokážu přijmout takové, jaké je a není to tak, že ho nenávidím. I přes to, že mám nedokonalosti, že bych mohla vypadat jinak, tak jsem tak vděčná, že to moje tělo všechno ustálo a že takové jaké je a že jsem jedinečná a svá. A to že jsem zdravá, tak to je pro mě 1000x přednější, než jestli mám malý zadek a úzký pas.“*

V odpovědi je vidět určitá pokora a vděk k vlastnímu tělu, kdy i přes to, že si respondentka prošla velmi těžkým obdobím, tak je vděčná za to, že se z toho dostala a hlavně také, že je zdravá.

*Respondentka 4: „Změnilo se mi tělo a tak nějak to беру, že se mi mění tělo jako normální věc. Už nehubnu na léto a ani si pořád nedržím stravu. Ano občas se cítím, že jsem větší, ale dá se to kontrolovat. Pokud chci být více fit, tak budu jíst zdravěji a třeba začnu více chodit na procházky. Dřív jsem musela být fitnessačka a dělat všechno pořádně. Ted' už nechci být ve všem profík a snažím se to přizpůsobit svému životu. Aby se to přizpůsobilo mně a ne já tomu životnímu stylu.“*

*Respondentka 5: „Přijde mi, že pořád jsme holky, takže nebudu říkat, že svoje tělo vnímám pozitivně. Nejdůležitější je pro mě to, že jsem se naučila přijmout a беру se tak, jaká jsem ted'. Když chci něco zhubnout tak na tom pracuju. Není to pro mě stěžejní, protože dřív se okolo toho točil můj život. Ted' jdu do obchodu a koupím si i o 2 velikosti větší kalhoty a je*



*mi to jedno. Je to takové, že jsou důležitější věci než řešit, že mám mezeru mezi stehny. Nejsem spokojená se svým tělem každý den, ale už to nehrotím vůbec.“*

*Respondentka 6: „No já už mám tak nějak ráda, jak vypadám. Já už dneska vím, co nechci. Že nechci být zase vyhublá a že nechci vypadat tak, jak jsem vypadala. Víم že nechci hubnout, že chci jíst, to co chci jíst. A asi jako víم, že to že si sednu a mám špičky a sroluje se mi kůže, že je to normální, že to nemůžu vnímat tak, že je to špatně. Nebo když si sednu a někdo mě vyfotí špatně a teď tam mám celulitidu na noze, tak že je to úplně normální a že to neznamena že jsem tlustá.“*

Respondentky v odpovědích často uvádí, že i přes to, že se jejich tělo změnilo a nevypadá tak, jak vypadalo v průběhu jejich poruchy, tak se že ho nějakým způsobem naučily mít rády. Hubnutí pro ně není v aktuální době něco, po čem by toužily a mají k tomu zdravý vztah. Uvědomují si i to, že nikdo není dokonalý a že nemusí být dokonalé ani ony samy.

## **Téma: Motivace k obsahu dnes**

Respondentkám se kromě pohledu na své tělo změnil také pohled na to, co sdílí a většina z nich uvádí, že si dávají pozor na to, jaké věci sdílí. Nechtějí totiž ublížit ostatním a jak už bylo v této práci uvedeno, tak si ony samy uvědomují, jak velké publikum je sleduje a jaký může mít dopad jejich obsah na jiné lidi.

*Respondentka 6: „Spíše se snažím motivovat lidi žít a nepřemýšlet nad tím. Snažím se hodně nepostovat obsah, co se postavy týče - motivovat lidi cvičit, motivovat lidi jíst zdravě, to prostě nedělám. Motivuju lidi žít a snažím se právě tak nedávat pozornost tomu cvičte, jezte zdravě. Spíš se snažím postovat to co jím, protože já nejím tak zdravě - postuju zmliny, jídlo, prostě normální věci, křídýlka, žebírka. Snažím se tolik neupoutávat pozornost na jídlo a cvičení.“*

V odpovědi je zřejmé, že si respondentka sama dává pozor na to, co sdílí a snaží se píše své sledující motivovat k tomu, aby žili život a nesledovali, co konzumují.

*Respondentka 3: „Sdílím pozitivní náladu, sebelásku. Jak být normální člověk. Někdo mě bere jako influencerku, dokonalý život a tak, ale tak to vůbec není. Ukazuju svoje špatný dny, co jím a tak. Že nejím pořád saláty a že jím i něco jiného a tak.“*

Respondentka 3: „*Já to mám tak, že když je mi špatně, tak udělám obsah, ve kterých mluvím o špatných věcech a sdílím to až když je mi dobře. Nehledám totiž lítost od nikoho a chci sdílet tu reálnou stránku všeho.*“

Respondentka 2: „*Můj obsah je o mně - sdílím svoje příběhy a zkušenosti a čerpám o všem ze své zkušenosti. Snažím se ze svých zkušeností motivovat lidi, protože vím, co by kdysi pomohlo mně.*“

Respondentky se také snaží sdílet své reálné já. Neukazovat na sociálních sítích, že je vše jen hezké a dokonalé, ale ukazovat také stinnou stránku života, se kterou se jejich sledující dokáží více ztotožnit a cítit se tak, že je v pořádku se někdy necítit dobře.

Respondentka 5: „*Chtěla jsem v té době být dokonalá a chtěla jsem, aby všechno bylo perfektní ve videích a na fotkách. Dělal jsem hodně co jím, jak cvičím a tak. Teď už to nedělám tolik. Víím, že to dokáže být špatný a lidi se tím řídí a nechci to tolik sdílet. Nechci aby vnímali, že když já takhle jím, tak takhle by měli jíst taky. A takhle to je správně. Chci je jen inspirovat co mám třeba k snídani. Nedávám tam celý den a kolik to má kalorií. Tím se změnil můj obsah.*“

Respondentka 3: „*Sdílím hlavně daily content - že né všechny dny jsou úplně dobrý. Na Instagram hlavně dávám photodumpy z různých focení a dní. A potom přidávám random věci, které by patřily na close friends.*“

Respondentka 3: „*Mám skupinu i daily spam, kde posílám daily reminders a že se mnou můžou komunikovat.*“

V odpovědích je také vidět, že se dívky snaží se ke svým sledujícím chovat spíše jako ke svým přátelům a povzbuzovat je, motivovat je a snažit se být jim oporou.

## 7 Diskuse

V diskusi této práce budou popsána hlavní zjištění tematické analýzy, které budou porovnány s částí teoretickou. Vedle hlavních témat budou také shrnuty různé poznatky, které by mohly sloužit pro další práce či hlubší rozvedení výzkumu. Celý výzkum byl zaměřen na prezentaci influencerek na sociálních sítích, které si prošly poruchou příjmu potravy. Metodologie výzkumu obsahovala obrazovou analýzu, na kterou navazovaly polostrukturované rozhovory a následném rozboru těchto rozhovorů. Analytická část práce s rozhovory byla rozdělena do několika témat relevantních ke zkoumání. Do výzkumu se zapojilo 6 dívek ve věkovém rozmezí od 18 do 25 let.

Díky bližšímu porovnání rozhovorů je zjevné, že influencerky mají podobný vznik jejich onemocnění. Většina z nich uvádí, že se s onemocněním setkala už v útlém věku od 7 do 16 let. Což uvádí i Vágnerová ve své publikaci, kdy dle autorky jsou mladší dívky více náchylné na změny a mohou své problémy řešit jídlem.<sup>93</sup> Respondentky také často uváděly, že k dané nemoci měly predispozice v dětství, kdy část z nich se cítila být plnoštíhlá a jejich okolí se jim smálo a to v nich vyvolalo určitou nespokojenost s vlastním tělem a snahu zapadnout mezi okolí. Pokud je tato nespokojenost s tělem vnímána jedincem dlouhodobě, může vést k opatřením, které jedinec dělá pro to, aby se této nespokojenosti zbavil. Častým výsledkem této nespokojenosti může být i porucha příjmu potravy, která se vyvine z nevinného hubnutí po vážný problém. Jak uvádí Derenne a Beresin ve své studii, toto negativní pojetí vlastního těla může vyeskalovat do takové míry, že se jedinec bude snažit změnit své tělesné proporce, kdy řešením tohoto problému můžou být vnímány například plastické operace nebo také diety. Pokud by jedinec v tomto případě zašel do extrému, může se z toho vyvinout i porucha příjmu potravy, což nastalo u zkoumaných influencerek.<sup>94</sup>

Polovina respondentek uvádí jako jejich počátek nemoci období pandemie Covidu-19. Jak samy respondentky zmiňují, v době pandemie se část z nich stala influencerkami vzhledem k velké konzumaci a také produkci obsahu na sociálních sítích. Na negativní dopady pandemie Covidu-19 a také nadměrnou konzumaci sociálních sítí poukazuje hned několik

---

<sup>93</sup> VÁGNEROVÁ, Marie, 1999. Psychopatologie pro pomáhající profese: variabilita a patologie lidské psychiky. Praha: Portál. ISBN 80-717-8214-9.

<sup>94</sup> Derenne, J.L., Beresin, E.V. Body Image, Media, and Eating Disorders. *Acad Psychiatry* **30**, 257–261 (2006). <https://doi.org/10.1176/appi.ap.30.3.257>

studií.<sup>95</sup> <sup>96</sup> Tato nadměrná produkce na sociálních sítích vedla k nárůstu jejich sledujících a následnému vzniku jejich kariéry jako influencera. Při konzumaci obsahu polovina těchto respondentek zmínila jiné influencerky, které jsou veřejně známé tím, že publikují na svůj profil videa, kde se cvičí. Dívky sami přiznaly, že konzumace tohoto obsahu a také nátlak okolí tj. jiné příspěvky jiných influencerek na Instagramu, na ně měl negativní dopad a ony samy začaly cvičit znovu či se věnovat podobným aktivitám. Influenceri jsou normální lidé, kteří mají větší komunitu tvořenou například na sociálních sítích. Můžou fungovat, jako tzv. názorový tvůrce a mít určitý vliv na uživatele, kteří jejich obsah konzumují.<sup>97</sup> Díky konzumaci obsahu, který nemusí být správný, protože daný influencer není odborníkem v oboru, mohou vzniknout i problémy na straně uživatelů, kteří dané jedince sledují.<sup>98</sup>

Kromě toho 1/3 respondentek uvádí jejich nezdravý vztah s chytrými hodinkami od značky Apple. U influencerek vznikla určitá potřeba uzavírat kruhy aktivity, které hodinky nabízejí. Zpětně vnímají to, že na ně tato technologie měla negativní vliv, protože pro ně uzavírání těchto kroužků bylo určitou hrou, kterou chtějí dohrát každý den. Toto poukazuje na zajímavý fenomén, který by si zasloužil bližšího zkoumání.

U většiny dotazovaných vznikla porucha poměrně nevinně - nikdo z nich se aktivně nesnažil se do tohoto problému dostat. Respondentky uvádějí, že si vážnost onemocnění často uvědomily až po tom, co byly donuceny jít k lékaři a ten jim tento fakt oznámil. Co se týče podobnosti v jejich příbězích, tak jsou znatelné. Všechny dívky uvádějí, že jídlo konzumovaly, ale pouze tak, aby se udržely při životě. K tomu se snažily nadměrně cvičit a část z nich uvedla, že se jim zamlouvalo, když jejich váha šla níže a ony byly hubené. Část z nich také uvádí, že se jim jejich tělo líbilo, když byly vyhublé. Asi polovina influencerek věděla, že mají nezdravý vztah k jídlu a také samy k sobě, druhá polovina si to neuvědomovala nebo si to nechtěla přiznat a brala to jako součást sebe sama. Polovina

---

<sup>95</sup> Holland, Grace & Tiggemann, Marika. (2016). "Strong beats skinny every time": Disordered eating and compulsive exercise in women who post fitspiration on Instagram: DISORDERED EATING IN WOMEN WHO POST FITSPIRATION. *International Journal of Eating Disorders*. 50. 10.1002/eat.22559.

