

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2024

Bc. Mirka Jonášová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Na velikosti záleží: Kvalitativní analýza diskuzí pod
články o plus-size módě v dámských online magazínech**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Mirka Jonášová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Lenka Vochocová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

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 14.04.2024

Mirka Jonášová

Bibliografický záznam

JONÁŠOVÁ, Mirka. *Na velikosti záleží: Kvalitativní analýza diskuzí pod články o plus-size módě v dámských online magazínech*. Praha, 2024. 124 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Vochocová, Ph.D.

Rozsah práce: 168 772 znaků s mezerami

Abstrakt

V digitálním věku se online platformy staly kritickým prostorem, který usnadňuje výměnu názorů na mnoho témat. Kromě informací je tak internet současně poskytovatelem prostoru pro demokratizaci hlasu, toxicitu a časté diskurzivní střety. Do centra pozornosti se v posledních letech dostává například fenomén online deliberace kolem zobrazování „body standards“ a reprezentace jedinců plus-size velikosti. Plus-size móda se totiž v posledních letech stává významnou součástí módního průmyslu a s tím i mediálního diskurzu. Přestože se stále častěji objevuje v mainstreamových médiích, její přijetí a reprezentace se stále setkává s určitým odporem a objevuje se jev zvaný fat shaming. Médium debat – online diskuze – totiž často umocňuje nezdvořilost a propůjčuje se fenoménu online toxicity. Téma plus-size reprezentace žen není jen debatou o estetice nebo osobních preferencích, protíná se s většími společenskými problémy, včetně nastavení genderových rolí, standardů krásy a samotné povahy společenské přijatelnosti. Předpokladem pro výzkum je, že genderové stereotypy ohledně standardů a zobrazování těl jsou často ovlivněny patriarchálními strukturami a že tyto standardy se mohou pravděpodobně odrážet i v online diskuzích. V kontextu mediálních studií se tento výzkum nezaměřuje přímo na postoje jednotlivců, ale analyzuje diskurz v online sféře kolem daného fenoménu na případové studii plus-size módy. Práce je věnována zjišťování, jakým způsobem (česká) společnost diskutuje (a dále tak tvaruje) obraz plus-size žen v online prostředí. Výzkum je zpracován feministickou optikou a jako metodu volí kritickou analýzu diskurzu. Důraz je kladen na význam a roli online diskuzních fór v širším mediálním rámci.

Abstract

In the digital age, online platforms have become a critical space that facilitates the exchange of views on many topics. In addition to information, the internet is thus also a provider of space for the democratization of voice, toxicity and frequent discursive clashes. For example, the phenomenon of online deliberation around the display of body standards and the representation of plus-size individuals has come into focus in recent years. Indeed, plus-size fashion has become a significant part of the fashion industry in recent years, and with it, media discourse. Although it is increasingly appearing in mainstream media, its acceptance and representation is still met with some resistance and a phenomenon called fat shaming is

emerging. Indeed, the medium of debate - online discussion - often amplifies incivility and lends itself to the phenomenon of online toxicity. The topic of plus-size representation of women is not just a debate about aesthetics or personal preferences; it intersects with larger social issues, including gender role settings, beauty standards, and the very nature of social acceptability. The premise for this research is that gender stereotypes regarding standards and body image are often influenced by patriarchal structures and that these standards are likely to be reflected in online discussions. In the context of media studies, this research does not focus directly on the attitudes of individuals, but analyses the discourse in the online sphere around the phenomenon in a case study of plus-size fashion. I want to find out how (Czech) society discusses (and further shapes) the image of plus-size women in the online environment. The whole research will be developed through a feminist lens and the emphasis will be on the importance and role of online discussion forums in the broader media framework. Critical analysis of discourse was chosen as a main research method to analyze the comments.

Klíčová slova

Online toxicita, fat shaming, diskuzní fóra, stereotypizace, gender, objektivizace, feminismus

Keywords

Online toxicity, fat shaming, discussion forums, stereotyping, gender, objectification, feminism

Title

Size matters: a qualitative analysis of discussions under plus-size fashion articles in women's online magazines

Poděkování

Děkuji vedoucí práce Lence Vochocové, která mi rozšířila obzory inspirativní diskuzí na téma zkoumané v této práci a pomáhala mi, kdykoliv jsem si nevěděla rady. Dále pak mamince, tatínkovi a bratrovi, že při mně stáli a fandili mi při zdolávání úskalí spojených s lety studií. A samozřejmě přáteli, kamarádkám Aně a Nikoletě a kočkám Jonášovi a Růžence, že mě drželi nad vodou.

Úvod.....	4
1. Online prostředí a s ním spojené jevy.....	5
1.1. Nová média a jejich role v komunikaci.....	5
1.2. Dynamika komunikace v online prostředí.....	6
1.3. Online diskuzní fóra a jednání diskutujících.....	7
1.3.1. Moderace online diskuzí.....	8
1.4. Deliberativní demokracie a její online forma.....	10
1.5. Online anonymita v online diskuzích.....	11
1.6. Online toxicita.....	12
1.6.1. Projevy online toxicity, kyberšikana.....	13
1.6.2. Trolling.....	14
1.6.3. Flaming.....	14
1.6.4. Hate speech.....	15
1.6.5. Doxing.....	15
1.6.6. Kyberstalking.....	16
2. Ideály tělesné krásy a štíhlosti.....	17
2.1. Standardy krásy a jejich vývoj v průběhu let.....	17
2.1.1. Co to je ideál krásy?.....	18
2.1.2. Vývoj v průběhu historie.....	19
2.2. Jak média proměnila standardy krásy.....	22
2.3. Dopady zobrazování standardů krásy v médiích na sebepojetí.....	24
3. Vyšší tělesná hmotnost versus ideály krásy.....	28
3.1. Definice označení nadváha, obezita, plus-size.....	28
3.1.1. Nadváha.....	28
3.1.2. Obezita.....	29
3.1.3. Plus-size.....	29
3.2. Sociální stigma okolo nadváhy a obezity.....	30
3.3. Diskriminace spojená s nadváhou a obezitou u žen.....	31
4. Genderové role a stereotypy.....	34
4.1. Definice genderu.....	34
4.2. Genderové stereotypy ve vizuálních médiích.....	35
4.3. Stereotypizace v oblasti genderu.....	35
5. Feminismus a body image.....	37
5.1. Historie feminizmu a jeho vlny.....	37
5.1.1. První vlna: Přelom 18. a 19. století.....	38
5.1.2. Druhá vlna: 60. léta 20. století.....	38
5.1.3. Třetí vlna: 90. léta.....	39
5.1.4. Čtvrtá vlna: poslední dekáda.....	40
5.2. Feministické teorie spojené s body image.....	40
5.2.1. Objektivizace.....	41
5.2.2. Intersekcionalita.....	43

5.2.3.	Hnutí body positivity (nebo neutrality?).....	44
5.3.	Patriarchální ideologie a její sklony	46
6.	Metodologie.....	47
6.1.	Cíle výzkumu	47
6.2.	Anonymizace zkoumaného vzorku a citace komentářů	48
6.3.	Kvalitativní analýza komentářů.....	48
6.4.	Analýza diskurzu.....	49
6.5.	Zkoumané prostředí.....	52
6.6.	Prostředí „dámských“ online magazínů	52
6.6.1.	Novinky.cz, sekce Žena a Styl.....	53
6.6.