<sup>96</sup> Baenas, I.; Etxandi, M.; Munguía, L.; Granero, R.; Mestre-Bach, G.; Sánchez, I.; Ortega, E.; Andreu, A.; Moize, V.L.; Fernández-Real, J.-M.; et al. Impact of COVID-19 Lockdown in Eating Disorders: A Multicentre Collaborative International Study. *Nutrients* **2022**, *14*, 100. <https://doi.org/10.3390/nu14010100>

<sup>97</sup> KATZ, Elihu a Paul LAZARFELD. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Routledge, 2005. ISBN 978-1412805070.

<sup>98</sup> Machackova, H., & Smahel, D. (2018). The perceived importance of credibility cues for the assessment of the trustworthiness of online information by visitors of health-related websites: The role of individual factors. *Telematics and informatics*, *35*(5), 1534-1541. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03>

z influencerek uvádí, že se snažily ze svého jídelníčku vyřadit určité potraviny, které si myslely, že jsou pro ně velmi škodlivé anebo dokonce držely různé diety nebo detoxy, které by jim pomohly k tomu se dostat na nižší váhu. U poruchy příjmu potravy jsou poměrně běžné, že jsou využívány různé diety, které daným jedincům pomáhají k tomu, aby se dostaly na váhu, kterou si přejí anebo zůstali v bodě, kde se momentálně nacházejí. Běžná je konzumace tzv. prázdných potravin - tedy potravin, které částečně zasytí, ale mají málo kalorií.<sup>99</sup> Jak uvádí jedna z respondentek - tyto prázdné potraviny pro ní samotnou sloužily jako určitá odměna.

Kromě obsahu který samotné influencerky sdílely se ony samy během období poruchy soustředily na jídlo. Vnímaly, že mají s jídlem negativní vztah a braly ho pouze jako něco, co musí dělat, aby přežily. Kromě toho se často řídily různými dietami, které jim v jejich očích dávaly tu možnost se vzdát některých potravin, aniž by museli okolí vysvětlovat proč dané potraviny nekonsumují.

Pokud bychom se zaměřily na obsah, který influencerky v době poruchy příjmu potravy publikovaly, všimly bychom si jednoho společného znaku a to obsese s publikováním obsahu spojeným s jídlem. V rozhovorech vyšlo najevo, že se zaměřovaly především na obsah spojený s jídlem a to - publikování toho co snědly, kdy hlavním společným činitelem zde byly snídaně. V rozhovorech bylo často zmíněno, že na sociální síte publikovaly pouze snídaně, protože v průběhu jejich problému nic jiného nekonsumovaly. Jedna z influencerek uvedla, že se fotografovala i s jídlem, které nebylo její, jen aby na sociálních sítích nepůsobila, že má nějaký problém.

Co se týče pohledu na jejich vlastní tělo, tak polovina dotázaných uvedla, že se jim jejich vlastní tělo líbilo a druhá polovina uvedla, že ho vnímala negativně. Cílem pro ně bylo nepřibrat a držet si váhu, na kterou se dostaly. Jedna z influencerek dokonce uvedla, že své tělo nevnímala jako vyhublé a sama sobě říkala, že nemá anorexii, na to není dost hubená. U většiny je znatelný negativní postoj ke svému vlastnímu tělu a k tomu, jak své tělo vnímají. Tato nadměrná sebekritika k vlastnímu může být způsobena určitým ideálem krásy, který dané uživatelky vnímají.<sup>100</sup> Kromě toho je pozitivní vnímání vlastního těla ovlivněno a úzce souvisí s psychickým, emocionálním a také sociálním pohodlím. Což

---

<sup>99</sup> KRCH, František David. Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie. Vyd. 1. Praha: Grada, 1999, Psyché (Grada Publishing). ISBN 8071696277. s. 14-16

<sup>100</sup> FISCHER, S. & ŠKODA, J. Sociální patologie: závažně sociálně patologické jevy, příčiny, prevence, možnosti řešení. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5046-0.

znamená, že pokud je jedinec vystaven situacím, které pro něj nejsou komfortní, může se snažit najít útěk z těchto situací například v jídle jinak. Pokud se člověk necítí komfortně a není spokojený se svým okolím nebo naopak je na něj z jeho vlastního okolí vyvíjen určitý tlak, i to může mít negativní vliv na daného člověka.

Co se týče obsahu, který respondentky komunikují svému publiku dnes, tak zde je společný jmenovatel a to motivace k životu. Většina dotázaných si dává velký pozor, na to co publikuje a uvědomují si svoji roli určitých názorových tvůrců. Zde je aplikovatelná teorie v rámci studie „The People’s Choice“, dle které se voliči často rozhodovali nad tím, koho budou volit na základě rozhovoru s někým blízkým.<sup>101</sup> Pokud tedy influencer funguje jako určitá osoba, která je konzumentům blízká, protože sdílí svůj život a konzument si v tomto případě přijde, jako kamarád daného člověka, nebo si obecně přijde, že má k danému influencerovi blízko, z důvodů obsahu, který konzumuje. Může zde nastat pocit blízkého člověka a je tedy možné, že názory a pocity influencera, které jsou promítány do jejich obsahu, budou mít určitý dopad na názory konzumentů.

Kromě toho se také snaží o tom, co se jim stalo edukovat, svůj obsah na tom primárně nestavět, ale otevřeně mluvit o tom, že to co se jim stalo není dobré a snažit se tak vyvracet názory jiných influencerů, kteří si například poruchou příjmu potravy procházejí. Jak samy respondentky uvedly, některé influencerky jim známé, stále publikují na sociální síť obsah, který dle nich není vhodný k tomu, aby jej konzumovalo tisíce uživatelů. V tomto případě je zřejmé, že si uvědomují sílu sociálních sítí a jaký možný vliv může mít obsah, který je na ně publikován, na jedince. Díky tomu, že si sílu svého obsahu uvědomují, se tak snaží přizpůsobit svůj obsah svému publiku tak, aby v konzumentech nevyvolal možné poruchy příjmu potravy. Změnu oproti doby při poruše příjmu potravy vidí hlavně v publikování jídla. Většina influencerek se snaží říkat, že všechno jídlo je v pořádku a není špatné a dobré jídlo.

Kromě změny pohledu na jejich obsah je znatelná také změna pohledu na jejich vlastní tělo. Většina influencerek uvádí, že se akceptovaly. Přijmuly to jak vypadají a přijmuly i své chyby, které dle jejich názoru na svém těle mají. Některé z nich však uvádějí, že i když nejsou spokojené s tím jak se vidí, tak se to nesnaží aktivně změnit. Nedrží diety a pokud cvičí, tak pouze s myšlenkou, aby jejich tělo zůstalo zdravé. U změny pohledu na své tělo

---

<sup>101</sup> KATZ, Elihu a Paul LAZARFELD. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Routledge, 2005. ISBN 978-1412805070.

je znatelný posun, kdy influencerky pochopily, že jejich tělo se mění v průběhu let a nebude vypadat stále stejně. Akceptují se a snaží se své tělo milovat takové, jaké dnes je. Vnímají to, že nejsou dokonalé, ale také vnímají, že dokonalost neexistuje. Jak už bylo v teoretické části zmíněno, tak se lidské tělo mění a změna je naprosto normální.<sup>102</sup>

Jak už bylo výše zmíněno, tak se všem dívkám změnil obsah, který aktuálně produkují na sociální síť. Snaží se být názorovými tvůrci a tvůrci obsahu tak, aby to v nikom nevzbuzovalo zbytečné pochyby o sebe samém. Uvědomují si, jaké břímě mají a že je důležité si dávat na publikovaný obsah pozor. Kromě toho se influencerky snaží být velice autentické. Publikují svůj život a to, co se jim právě děje. Jak samy uvádí, pokud se necítí ten den dobře, tak se do ničeho nenutí a sdílejí i své špatné dny. Tato autenticita profilu dodává jim jako tvůrcům obsahu na Instagramu určité autenticity a také důvěryhodnosti. Kromě toho často respondentky uvádí, že se chovají ke svým sledujícím jako ke svým kamarádkám, snaží se je podporovat či se s nimi scházet a pomáhat jim.

---

<sup>102</sup> WYKES, Maggie a Barrie GUNTER. *The media and body image: if looks could kill*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005. ISBN 0761942475.

# Závěr

Tato diplomová práce se zabývala pojetím vlastního těla u influencerek působících na sociální síti Instagram se zkušeností s poruchou příjmu potravy. Kromě pojetí těla u influencerek, se tato práce také soustředila na změnu publikovaného obsahu jednotlivých influencerek, která proběhla po tom, co si poruchou příjmu potravy prošly.

Struktura práce se odvíjela chronologicky od tématu body image a ideál krásy, kde byl popsán fenomén a historie vnímání vlastního těla a ideálu krásy. Na tuto kapitulu navazovalo téma médií obecně. V této části práce byly definována média i nahlédnutím do jejich historického vývoje. Práce se dále soustředila na sociální síť a to především na síť Instagram. Poslední kapitoly práce byly věnovány poruchám příjmu potravy, jednotlivému představení těch nejznámějších z nich a poslední část kapitoly byla věnována poruchám příjmu potravy v souvislosti sociálních sítí a také pandemii Covidu-19.

Cílem celé práce bylo zjistit, jak influencerky, které si prošly poruchou příjmu potravy vnímají své tělo a zda se tato porucha propisuje nějakým způsobem do jejich tvorby na sociální síti Instagram dnes.

Výzkumné otázky byly zodpovězeny prostřednictvím kvalitativního výzkumného šetření v podobě polostrukturovaných rozhovorů s šesti participantkami, které se na sociální síti Instagram prezentují jako influencerky. Dále byly v metodologické části popsány použité výzkumné metody a výzkumný vzorek.

Analytická část práce se věnovala rozboru polostrukturovaných rozborů a jejich možnou interpretaci. Rozhovory byly s respondenty byly otevřené, kdy cílem výzkumu bylo zjistit co nejvíce informací od respondenta na daná témata. Předem byla stanovena pouze kostra polostrukturovaných rozhovorů a na základě výpovědí byly jednotlivé otázky rozvedeny. V této části výzkumu bylo využito kódování, kdy jednotlivé kódy byly rozřazeny do témat. Následovala tematická analýza jednotlivých témat/kategorií, do kterých byly kódy rozděleny.

Po analýze jednotlivých rozhovorů jako celku následovala prezentace výsledků a shrnutí hlavních zjištění, které se opíralo o teoretické poznatky z reflektovaných a použitých knižních a internetových zdrojů. Z hlavních závěrů plyne, že influencerkám se po projití poruchy příjmu potravy změnil pohled nejen na vlastní tělo, ale také na obsah, který produkují na své sociální síti. Tuto změnu vnímají velice pozitivně a snaží se své sledující



edukovat a informovat o problémech, které v části jejich života měly. Ukázalo se, že lze najít určité podobnosti v životních příbězích influencerek a často mají příběhy společné faktory, kterými lze definovat i poruchy příjmu potravy samotné. Kromě toho vybrané influencerky vidí velkou změnu v obsahu, který produkují a uvědomují si sílu svého hlasu, který na sociálních sítích mají a přebírají za něj zodpovědnost.

## Summary

This thesis looked at the concept of one's body in influencers active on social media site Instagram with experience with an eating disorder. In addition to the body concept in influencers mind, this work is also focused on changing the published content of individual influencers, which took place after they went through an eating disorder.

The structure of the work derived chronologically from the theme of body image and the ideal of beauty, where the phenomenon and the history of self-perception and the ideal of beauty were described. This chapter was followed by the topic of the media in general. In this part of the work, the media was defined as well as an insight into their historical development. Then this theses focuses on social media and Instagram. The last chapters of the work were devoted to eating disorders, individual analysis of the most famous of them, and the next chapter was devoted to eating disorders related to social media, as well as the Covid-19 pandemic.

The whole goal of the work was to find out how influencers who have been through an eating disorder perceive their bodies and whether the disorder is somehow written into their creation on social networking site Instagram today.

The research questions were answered through a qualitative research investigation in the form of semi-structured interviews with six female participants who present themselves as influencers on Instagram. Furthermore, the methodological part described the research methods and the research sample used.

The analytical part of the work was devoted to the analysis of semi-structured interviews and their possible interpretation. Interviews were open with respondents, where the aim of the research was to find out as much information as possible from the respondent on the topics. Only the skeleton of semi-structured interviews was established in advance, and based on the statements, the various issues were elaborated. Coding was used in this part of

the research, with individual codes sorted into topics. This was followed by a thematic analysis of each topic/category into which the codes were broken down.

The analysis of the individual interviews as a whole was followed by a presentation of the results and a summary of the main findings, which relied on theoretical knowledge from reflected and used book and internet sources. The main conclusions suggest that influencers have changed their view not only on their own bodies but also on the content they produce on their social networks after going through an eating disorder. They feel very positively about this change and try to educate and inform their followers about the problems they have had in part of their lives. It turns out that some similarities can be found in the life stories of influencers, and often the stories share common factors that can define eating disorders themselves. In addition, selected influencers see a big change in the content they produce and recognize the power of their voice, which they have on social networks and take responsibility for.

# Použitá literatura

BALCEROVÁ, M. *Tělo jako artefakt v postmoderní společnosti*. Praha: Pražská vysoká škola psychosociálních studií, 2012.

BRAUN, Virginia a Victoria CLARK. *Successful qualitative research*. London: SAGE Publications, 2013. ISBN 978-1-84787-582-2.

Derenne, J.L., Beresin, E.V. *Body Image, Media, and Eating Disorders*. *Acad Psychiatry* 30, 257–261 (2006). <https://doi.org/10.1176/appi.ap.30.3.257>

ECO, Umberto, ed. *Dějiny krásy*. Přeložil Gabriela CHALUPSKÁ. Praha: Argo, 2005. ISBN 8072036777.

FARDOULY, J. & WILLBUGER B. K., VARTANIAN, L. R. *Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways*. *New Media & Society*. 2018;20(4):1380-1395. doi:10.1177/1461444817694499

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

FIALOVÁ, Ludmila, 2006. *Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. Praha: Grada. Psychologie pro každého. ISBN 80-247-1350-0.

FISCHER, Slavomil a Jiří ŠKODA. *Sociální patologie: závažné sociálně patologické jevy, příčiny, prevence, možnosti řešení*. 2., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2014. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5046-0

GROGAN, Sarah, 2000. *Body image: psychologie nespokojenosti s vlastním tělem*. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 80-716-9907-1.

HENDL, Jan. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-2.

HERMIDA, Alfred. *Tell Everyone: Why We Share and Why It Matters*. Toronto: Doubleday Canada. 2014. ISBN 03-856-7956-4.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, Jan a Helena PAVLIČÍKOVÁ. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. Praha: Powerprint, 2013. ISBN 978-80-87415-70-2.

KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. Praha: Grada, 2018.

KATZ, Elihu a Paul LAZARFELD. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Routledge, 2005. ISBN 978-1412805070.

KRCH, František David a Jarmila ŠVÉDOVÁ. *Příručka pro zdravotníky aneb Různé tváře poruch příjmu potravy*. Praha: Občanské sdružení Anabell, 2013, ISBN 978-80-905436-5-2.

MACEK, J. *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011. ISBN 978-80-7464-025-4.

MARWICK, Alice Emily. *Status update: celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New Haven: Yale University Press, [2013]. ISBN 978-0300176728.

MARÁDOVÁ, Eva. *Poruchy příjmu potravy*. Praha: Vzdělávací institut ochrany dětí, 2007, ISBN 978-80-86991-09-2.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

MCCORQUODALE, Sara. *Influence : How Social Media Influencers Are Shaping Our Digital Future*. London: Bloomsbury Publishing, 2021. ISBN 9781472971999.

NOVÁK, Michal, 2010. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM. ISBN 978-80-7204-657-7.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.

POPHAL, Lin. INFLUENCER MARKETING: TURNING TASTE MAKERS INTO YOUR BEST SALESPEOPLE. EContent [online]. 2016, 39(7), s. 18-22 [cit. 2023-07-13]. ISSN 15252531.

ŘEZNÍČEK, Josef; PROCHÁZKA, Tomáš. *Obsahový marketing*. Brno: Computer Press, 2014.

SCHILDER, Paul in GROGAN, Sarah. *Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. 2nd ed. New York: Routledge, 2008, ISBN 0415358213

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 9788024735689.

SERAFINELLI, Elisa. *Digital life on Instagram: new social communication of photography*. North America: Emerald Publishing, [2018]. ISBN 978-1-78756-495-4. s. 163.

STRAUSS, Anselm L.; CORBIN, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Sdružení Podané ruce, 1999.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

VÁGNEROVÁ, Marie, 1999. *Psychopatologie pro pomáhající profese: variabilita a patologie lidské psychiky*. Praha: Portál. ISBN 80-717-8214-9.

WYKES, Maggie a Barrie GUNTER. *The media and body image: if looks could kill*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005. ISBN 0761942475.

### **Online**

ABIDIN, Crystal. Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 2016, 161.1: 86-100. DOI: 10.1177/1329878X16665177. ISSN 1329-878X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1329878X16665177>

APLAN, A. & HAENLEIN, M. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 2010. 10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Baenas, I.; Etxandi, M.; Munguía, L.; Granero, R.; Mestre-Bach, G.; Sánchez, I.; Ortega, E.; Andreu, A.; Moize, V.L.; Fernández-Real, J.-M.; et al. Impact of COVID-19 Lockdown in Eating Disorders: A Multicentre Collaborative International Study. *Nutrients* **2022**, *14*, 100. <https://doi.org/10.3390/nu14010100>

BALABAN, Delia, Ioana IANCU, Maria MUSTĂŢEA, Anișoara PAVELEA a Lorina CULIC. What Determines Young People to Follow Influencers? The Role of Perceived Information Quality and Trustworthiness on Users' Following Intentions. *Romanian Journal of Communication and Public Relations* [online]. 2021, 22(3), 5–19 [cit. 2023-07-16]. ISSN 2344-5440. Dostupné z: [doi:10.21018/rjcpr.2020.3.306](https://doi.org/10.21018/rjcpr.2020.3.306).

CRUZ, Josephine. Model Behaviour: How the New Wave of Models Is Challenging Old Beauty Standards. *MissBish* [online]. 24. 3. 2020 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://missbish.com/model-behaviour-new-wave-models-challenging-old-beauty-standards/>

DUFFY, Brooke Erin a Emily HUND. “*Having it All*” on Social Media: *Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers*. *Social Media + Society* [online]. 2015, 1(2) [cit. 2023-7-12]. ISSN 2056-3051. Dostupné z: [doi:10.1177/2056305115604337](https://doi.org/10.1177/2056305115604337).

FARDOULY, J. & WILLBUGER B. K., VARTANIAN, L. R. Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*. 2018;20(4):1380-1395. [doi:10.1177/1461444817694499](https://doi.org/10.1177/1461444817694499)

*Sofia Richie Grainge's Wedding Caused Nudestix Sales to Soar* [online]. *WWD* [cit. 2023-07-15]. Dostupné z: <https://wwd.com/beauty-industry-news/beauty-features/sofia-richie-grainges-wedding-caused-nudestix-sales-to-soar-1155-percent-1235638241/>

Holland, Grace & Tiggemann, Marika. (2016). “Strong beats skinny every time”: Disordered eating and compulsive exercise in women who post fitspiration on Instagram: DISORDERED EATING IN WOMEN WHO POST FITSPIRATION. *International Journal of Eating Disorders*. 50. 10.1002/eat.22559.

Introducing Instagram Reels [online]. [cit. 2023-07-26]. Dostupné z: <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>

Machackova, H., & Smahel, D. (2018). The perceived importance of credibility cues for the assessment of the trustworthiness of online information by visitors of health-related websites: The role of individual factors. *Telematics and informatics*, 35(5), 1534-1541. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03>

MARWICK, Alice E. Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy. *Public Culture* [online]. 2015, 27(1 75), 137-160 [cit. 2020-04-28]. DOI: 10.1215/08992363-2798379. ISSN 0899-2363. Dostupné z: [https://read.dukeupress.edu/public-culture/article/27/1\(75\)/137-160/31071](https://read.dukeupress.edu/public-culture/article/27/1(75)/137-160/31071). s. 141.

Michal Čevelíček, Martina Šmahelová & David Šmahel (2018) Professionals' Reflections About the Impact of Digital Technologies on Eating Disorders, *Basic and Applied Social Psychology*, 40:3, 1135, DOI: [10.1080/01973533.2018.1446833](https://doi.org/10.1080/01973533.2018.1446833)

Nikolova, I., & LaMarre, A. (2023). "If I Unfollow Them, It's Not a Dig at Them": A Narrative Analysis of Instagram Use in Eating Disorder Recovery. *Psychology of Women Quarterly*, 47(3), 387–401. <https://doi-org.ezproxy.is.cuni.cz/10.1177/03616843231166378>

Paschke, Kerstin & Austermann, Maria & Simon-Kutscher, Kathrin & Thomasius, Rainer. (2021). Adolescent gaming and social media usage before and during the COVID-19 pandemic Interim results of a longitudinal study. *Sucht*. 67. 13-22. 10.1024/0939-5911/a000694.

PILÁŘ, Ladislav, Lucie Kvasničková STANISLAVSKÁ, Roman KVASNIČKA, Richard HARTMAN a Ivana TICHÁ, 2021. Healthy Food on Instagram Social Network: Vegan, Homemade and Clean Eating. *Nutrients*. Basel: MDPI, 13(6). ISSN 2072-6643. Dostupné z: [doi:10.3390/nu13061991](https://doi.org/10.3390/nu13061991)

POPHAL, Lin. INFLUENCER MARKETING: TURNING TASTE MAKERS INTO YOUR BEST SALESPEOPLE. EContent [online]. 2016, 39(7), s. 18-22 [cit. 2023-07-13]. ISSN 15252531.

The Vogue Business Autumn/Winter 2023 size inclusivity report [online]. 2023 [cit. 2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.voguebusiness.com/fashion/the-vogue-business-autumnwinter-2023-size-inclusivity-report>

TIGGEMANN, Marika a Ksenia ZINOVIEV. The effect of #enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image. *Body Image* [online]. 2019, 31, 131-138 [cit. 2023-05-28]. DOI: 10.1016/j.bodyim.2019.09.004. ISSN 17401445. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144519300981>

Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and weight disorders*, 22(2), 277-284. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>

URBAN, Lukáš. Sociologie: klíčová témata a pojmy. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5774-2. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/kniha/sociologie-2982/>.

Vaccaro, C., Guarino, G., Conte, D., Ferrara, E., Ragione, L. and Bracale, R. (2021) Social networks and eating disorders during the Covid-19 pandemic. *Open Medicine*, Vol. 16 (Issue 1), pp. 1170-1174. <https://doi.org/10.1515/med-2021-0291>

*Who Is Alix Earle? All About the Viral TikTok Sensation* [online]. People [cit. 2023-07-17]. Dostupné z: <https://people.com/style/who-is-alix-earle-tiktok-makeup-star/>

Why the Victoria's Secret Fashion Show Was Canceled [online]. 2019 [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://variety.com/2019/tv/news/victorias-secret-fashion-show-canceled-why-1203413186/>


Women Were Incredibly Moved by Rihanna's Savage X Fenty Show [online]. 2019 [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-week/a29143403/rihanna-savage-fenty-show-2019-reactions-reviews/>



# Teze Diplomové práce

16.9.22 M.J.

SCHVÁLENO

| Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK<br>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce   |   |
|---|---|
| <b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>   |   |
| <b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b><br>Vobořilová Tereza  | <b>Razítko podatelny:</b><br> |
| <b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b><br>2020/2021  |   |
| <b>Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta:</b><br>46961704@fsv.cuni.cz  |   |
| <b>Studijní program/forma studia:</b><br>Mediální a komunikační studia (MSP), navazující magisterské, prezenční   |   |
| <b>Název práce v češtině:</b><br>Pojetí vlastního těla u influencerek se zkušeností s poruchou příjmu potravy na Instagramu   |   |
| <b>Název práce v angličtině:</b><br>Body image in the eyes of influencers of Instagram who experienced eating disorder  |   |
| <b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023)<br>(diplomovou práci je možné obhajovat nejdříve šest měsíců od schválení tezí)<br>LS 2022/2023  |   |
| <b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování</b> (max. 1800 znaků):<br><p>Pojetí vlastního těla, influenceři, porucha příjmu potravy a Instagram. V této práci bych se chtěla zaměřit na propojení těchto pojmů dohromady.</p> <p>Tělesný vzhled spojený se sociální sítí Instagram je dlouho diskutované téma, na které vzniklo nespočet prací, které se touto tématem zabývají a zkoumají ji z různých pohledů. Sociální síť Instagram už dlouho neslouží pouze na komunikaci se svými vrstevníky, či publikování fotografií. Z této sociální sítě se stal nástroj, kterým lze prezentovat své nejlepší já pomocí fotografií či videí. Z obyčejných lidí, které sleduje několik tisíc lidí se stali influenceři, kteří prezentují svůj život, svoje koníčky a sebe na sociálních sítích. Tito jedinci prezentují svůj život a idealizují ho.</p> <p>S nástupem technologií, internetu a sociálních sítí se vše zrychlilo. Informace se šíří rychleji, než kdy dříve a stejně tak i problémy, se kterými se na sociálních sítích můžeme setkat. Dříve se ženy srovnávaly se svými kolegyněmi, ženami v televizi nebo kamarádkami. Dnes už je možné se srovnat prakticky s kýmkoliv, kdo má sociální síť a je na nich aktivní. Srovnávání svého tělesného vzhledu může být jedním ze spouštěčích faktorů při propuknutí poruchy příjmu potravy.</p> <p>Pojetí vlastního těla u influencerek, které si prošly poruchou příjmu potravy není na našem území často zkoumané téma, i když vzniklo nespočet článků v zahraničních publikacích.</p> |   |
| <b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy</b> (max. 1800 znaků):<br><p>V diplomové práci se zaměřím především na to, jak se samy influencerkyně, které mají zkušenost s poruchou příjmu potravy, dívají na své tělo. Teoretická část práce bude sloužit jako opora pro praktickou část. Bude se věnovat tématům jako body image, poruchy příjmu potravy, Instagram a v neposlední řadě také influenceři.</p> <p>V druhé části práce - praktické, se budu věnovat obrazové analýze profilů vybraných influencerek, které mají zkušenost s poruchou příjmu potravy. Na základě analýzy jednotlivých profilů budu pokračovat polostrukturovanými rozhovory, ve kterých se budu snažit rozkrýt pojetí jejich vlastního těla, jejich životní příběh a možný dopad této poruchy na jejich tvorbu na sociálních sítích v době trvání poruchy a poté nyní. Cílem této práce je přiblížit tuto problematiku u dívek, které vystupují na Instagramu jako influencerkyně a zjistit možné dopady poruchy příjmu potravy na jejich sebereprezentaci na této síti.</p>   |   |
| <b>Předpokládaná struktura práce</b> (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou  |   |

|   |
|---|
| <p>charakteristikou jejich obsahu):</p> <p>Úvod</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- představení tématu</li> </ul> <p>Teoretická část</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vymezení jednotlivých tématů a problematiky</li> </ul> <p>Body image</p> <p>Instagram</p> <p>Influenceri</p> <p>Praktická část</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obrazová analýza instagramových profilů zvolených influencerek</li> <li>- rozhovory navazující na obrazovou analýzu</li> </ul> <p>Závěr</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zhodnocení výzkumu, zhodnocení splnění cílů práce</li> </ul>  |
| <p><b>Vymezení podkladového materiálu</b> (např. titul periodika a analyzované období):</p> <p>5-10 obrazových analýz instagramových profilů dívek se zkušeností s poruchou příjmu potravy + polostrukturované rozhovory ve stejném počtu</p>   |
| <p><b>Metody (techniky) zpracování materiálu:</b></p> <p>Analýza odborné literatury bude sloužit jako podklad obsahu celé práce. Dle získaných poznatků z odborné literatury bude vytvořena obrazová analýza jednotlivých instagramových profilů a jejich obsahu. Na základě analýzy odborné literatury a obrazové analýzy bude následně vytvořen polostrukturovaný rozhovor, jehož cílem bude nahlédnout do dané problematiky očima tvůrců obsahu sociální sítě. Tento rozhovor bude veden s <u>influencery</u></p>  |
| <p><b>Základní literatura</b> (nejméně 5 nejdůležitějších titulů <u>k tématu a metodě</u> jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):</p> <p>BOYD, danah. <i>Je to složitější: sociální život teenagerů na sociálních sítích</i>. Přeložil Lukáš NOVÁK. Praha: Akropolis, 2017. ISBN 978-80-7470-165-8.<br/>V knize jsou popsány jednotlivé mýty týkající se všech aktivit a všeho, co dělají teenageři na sociálních sítích. Obsah knihy také popisuje, jak lidé v online světě žijí a jak se tam prezentují.</p> <p>FIALOVÁ, Ludmila. <i>Body image jako součást sebepojetí člověka</i>. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-7<br/>Knihla popisuje pojem body image a co znamená. Proč je tento pojem důležitý a jakou roli hraje v našem životě.</p> <p>GROGAN, Sarah. <i>Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children</i>. New York: Routledge, 1999. ISBN 0-415-14784-0.<br/>Publikace, která se věnuje body image a poukazuje na několik důvodů, proč mohou být lidé nešťastní ve svém těle.</p> <p>HENDL, Jan. <i>Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace</i>. Praha: Portál, 2005. ISBN isbn80-7367-040-2.<br/>Knihla popisuje metodologii výzkumu, která bude vhodná pro bližší nahlédnutí do problematiky. Tento titul bude potřebný pro celý výzkum práce, a proto byl zvolen.</p> <p>TIGGEMANN, Marika a Ksenia ZINOVIEV. <i>The effect of #enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image</i>. <i>Body Image</i> [online]. DOI: 10.1016/j.bodyim.2019.09.004. ISSN 17401445. Dostupné z: <a href="https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144519300981">https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1740144519300981</a><br/>Výzkum, který se věnuje obsahu na sociální síti Instagram a to především ženám, které publikují své tělo.</p> |
| <p><b>Diplomové a disertační práce k tématu</b> (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách)</p>   |

za posledních pět let)

CHRAMOSTOVÁ, Kateřina. *Vliv sociální sítě Instagram na vnímání fyzického vzhledu u dospívajících dívek*. Praha, 2019. 80 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Ing. Petra Audy.

KAMLEROVÁ, Kateřina. *Kult štíhlosti a jeho proměny s nástupem Instagramu*. Praha, 2020. 78 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

PROCHÁZKOVÁ, Veronika. *Realita tvořená na Instagramu pohledem dospívajících ve věku 11-15 let*. Praha, 2021. 79s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Vochočová, Ph.D.□

Datum / Podpis studenta/ky

13.9.2022

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK *vykonávám*

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

REIFOVÁ IRENA

11/9/2022

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT **VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ** A VE **DVOU** VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELÉ INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A **NECHAT VE VÁZAT** DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.**

# Seznam příloh

## Seznam tabulek

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Tabulka 1: Témata a kódy .....        | 28 |
| Tabulka 2: přehled respondentek ..... | 30 |

## Seznam obrázků

|  |    |
|--|----|
| Obrázek 1: příspěvek influencerky @adel.hante .....                                  | 32 |
| Obrázek 2: příspěvek influencerky @adel.hante .....                                  | 32 |
| Obrázek 3: příspěvek @adel.hante (Zdroj: instagram.com) .....                        | 33 |
| Obrázek 4: příspěvek @adel.hante (Zdroj: instagram.com) .....                        | 33 |
| Obrázek 5: příspěvek influencerky @gabisvejdova (Zdroj: instagram.com) .....         | 33 |
| Obrázek 6: příspěvek influencerky @gabisvejdova (Zdroj: instagram.com) .....         | 33 |
| Obrázek 7: příspěvek influencerky @sophiesarlak (Zdroj: instagram.com) .....         | 34 |
| Obrázek 8: příspěvek influencerky @sophiesarlak (Zdroj: instagram.com) .....         | 34 |
| Obrázek 10: příspěvek influencerky @tran_kimly (Zdroj: instagram.com) .....          | 35 |
| Obrázek 9: příspěvek influencerky @tran_kimly (Zdroj: instagram.com) .....           | 35 |
| Obrázek 14: příspěvek influencerky @valentynaap (Zdroj: instagram.com) .....         | 36 |
| Obrázek 13: popisek příspěvku influencerky @valentynaap (zdroj: instagram.com) ..... | 36 |
| Obrázek 12: příspěvek influencerky @valentynaap (Zdroj: instagram.com) .....         | 37 |
| Obrázek 11: příspěvek influencerky @valentynaap (Zdroj: instagram.com) .....         | 37 |
| Obrázek 16: příspěvek influencerky @sarajand (Zdroj: instagram.com) .....            | 38 |
| Obrázek 15: příspěvek influencerky @sarajand (Zdroj: instagram.com) .....            | 38 |
| Obrázek 17: příspěvek influencerky @sarajand (Zdroj: instagram.com) .....            | 38 |

## Seznam příloh

|   |  |
|---|--|
| Příloha č. 1: Kostra rozhovorů              |  |
| Příloha č. 2: Rozhovor s respondentkou č. 1 |  |
| Příloha č. 3: Rozhovor s respondentkou č. 2 |  |
| Příloha č. 4: Rozhovor s respondentkou č. 3 |  |
| Příloha č. 5: Rozhovor s respondentkou č. 4 |  |
| Příloha č. 6: Rozhovor s respondentkou č. 5 |  |
| Příloha č. 7: Rozhovor s respondentkou č. 6 |  |

## **Příloha č. 1: Kostra rozhovorů**

Sociální síť:

1. Jak dlouho působíš na sociálních sítích?
2. Jaký obsah na sociálních sítích primárně sdílíš?

Poruchy příjmu potravy

1. Kdy si se poprvé ve svém životě s PPP setkala?
2. Kdy sis uvědomila, že PPP procházíš?
3. Jako byl tvůj průběh PPP?
4. Bylo tvým spouštěčem PPP něco, co si viděla na sociálních sítích nebo obsah, na který si konzumovala?
5. Jak si vnímala své tělo, když sis poruchami procházela?
6. Myslíš si, že Instagram může být spouštěčem PPP?

Poruchy příjmu potravy a sociální síť

1. Jak vnímáš, že se tvůj obsah po tom, čím sis prošla změnil?
2. Snažíš se o tom, co se ti stalo mluvit?
3. Jak vnímáš své tělo teď? Změnilo se něco o té doby?

## **Příloha č. 2: Rozhovor s repondentkou č. 1**

1. Jak dlouho působíš na sociálních sítích?

Respondentka č. 1: Tak působím od listopadu 2021.

2. Jak si se stala influencerkou?

Respondentka č. 1: Tak když to vezmu úplně od malička, tak každá z nás chtěla někdy být youtuberka nebo bloggerka a tak. A potom když nastal Covid, tak mě hrozně bavilo vaření, pečení a různé recepty. A tak jsem se rozhodla, že si založím Instagram a že tam ty recepty budu sdílet. Tak to nějak vyústilo v profil, jak vypadá dneska.

3. Co to pro tebe znamená?

Respondentka č. 1: Určitým způsobem nějakou zodpovědnost vůči tomu, co sdílím a přidávám, protože si myslím, že mě sleduje mladší publikum. Ze statistik to vychází, že jsou to lidé mladší než já nebo stejně staří. Takže určitě nějakou tu zodpovědnost.

4. Jaký obsah na sociálních sítích primárně sdílíš?

Respondentka č. 1: Asi tak všeobecně lifestyle, zdravý životní styl, beauty a tak bych to nějak shrnula.

5. V tom obsahu, který postuješ, snažíš se být autentická?

Respondentka č. 1: Snažím se být co nejvíce autentická, ale někdy to samozřejmě nejde, když mám nějaké těžší období. Snažím se ale, aby to bylo co nejvíce autentické.

6. Stalo se ti někdy, během toho, co působíš na sociálních sítích, že si se do obsahu musela nutit nebo že si něco předstírala, co nebyla pravda?

Respondentka č. 1: Jelikož jsem hodně reálná, tak mi nevádí sdílet špatné chvíle, protože je to důležité sdílet, že všechno není jen sluníčkové. Zatím jsem se do toho - do ničeho pozitivního nenutila.

7. Kdy si se poprvé ve svém životě s PPP setkala?

Respondentka č. 1: Tak to bylo ve 13 letech. Protože jsem kroužila kolem modelingu - kroužila jsem o tom, že začnu dělat modeling a postupně jsem začala zkoumat, jak to funguje a míry, jak má každý vypadat, a co když začínám s modelingem - jak má vypadat moje tělo a že se musím vejít do nějakých proporcí.

8. Kdy sis uvědomila, že PPP procházíš?

Respondentka č. 1: Já úplně nevím, zda to můžu nazývat PPP, nikdy jsem s tím nebyla diagnostikovaná od doktora. Ale když se teď podívám zpětně, tak si myslím, že to u mě začalo ve 14 letech, kdy jsem podepsala smlouvu a bylo mi vsunováno, jak mám jíst, že se nemám přecpávat, omezit sladké a postupně jsem si sama zakazovala nějaké potraviny a dělala takové blbosti.

9. Jako byl tvůj průběh PPP?

Respondentka č. 1: Já bych řekla, že to bylo postupné. Hlavní příčinou byl ten modeling - já si myslím, že kdybych si k tomu nepřičuchla, tak se do toho nikdy nedostanu. Ze začátku jsem jedla úplně v pohodě a normálně, ale jak každý dospívá a tělo se mění, tak mně bylo furt vsunována nějaká váha, kterou jsem měla vážit ve 14. A jak jsem dospívala a rostla, tak mi pořád byla vsunována váha, kterou jsem měla v těch 14 a tak jsem musela podstupovat kroky, abych si tu váhu udržela. Takže jsem musela omezovat stravu - pořád jsem jedla, ale

na to, jaký jsem měla výdej a na to co moje tělo potřebovalo, tak jsem nejedla dostatečně, ale jedla jsem vždycky.

10. Takže si udržovala tělo při životě?

Respondentka č. 1: Ano

11. Bylo tvým spouštěčem PPP?

Respondentka č. 1: Modeling. 100%. Víím, že když se podívám na mojí mamku, tak ta má taky nějaký problémy s jídlem, takže tam taky nějaký koncept bude, ale byl to modeling pro mě.

12. Jak si vnímala své tělo, když sis poruchami procházela?

Respondentka č. 1: Vnímala jsem se jinak než dnes. Modeling pro mě byla obživa a práce a vnímala jsem svoje tělo tak, že jsem ho neměla ráda. Necítila jsem se dobře a určitě když se na to podívám zpětně tak je to diametrálně rozdíl jak jsem se vnímala a jak se vnímám dnes.

13. Jak se ten pohled změnil? Jak se vnímáš dneska oproti tomu jak si se vnímala předtím?

Respondentka č. 1: Já osobně jsem se více začala zajímat o zdravý životní styl, fitness a tak. Dřív jsem tyto koníčky měla k tomu, abych byla krásná, abych nějak vypadala. A teď jsem se postupem často naučila vnímat své tělo jako něco, co mě pomáhá a co se musím naučit mít ráda. Že takhle vypadám a že moje váha nebude taková, jaká byla ve 14. Musela jsem přijmout to, že už nikdy nebudu vypadat tak, jak jsem vypadala, že se každý mění. A uvědomila jsem si že mezera mezi stehnama, určitý tělesný proporce prostě není všechno a jsou na světě i důležitější věci.

14. Byla si dříve influencerkou nebo sis dříve prošla PPP?

Respondentka č. 1: Já si myslím, že se to tak nějak propojovalo - když jsem začala s influencerstvím, tak jsem věděla, že mám nějaký problém. Ale byla jsem pod agenturou a věnovala jsem se modelingu, takže jsem pořád trpěla nějakými problémy. Bylo to takové propojené.

15. Sdílela si někdy svoje problémy na Instagramu?

Respondentka č. 1: Nikdy jsem neřekla narovinu, že jsem něčím trpěla, protože to sama nevím, ale sem tam se k tomu vrátím a sdílím svoje trable - s čím jsem bojovala a s čím bojuju doteď. Snažím se to ukazovat, ale nechci na tom stavět. Chci ukazovat tu realitu, ale nechci na to upozorňovat.

16. Věnovala by ses tématu PPP i jako normální uživatelka?

Respondentka č. 1: To je zajímavá otázka. Mám kamarádky, který měli určité problémy a nesdíleli to. Já bych to osobně asi taky nesdílela. Nevím proč, jestli bych se bála.

17. Jak se změnil obsah?

Respondentka č. 1: Asi bych řekla, že jsem měla období, před rokem, kdy jsem se hodně fotila a někdy kdy jsem se fotila málo. Neřekla bych, že jsem se někdy fotila málo nebo víc. S tím modelingem to je hodně spojené, protože jsem se musela fotit.

18. Jak tu změnu vnímáš, pokud se změnil?

Respondentka č. 1: Vnímám změnu v tom, že když jsem měla problémy s jídlem, tak jsem se fokusovala hlavně na to jídlo - recepty, jídlo jsem fotila a ukazovala a jídlo jsem

vyhledávala. Co teď sdílím, tak jídlo není moje hlavní priorita.

19. Když mluvíš o tom co se ti stalo, jaké jsou reakce tvých sledujících?

Respondentka č. 1: Pozitivní. Za což jsem neskutečně vděčná, že taky vnímají ten posun. Jsou tomu otevření a podporují mě v tom. Sami vidí se v těch problémech a většinou jsou to pozitivní reakce.

20. Jak vnímáš své tělo teď? Změnilo se něco o té doby?

Respondentka č. 1: Začala bych tou mojí postavou, tím svým tělem. Že teď mi opravdu nezáleží nebo jako záleží mi na vzhledu, protože at' si říká kdo chce, co chce, tak první vnímáme ten vzhled. Takže pokaždý na sebe budu koukat, jak vypadám, ale už to neberu jako něco, co mě definuje. Vnímám to tak, že se chci o sebe starat po všech stránkách. Dřív to bylo, že jsem každý den musela sportovat a měla jsem nalajnovaný jídelníček a když se mi něco nepovedlo, tak jsem na sebe byla našťvaná a zklamaná. Teď to mám opravdu volné a jím si co chci, když se mi nechce sportovat, tak nejdu. Dřív to bylo tak, že i když bylo venku hnusně, tak jsem musela mít nakrokováno a teď i když je venku krásně, tak mi nevadí, že celý den nic nedělám.



### **Příloha č. 3: Rozhovor s respondentkou č. 2:**

#### **1. Jak dlouho působíš na sociálních sítích?**

Respondentka č. 2: Tak já jsem začala na sociálních sítích působit, když mi bylo 12/13. Nesouviselo to s obsahem, který tvořím teď. Spíš jsem jako malá chtěla být youtuberka. Ale co se týče toho, kdy jsem začala se věnovat obsahu s PPP, tak to jsem začala naučovat v roce 2019. V době, kdy já jsem se s anorexií začínala léčit. Začínala jsem svůj příběh sdílet na IG (měla jsem pod 1k sledujících). Začala jsem tvořit i videa na Youtube a v té době jsme tvořily s dalšíma holkama komunitu. Takže tam to nějak postupně začalo a pak jsem později někdy v roce 2021 tvořit sama o tomto tématu. Protože v té době, kdy jsem byla hospitalizovaná, tak o tom nikdo moc nemluvil. Informace se na internetu nedaly dohledat. A já jsem z toho byla frustrovaná a přišla jsem tedy s tím, že je to tedy na mě a vím, co by lidem mohlo pomoci. Sama jsem si tím prošla.

#### **2. Postavila si na PPP svůj obsah a stala ses tak influencerkou?**

Respondentka č. 2: Já si myslím že jo. Protože tyto témata tvořím pořád. Tím že jsem točila víc a víc, tak chodí spolupráce a není to tolik zaměřené jen na to. Ale v každé, spolupráci se snažím tu tvorbu k tomu vést. Celý ten obsah na tom mám založený. Jsem na to moc pyšná, protože i když je moje tvorba pro užší skupinu lidí, tak jsem zvládla něco na sociálních sítích něco vybudovat a sledují to i lidé, kteří se chtějí o tom informovat.

#### **3. Co to pro tebe znamená?**

Respondentka č. 2: Je to šilený. Já jsem neskutečně vděčná, že mě sleduje tolik lidí a že tolik lidí tohle téma zajímá.

#### **4. Kdy si se poprvé ve svém životě s PPP setkala?**

Respondentka č. 2: Na přelomu mých 15/16 let - asi v roce 2018. Tam to začalo, když jsem studovala na gymnáziu. Začalo to nevinně a skončilo to takhle.

#### **5. Kdy sis uvědomila, že PPP procházíš?**

Respondentka č. 2: Je to složitý říct. Začala jsem na základě nějakých věcí hubnout a začala jsem si počítat kalorie a vážit si jídlo. Po měsících jsem začala vnímat, že tam není něco v pořádku. Že s tím jídlem mám zvláštní vztah, že nechci chodit do restaurací a tak. Tam už jsem začala vnímat, že tam nějaký problém je. Nedokázala jsem si to přiznat, nebo jsem si to nechtěla přiznat. A bylo to potom tak, že si toho první všimla učitelka tělocviku, že jsem hodně zhubla, rodiče se zavolali do školy, našli jsme psychologa. A já jsem si pořád nepřipouštěla nemocná. Vníkala jsem, že něco není v pořádku, ale říkala jsem si že já nemůžu mít přeci problém s jídlem. Takže na jednu stranu jsem to vnímala od úplných začátků, ale na druhou stranu jsem si ani při té hospitalizaci nedokázala přiznat, že mám problém.

#### **6. Jako byl tvůj průběh PPP?**

Respondentka č. 2: Začalo to v létě 2018, pak na podzim jsem měla relativně zdravou váhu, ale šlo to do háje. A potom někdy v lednu/únoru se problémy začali řešit ve škole. První hospitalizace proběhla v dubnu 2019 a druhá v červnu 2019.

#### **7. Co bylo tvým spouštěčem PPP?**

Respondentka č. 2: Na tuto otázku se mě ptalo hodně lidí. Nenašla jsem jeden důvod, který byl hlavní. Bylo tam víc věcí, který se sešli dohromady. První byly predispozice k tomu - nebyla jsem v dětství nejhubenější, hodně jsem slyšela z okolí, že jsem silnější apod. Co tam u mě taky hrálo velkou roli byla mononukleóza - kdy mi všichni lichotili, jak jsem

hezky zhubla a mně se to líbilo. O ten rok později jsem si řekla, že bych mohla pár kilo zhubnout ještě. Byla jsem taky v toxickém vztahu a směs všeho dohromady to vyhrotila k tomuto.

8. Jak si vnímala své tělo, když sis poruchami procházela?

Respondentka č. 2: Já jsem si nikdy nepřipadala vyhublá. Na druhou stranu já jsem viděla, jak mi trčí kosti, fotila jsem si to a líbilo se mi to. Ale i když jsem došla na nějakou váhu 38kg, tak jsem si říkala, vždyť já nejsem dost hubená na to, abych byla anorektička. Takže to tělo jsem pokaždé vnímala jinak, pořád jsem si říkala, že můžu zhubnout víc. Je těžký na tohle odpovědět, protože jsem ho vnímala jinak - viděla jsem, že jsem vyhublá, ale nedokázala jsem si to přiznat.

9. V tvých očích ty si tedy vypadala normální?

Respondentka č. 2: Jo, asi tak bych to řekla.

10. Byla si dříve Influencerkou nebo sis dříve prošla PPP?

Respondentka č. 2: Dříve jsem si prošla poruchou a pak jsem byla influencerkou. Začala jsem s influencerstvím až po tom, co jsem se z toho dostala.

11. Věnovala by ses tématu PPP i jako normální uživatelka?

Respondentka č. 2: Tématu jsem se věnovala, i když jsem nebyla na internetu známá.

12. Jak se změnil obsah?

Respondentka č. 2: Můj obsah je o mně - sdílím svoje příběhy a zkušenosti a čerpám o všem ze své zkušenosti. Snažím se ze svých zkušeností motivovat lidi, protože vím, co by kdysi pomohlo mně.

13. S jakou zpětnou vazbou se na to téma, který sdílíš, setkáváš?

Respondentka č. 2: Tak já musím říct, že 99% reakcí jsou pozitivní. Jsou od různých lidí - od lidí, kterým je to blízký. Od těchto lidí mám krásné zpětné vazby a i jsem se sešla s jednou slečnou, s ní i její maminkou. Snažila jsem se jí pomoci, namotivovat. A ona za to byla moc vděčná a pomohlo jí to. Mám hodně hezkých zpětných vazeb od lidí, který tím trpí. Nebo naopak od jejich rodičů nebo blízkých lidí, kteří mají v blízkém okolí někoho, kdo tím trpí. Chodí za mnou a chtějí vyjádřit vděčnost. Taky mám zpětné vazby od lidí, kterým tato témata blízká nejsou, ale dokážou to ocenit a řeknou hale já třeba nemám povědomí o tomto a já se můžu přiučit. Jsem vděčná, že ty zpětné vazby jsou nádherné.

14. Jak vnímáš své tělo teď? Změnilo se něco o té doby?

Respondentka č. 2: Samozřejmě vnímám to, že je moje tělo je o 30kg těžší. Ale já i přes to, že vidím nedostatky svého těla, který sdílím na sociálních sítích - mám strie, jizvy od sebepoškození atp. tak já své tělo dokážu přijmout takové, jaké je a není to tak, že ho nenávidím. I přes to, že mám nedokonalosti, že bych mohla vypadat jinak, tak jsem tak vděčná, že to moje tělo všechno ustálo a že takové jaké je a že jsem jedinečná a svá. A to, že jsem zdravá, tak to je pro mě 1000x přednější, než jestli mám malý zadek a úzký pas.

#### **Příloha č. 4: Rozhovor s respondentkou č. 3:**

SM:

1. Jak dlouho působíš na sociálních sítích?

Respondentka 3: Tyjo, začala jsem se tomu pořádně věnovat v roce 2020, kdy se rozjel Covid. Cca se tomu věnuju 3 roky, ale rozjelo se to se to v roce 2021 pořádně.

2. Jak si se stala influencerkou?

Respondentka 3: Náhodou. Já jsem ani nečekala, že bych mohla být influencerka. Začala jsem pravidelně postovat na TikTok a najednou to začalo skákat i na Instagramu. Pak už to bylo takový divný a já si říkám cože, já mám čísla. Panebože já se bojím. Musím všechny lidi smazat a smazat všechny sociální sítě.

3. Co to pro tebe znamená?

Respondentka 3: Já to úplně nevnímám. Co tam ale vnímám je, že jsem si vytvořila komunitu psychicky nemocných lidí, s kterými se navzájem podporujeme. K čemu mi to přijde dobrý je, že může předávat dál nějakou message.

4. Jaký obsah na sociálních sítích primárně sdílíš?

Respondentka 3: Sdílím hlavně daily content - že né všechny dny jsou úplně dobrý. Na Instagram hlavně dávám photo dumpy z různých focení a dní. A potom přidávám random věci, které by patřily na close friends. Vážně ten instagram neberu.

5. Na IG jsi tedy více jako jejich nejlepší kamarádka?

Respondentka 3: Řekla bych že ano. Mám skupinu i daily spam, kde posílám daily reminders a že se mnou můžou komunikovat.

6. Kdy si se poprvé ve svém životě s PPP setkala?

Respondentka 3: Já si nejsem jistá, zda to byla porucha příjmu potravy. Od 6/7 let jsem měla problémy s jídlem. A odmítala jsem jíst. To bylo možná kvůli mé psychice. Nemohla jsem do sebe nic dostat. V 11/12 jsem se s tím setkala poprvé - začala jsem místo jídla pít, okurku jsem si dávala za odměnu, že jsem vypila vodu apod.

7. Jak dlouho to od 11/12 pokračovalo?

Respondentka 3: Ono to pokračovalo tak delší dobu, bylo to po obdobích. Hlavně mě začala hlídat mamka. Trvá to bohužel do teď, protože to je nemocí, ze který se člověk nevyléčí a ty myšlenky tady vždycky budou. Střídalo se to po obdobích, někdy jsem s tím přestala a potom do toho zpátky spadla.

8. Máš někdy období, kdy do toho zpátky spadneš a pak se vrátíš zpátky?

Respondentka 3: Jo. Teď už do toho nepadám, protože si uvědomuji co se děje a umím s tím líp pracovat. Ale ty myšlenky nikdy nezmizí.

9. Kdy sis uvědomila, že PPP procházíš?

Respondentka 3: Poprvé jsem si to uvědomila v 16 letech, kdy to zašlo do takového většího extrému - užívala jsem návykové látky apod. A hlavně jsem tedy ztratila menstruaci a to mi došlo, že to asi není v pohodě a to mě dostalo. Svěřila jsem se o tom psychiatrice a řešila jsem to dál. Byla to chvíle, kdy jsem si uvědomila, že to je špatný.

#### 10. Bylo tvým spouštěčem PPP?

Respondentka 3: Pro mě to byla moje rodina. Když jsem byla namakaná a pak jsem přestala plavat, tak měla ségra nevhodný komentář o tom, že mám celulitidu jako 50letá babka. Tak jsem šla ven a uběhla jsem 10km. Začala jsem extrémně cvičit. A taky porovnávání se s ostatními. Hlavně když vidím hubenou holku, tak si říkám jestli jí nebo nejí. A taky vážení. S tím jsem musela přestat, protože když se člověk kontroluje hodně, tak mi to dokáže spustit PPP znovu. To se mi stalo v psychiatrický léčebně, protože tam nás každý měsíc vážili a když člověk vidí, že to číslo jde nahoru, tak je to pro něj strašný.

#### 11. Nosila si někdy Apple Watch?

Respondentka 3: Nosila - ty jsem nosila taky a přestala jsem je nosit kvůli tomu nosit, protože jsem si kontrolovala spálené kalorie, jedla jsem míň než jsem měla apod. Přestala jsem je nosit, přestala jsem si kontrolovat kolik kalorií spálím. S tím pohybem se to rozjelo znovu v roce 2020. Kdy se tedy rozjelo cvičení s Pamelou Reif - to mi vadilo i u nejmenovaných influencerek, který sdílely, kolik kalorií spálili. Kvůli tomu jsem začala cvičit.

#### 12. Kalorický příjem sis někdy počítala?

Respondentka 3: Ano. Doteď si pamatuju kolik má co kalorií.

#### 13. Byla si dříve Influencerkou nebo sis dříve prošla PPP?

Respondentka 3: První jsem si prošla poruchou, mám ji dlouho.

#### 14. Sdílíš tématu PPP na some?

Respondentka 3: Moc ne. Raději to přenechávám lidem, kteří tomu rozumí a mohou pomoci i dalším - jako Markét Gajdošová. Je to výživová poradkyně, která o tom dělá skvělý videa. Někdy to chci sdílet, ale tam je to potom takový blbý, když člověk sdílí to co dělal, tak to pro někoho může být návod

#### 15. Věnovala by ses tématu PPP i jako normální uživatelka?

Respondentka 3: Tyjo, to je těžká otázka. Já miluju, když někdo není influencer a sdílí věci jako influencer. Mně to baví. Ale nevím jestli já bych to zvládla. Mám někdy blok sdílet věci, když mám hodně sledujících. Dělá mi problém sdílet můj obličej apod. Nevím, jestli bych to zvládla sdílet, kdybych měla menší dosahy, protože bych si přišla otravná.

#### 16. Když si v epizodě, kdy je to blbý s PPP a pak kdy je to lepší, mění se ti obsah?

Respondentka 3: Já to mám tak, že když je mi špatně, tak udělám obsah, ve kterých mluvím o špatných věcech a sdílím to až když je mi dobře. Nehledám totiž lítost od nikoho a chci sdílet tu reálnou stránku všeho.

#### 17. Jak tu změnu vnímáš, pokud se změnil?

Respondentka 3: Změnu vnímám, protože na mě je vidět, když mi není dobře. Vnímám tedy hlavně negativní komentáře, protože těch je poslední dobou více. Toho jsem si všimla poslední dobou.

#### 18. působí na tebe negativní komentáře?

Respondentka 3: Záleží jak kdy. Někdy mám krizi, kdy na sociálních sítích nechci už působit. Když mi lidi říkají, že mi nic není, tak mi možná opravdu nic není. Je to hodně jak kdy.

19. Jak vnímáš, když ti někdo napíše něco pozitivního nebo naopak negativního k fotce, kde jsi v plavkách?

Respondentka 3: Já jsem teď zhubla, celkově kvůli stresu a psychickým problémům - zvracela jsem apod. Na nějakých videích jsem byla v něčem uplejším a lidi mi začli nadávat, že jsem vychrtlá a nechutná a že se mám najíst. Takže to mi vadilo. Lidi neví, zda jím nebo nejím. To je věc, která mi vadí. Já nemohu za to, že jsem taková, jaká jsem.

20. Jak vnímáš své tělo teď? Změnilo se něco o té doby?

Respondentka 3: Teď jsem ve fázi, kdy je mi líp. V té horší fázi jsem byla, když jsem byla v léčebně, kde se holky léčily s PPP a nemuseli být ani hubené, ale byla tam holčina, která dělala ořňuky při jídle a to mi vadilo. Člověk pak nemá chuť k jídlu a vadí mu to.

21. Jak vnímáš teď svoje tělo? Díváš se do zrcadla?

Respondentka 3: Ne. Já se nedívám do zrcadla. Mám problém s body dismorphia. Kupuju si o 3 velikosti větší oblečení, protože nevím, jak moje tělo vypadá. Nosím hlavně volné věci, protože se mi nelíbí, jak moje postava vypadá. Cítím se v nich pohodlněji.

## **Příloha č. 5: Rozhovor s respondentkou č. 4**

### **1. Jak dlouho působíš na sociálních sítích?**

Respondentka č. 4: Na sociálních sítích působím 2,5 roku. Od roku 2021.

### **2. Jak si se stala influencerkou?**

Respondentka č. 4: Začala jsem tím, že jsem se nudila v Covidu. Jako malá jsem chtěla být Youtuberka. Od svých 13 jsem se dívala na USA influencerky v LA, jak mají dokonalý život. A tak jsem to chtěla taky. Měla jsem rok pauzu od vešky po střední. Tak začnu. Začala jsem vyhledávat informace, jak funguje algoritmus. Koukala jsem na 10 videí denně. Jsem perfekcionista a tak jsem to chtěla mít připravené. Postovala jsem 10 videí denně asi 3 měsíce. Začala jsem tanečkama a pak jsem začala mluvit. V tu chvíli mi blow uply videa.

### **3. Co to pro tebe znamená?**

Respondentka č. 4: Dávám si hlavně pozor na co to postuju, jaký mám obsah a tak. Má to podle mého vliv na hodně lidí. Takže si dávám bacha. Snažím se taky inspirovat lidi, vím že hodně z nich mají problémy s něčím atak. Když já mám problémy, tak nejsem sama a tak to sdílím.

### **4. Jaký obsah na sociálních sítích primárně sdílíš?**

Respondentka č. 4: Sdílím pozitivní náladu, sebelásku. Jak být normální člověk. Někdo mě bere jako influencerku, dokonalý život a tak, ale tak to vůbec není. Ukazuju svoje špatný dny, co jim a tak. Že nejím pořád saláty a že jím i něco jinýho a tak.

### **5. Kdy si se poprvé ve svém životě s PPP setkala?**

Respondentka č. 4: Během Covidu - kdy byl trend Chloe Thing. Všichni jí cvičily, tak jsem jí cvičila taky. Cítila jsem, že nemám dost pohybu, tak jsem cvičila a přestala jsem jíst. Dávala jsem si jedno smoothie a jedno jídlo na den. Jedla jsem málo. Cvičila jsem každý den.

### **6. Nosila si Apple Watch na cvičení?**

Respondentka č. 4: To jsem je ještě neměla. Ale když jsem je pak měla, tak jsem byla posedlá kolečkama a cvičením, abych zaplnila kolečka apod.

### **7. Kdy sis uvědomila, že PPP procházíš?**

Respondentka č. 4: Já si myslím, že jsem to v podvědomí tušila, ale popírala jsem si to. Říkala jsem si, že to na chvíli nevadí a že to je detox. Tušila jsem, že to není nejlepší. Můj tehdejší přítel mi říkal, že málo jím, ale já říkala, že to stačí.

### **8. Kdy si s tím přestala?**

Respondentka č. 4: Začala jsem tak nějak v roce 2020 a měla jsem to jenom chvíli a pak občas mám období, kdy nemyslím na jídlo a zapomenu jíst. Mentálně jsem prostě líná si jít uvařit.

### **9. Jak si vnímala své tělo, když sis poruchami procházela?**

Respondentka č. 4: Cítila jsem se, že nejsem dost hubená. Že můžu být víc fit, víc zhubnout. Že nemám školu, tak bych měla něco dělat. Nutila jsem do toho i mojí ségru abychom chodily na tabatu, rychle chůzi a chtěla jsem nějaký pohyb neustále. Na jídlo jsem čekala prostě. Do půlky dne jsem si udělala jedno smoothie a druhou jednu večeři.

10. Byla si dříve Influencerkou nebo sis dříve prošla PPP?

Respondentka č. 4: V té době - v covidu - jsem influencerka nebyla. Všechny tyto problémy s jídlem jsem měla předtím, než jsem začala působit na sociálních sítích. A proto také se teď snažím ukazovat lidem, že je v pořádku si dát nezdravé jídlo a nemusíš pořád jíst zdravě. Měla jsem taky nějaké problémy s jídlem, když jsem hodně cvičila. To bylo před covidem 2018/2019. Vážila jsem jídlo ¾ roku. Co budu vařit, co budu muset nakoupit, jak moc musím cvičit. Strávila jsem několik hodin v kuchyni, abych si navařila. Dělal jsem to do té doby, než se mi stal úraz ve fitku. Protože jsem nechodila do fitka, tak jsem přestala držet dietu. Když jsem do fitka chodila, tak jsem měla furt režim a dávala jsem si minimální cheat days.

11. Věnovala by ses tématu PPP i jako normální uživatelka?

Respondentka č. 4: Asi ne.

12. Mluvila si někdy veřejně o svém vztahu k jídlu?

Respondentka č. 4: Tyjo, nemyslím si, že jsem to veřejně někde řekla. Nedávala jsem stories nebo video, že jsem měla problém. Spíš pobuzuju lidi, ať se jdou najíst apod. Snažím se radit podle toho, co jsem zažila.

13. Jak vnímáš své tělo teď? Změnilo se něco o té doby?

Respondentka č. 4: Změnilo se mi tělo a tak nějak to beru, že se mi mění tělo jako normální věc. Už nehubnu na léto a ani si pořád nedržím stravu. Ano občas se cítím, že jsem větší, ale dá se to kontrolovat. Pokud chci být více fit, tak budu jíst zdravěji a třeba začnu více chodit na procházky. Dřív jsem musela být fitnessačka a dělat všechno pořádně. Teď už nechci bejt ve všem profík a snažím se to přizpůsobit svému životu. Aby se to přizpůsobilo mně a ne já tomu životnímu stylu.

## **Příloha č. 6: Rozhovor s respondentkou č. 5**

### 1. Jak dlouho působíš na sociálních sítích?

Respondentka č. 5: Asi 6 let. Bylo mi 16, když jsem s tím začala.

### 2. Jak si se stala influencerkou?

Respondentka č. 5: Já jsem to vždycky chtěla dělat asi od 13 let. Ale hodně jsem se bála a styděla. Pak jsem odešla na školu do Rakouska, kde jsem byla od 15. Fotila jsem nějaký fotky a těm lidem tam, se to hrozně líbilo a podporovali mě. Říkali mi, že bych měla být bloggerka a tak. Pak jsme byly na výletě ve Valencii a všichni tam fotili a já měla foťák od mamky a tak jsem si řekla že budu blogovat. Začala jsem na jaře 2017. V létě jsem pak začala natáčet na Youtube a nakonec to bylo přirozený. Přišel Instagram a tak. Na blog jsem se pak vykašlala a nechala si jen ty další platformy. Založila jsem si i podcast a šlo to tak nějak přirozeně na všechny platformy.

### 3. Co to pro tebe znamená?

Respondentka č. 5: Já jsem si to neuvědomovala, kolik lidí mě sleduje. Upřímně, nevím co to pro mě znamená. Jsem za to hodně ráda. Ze začátku jsem byla v šoku, když mě někdo poznal na ulici, ale pak jsem si na to zvykla a stalo se to mou součástí. Někdy je to nepřijemné, ale je to mojí součástí.

### 4. Jaký obsah na sociálních sítích primárně sdílíš?

Respondentka č. 5: Nejvíce lifestyle. Fotím svůj život. Nejsem na nic zaměřená a hodně se mi to střídá. Natáčím a dokumentuju svůj život a inspiroju lidi svým životem a to, co dělám.

PPP

### 5. Kdy si se poprvé ve svém životě s PPP setkala?

Respondentka č. 5: Hale u mě to začalo brzy. Poprvé jsem držela dietu v 9 letech. Zpětně bych řekla, že jsem měla PPP poprvé ve 13 letech.

### 6. Kdy sis uvědomila, že PPP procházíš?

Respondentka č. 5: Uvědomila jsem si, že to není dobrý asi ve 14/15 a byla jsem u doktora na prohlídce. Ten mi řekl, že jsem zhubla a mám anorexii. Říkal rodičům ať na mě dávají pozor a tak. Nemyslím si, že jsem nebyla zdravá, nehrotila jsem to tak, nebo nebylo to tak hrozný. Když to řekl doktor rodičům, tak mi to dělalo dobře, že o mě budou mít zájem. A od té doby mi přijde, že to se mnou šlo z kopce. Konzumovala jsem i obsah, co jím ten den u ostatních, začala jsem se porovnávat s holkama na sociálních sítích, s VS modelkama. Cvičila jsem podle nich a jedla jsem podle nich. Podle mého se mi to vytvořilo okolo těch 15 a paradoxně jsem o tom věděla. Pak se mi to překlenulo do jiný poruchy příjmu potravy, ale dobrá jsem až tak od loňského roku. Nejdřív jsem nejedla a pak jsem se přejídala.

### 7. Jako byl tvůj průběh PPP?

Respondentka č. 5: Začala jsem s tím nevině ve 13 a po tom, co si toho všimnul doktor jsem do toho sklouzla. Jedla jsem málo, vyřezovala jsem různý jídla. Lepek, laktózu, vegan. Hledala jsem způsoby jak něco nejíst a mít to odůvodněný. A jako jedla jsem málo a hodně jsem vynechávala večeře a hodně jsem cvičila. Měla jsem minimální kalorický příjem. Chtěla jsem aby to co jím, bylo zdravý. Když jsem si dala zmrzlinu, tak jsem si prostě pak nedala večeři.



8. Nosila si Apple watch?

Respondentka č. 5: To ještě nebylo, když jsem byla mladší.

9. Bylo tvým spouštěčem PPP?

Respondentka č. 5: Já jsem vždycky byla větší než moje spolužačky a měla jsem mamku, která mi to doma dávala sežrat. Ve 12 jsem začala vnímat postavu, začala jsem přibírat a měla jsem větší prsa. Doma mi to předhazovali, že jsem tlustá a tak. A od těch nácti jsem to začala vnímat sama a chtěla jsem se líbit klukům. Taky v té době začali být sociální sítě hodně hnusný, takže jsem se s těma holkama tam porovnávala.

10. Jak si vnímala své tělo, když sis poruchami procházela?

Respondentka č. 5: Já jsem byla šťastná, když jsem byla hubená. Neříkala jsem, že jsem tlustá. Měla jsem trauma ne z toho, jak vypadám, ale že přiberu. Měla jsem strach z toho, že když budu jíst a přestanu cvičit, tak že přiberu.

11. Byla si dříve Influencerkou nebo sis dříve prošla PPP?

Respondentka č. 5: První porucha.

12. Věnovala by ses tématu PPP i jako normální uživatelka?

Respondentka č. 5: Sdílela. Nesouviselo to s tím, co jsem nebo ne.

13. Jak se změnil obsah?

Respondentka č. 5: Změnil se mi hodně. Chtěla jsem v té době být dokonalá a chtěla jsem, aby všechno bylo perfektní ve videích a na fotkách. Dělal jsem hodně co jím, jak cvičím a tak. Teď už to nedělám tolik. Vím, že to dokáže být špatný a lidi se tím řídí a nechci to tolik sdílet. Nechci aby vnímali, že když já takhle jím, tak takhle by měli jíst taky. A takhle to je správně. Chci je jen inspirovat co mám třeba k snídani. Nedávám tam celý den a kolik to má kalorií. Tím se změnil můj obsah.

14. Jak tu změnu vnímáš, pokud se změnil?

Respondentka č. 5: Podle mě nesledují 15 letý holky, a ony jsou ty lidi, který to špatný nejvíc motivuje. Přemýšlím nad tím hodně a mám z toho PTSD. Vím jak jsem na tom byla špatně a nechci se k tomu vracet už.

15. Snažíš se o tom, co se ti stalo mluvit?

Respondentka č. 5: Poprvé to bylo v roce 2019 a reagovala jsem na svoje staré video, kde jsem ukazovala co jsem jedla. A říkala jsem tam, co je tam špatně, říkala jsem co jsem natáčela ten den a půlku jiný den, protože jsem ten den už nic nejedla a nechtěla jsem, aby to lidi viděli. To video má asi 150k views. Od té doby jsem tomu byla otevřená, protože v rámci toho procesu, kdy se to zlepšovalo, tak jsem to potřebovala. Přibrala jsem asi 20 kilo a pomáhalo mi to sdílet, protože jsem doufala, že lidi uvidí, čím si procházím a chtěla jsem mít pocit, že v tom nejsem sama. Zároveň jsem se cítila špatně protože jsem vypadala takhle a pak jsem přibrala a lidi mi to psali. Sdílela jsem to, protože je to problém v hlavě. Sdílela jsem taky ztrátu menstruace a to, jak jsem se jí snažila vrátit. Už o tom nemluví tolik, i když se na to lidi ptají. Trošku jsem to vytěsnila, protože už je to daleko za mnou.

16. Jak vnímáš své tělo teď? Změnilo se něco o té doby?

Respondentka č. 5: Přijde mi, že pořád jsme holky, takže nebudu říkat, že svoje tělo vnímám pozitivně. Nejdůležitější je pro mě to, že jsem se naučila přijmout a беру se tak, jaká jsem teď. Když chci něco zhubnout tak na tom pracuju. Není to pro mě stěžejní, protože dřív se

okolo toho točil můj život. Teď jdu do obchodu a koupím si i o 2 velikosti větší kalhoty a je mi to jedno. Je to takové, že jsou důležitější věci než řešit, že mám mezeru mezi stehnama. Nejsem spokojená se svým tělem každý den, ale už to nehrotím vůbec.

## **Příloha č. 7: Rozhovor s respondentkou č. 6**

1. Jak dlouho působíš na sociálních sítích?

Respondentka č. 6: Asi od roku 2019 takže 4 roky.

2. Jak si se stala influencerkou?

Respondentka č. 6: Takže jsem si založila TikTok, když jsme ve škole na hodině sociálních sítí probírali TikTok a nikdo nevěděl, jak funguje, tak jsem si ho založila. A pak jsem na tom byla asi týden a začalo mě to nějak bavit, tak jsem si řekla, že natočím a postnu video. To video mělo dost zhlédnutí a tak jsem si řekla, že natočím další a to mělo taky spoustu shlédnutí a mě to bavilo a začali mi růst sledující. Pak se ti sledující přesunuli i na Instagram a tak jsem se stala Influencerkou.

3. Co to pro tebe znamená?

Respondentka č. 6: Jakoby pro mě to znamená to, že můžu žít svůj život, jak jsem si ho představovala. Je to něco, co jsem chtěla dělat, ale přišlo mi to nemožný, abych se k tomu dostala a nějak jsem k tomu stejně došla, takže to tak nemožné není. A znamená to pro mě, že můžu dělat všechno možný, co si umanu.

4. Jaký obsah na sociálních sítích primárně sdílíš?

Respondentka č. 6: Sdílím lifestyle, koncerty a můj život. Někdy get ready with me, makeup a tak.

5. Kdy si se poprvé ve svém životě s PPP setkala?

Respondentka č. 6: Asi v roce 2018, když jsem byla v prváku na vysoký.

6. Kdy sis uvědomila, že PPP procházíš?

Respondentka č. 6: Já myslím, že jsem to věděla od začátku. Nechtěla jsem si to připustit, že je to problém, ale celou dobu jsem věděla, že to je problém.

7. Jako byl tvůj průběh PPP?

Respondentka č. 6: Začalo to asi tak, že jsem začala cvičit 10 minutová videa, že jsem si říkala, že zkusím cvičit 10 minut denně po dobu jednoho měsíce a uvidím co to udělá. A pak, když jsem viděla, že to něco dělá, tak jsem si řekla, že tomu nějak pomůžu a začala jsem jíst zdravěji a vynechávat nějaký jídla. Pak jsem přidávala hodně těch cvičících videí, takže z 10 minut se stalo 20 minut, z 20 pak 30 minut, 40 minut až jsem cvičila skoro hodinu denně a někdy i vícrát denně. Do toho jsem ten rok začala chodit do práce a tam bylo snazší vynechávat jídlo a hýbat se hodně.

8. Kdy to tedy začalo?

Respondentka č. 6: V dubnu nebo květnu 2018 při zkouškovém, to jsem začala cvičit, abych se nemusela učit. A trvalo to tak do roku 2020, nebo v tom roce jsem se snažila s tím přestat, ale bylo to hodně nahoru a dolů. A v roce 2021 jsem k tomu udělala krok, že jsem přestala vnímat jaký jídlo je špatný a jaký dobrý. A přestala jsem taky tento rok cvičit, ale chodila jsem hodně na procházky. Ale v druhé půlce 2021 jsem přestala i s procházkami.

9. Bylo tvým spouštěčem PPP?

Respondentka č. 6: Já myslím, že jsem vždycky měla problém se svojí postavou a s jídlem. Spustilo mi to to cvičení a to že jsem viděla, že to funguje a váha jde dolů a ne nahoru.

10. Jaký moment byl pro tebe tím nejhorším, když sis procházela PPP?

Respondentka č. 6: Nejhorší moment bylo, když mě máma vzala k doktorce a tam mě zapsala do psychiatrické léčebny a měla jsem termín, kdy jsem tam měla jít, ale nikdy jsem tam nešla. Ale jako věděla jsem, že je to špatný. Máma brečela, já jsem brečela a věděli jsme, že je to špatný.

11. Jak si vnímala své tělo, když sis poruchami procházela?

Respondentka č. 6: Mně se moje tělo nelíbilo. Čím víc jsem hubla, tím míň se mi líbilo moje tělo. Mě na tom bavilo spíš to, že jsem viděla, že je možný že můžu jít níž a níž s tím číslem. Mně se moje tělo nelíbilo, připadala jsem si jako kluk. Takže já jsem spíš chtěla přibrat a kdykoliv jsem přibrala, tak se mi začalo to tělo líbit, ale pak jsem si stoupla na tu váhu to číslo mě spíš stahovalo dolů. Bylo pro mě nepříjemný vidět to číslo na tý váze a ne to jak vypadám. I teď když jsem v pohodě a stoupla bych si na tu váhu a viděla bych tohle číslo, tak mně to spustí znovu a budu přemýšlet, jak to shodit, s tím, že vím, jak to funguje a vím, jak to shodit. Ale přitom vím, že to nechci. To jsem měla naposledy v listopadu, když jsem se vážila. Zároveň tam byl silnější můj vnitřní hlas, který říkal, že to nechci.

12. Nosila si Apple watch?

Respondentka č. 6: Přitom ne. Ale začla jsem je nosit v roce 2020.

13. A ty v tobě něco spustily?

Respondentka č. 6: Jo, pak jsem začala v létě. Pak jsem nastavovala vyšší a vyšší kolečka a chtěla jsem je uzavírat a pak jsem přidávala videa, abych toho odcvičila víc, protože jsem to brala jako hru, kterou jsem chtěla ukončit. A čím víc - nejmíň mě bavilo uzavřít to kolečko dvakrát. To byl můj goal nějaký období.

14. Byla si dřív Influencerkou nebo sis dřív prošla PPP?

Respondentka č. 6: Dřív začala porucha. Já myslím, že jiní lidi mi naopak pomohli se z toho dostat. Ve chvíli, kdy jsem si uvědomila co sleduju, tak mi to pomohlo.

15. Sdílela si někdy to, že sis prošla PPP na Instagramu?

Respondentka č. 6: Sdílela a hlavně na stories. Hlavně když se mě lidi ptají, jestli cvičím a jak cvičím. Si pamatuji jak jsem nesnášela v karanténě tu Pamelu a lidi, který dávají tohle cvičení a tak, že většina má PPP a pak motivujou jiný lidi. A svůj příběh jsem nikdy detailněji nesdílela. Občas si z toho udělám srandu na TikToku, jako coping mechanism. Ale nikdy jsem nesdílela tu cestu, nebo to jak to fungovalo.

16. Věnovala by ses tématu PPP i jako normální uživatelka?

Respondentka č. 6: Nesdílela. Sdílím to hlavně proto, že se mě lidi ptají, jak cvičím a jak dosáhnout mojí postavy. Což nemám ráda a kdybych neměla sledující, tak se mě nikdo neptá a nesdílela bych to.

17. Jak se změnil obsah?

Respondentka č. 6: Hodně vždycky postuju to, co se v mém životě děje a okolo čeho se točí moje hlava. V té době to bylo cvičení, že jsem dávala fotku. Ale pamatuju si že jsem sdílela i jídla a hodně jsem sdílela snídaně, protože ty byly estetický a zdravý. A zbytek jídla vlastně nebyl, takže nebylo co sdílet. Pamatuju si taky, že jsem se jednou vyfotila s Burgrem z Mekáče, ale nebyl můj, byl to táty burg, já jsem ho neměla. Protože čím míň nejíš, tak chceš působit, že jíš, takže přidáváš fotky že jíš, aby to tak nevypadalo.

18. Jaká je reakce lidí, když sdílíš, že se ti to stalo?

Respondentka č. 6: Většinou se mě ptají, jak jsem se z toho dostala. Většinou, když tohle sdílím, tak je to odpověď na ty otázky, jak cvičím. A lidi spíš píšou kolikrát svůj příběh, že začaly sledovat nějaké influencerky, začaly podle nich jíst a cvičit a pak začaly hubnout. A pak začaly také mít problémy s jídlem. Já si myslím, že s ostatníma holkama to máme hodně podobný.

19. Jak vnímáš své tělo teď? Změnilo se něco o té doby?

Respondentka č. 6: No já už mám tak nějak ráda, jak vypadám. Já už dneska vím, co nechci. Že nechci být zase vyhublá a že nechci vypadat tak, jak jsem vypadala. Víím že nechci hubnout, že chci jíst, to co chci jíst. A asi jako vím, že to že si sednu a mám špičky a sroluje se mi kůže, že je to normální, že to nemůžu vnímat tak, že je to špatně. Nebo když si sednu a někdo mě vyfotí špatně a teď tam mám celulitidu na noze, tak že je to úplně normální a že to neznamena že jsem tlustá. Což jako v té době, když jsem byla úplně vyhublá a někdo mě vyfotil špatně, tak jsem měla pocit, že jsem tlustá a musím hubnout.

20. A propisuje se toto nějak do tvého obsahu co dneska postuješ a i to jak se ohledně svého těla cítíš?

Respondentka č. 6: Můj obsah se netýká PPP nebo netočí se kolem toho vyléčení. Spíš se snažím motivovat lidi žít a nepřemýšlet nad tím. Snažím se hodně nepostovat obsah, co se postavy týče - motivovat lidi cvičit, motivovat lidi jíst zdravě, to prostě nedělám. Motivuju lidi žít a snažím se právě tak nedávat pozornost tomu cvičte, jezte zdravě. Spíš se snažím postovat to co jím, protože já nejím tak zdravě - postuju zmliny, jídlo, prostě normální věci, křídylka, žebírka. Snažím se tolik neupoutávat pozornost na jídlo a cvičení.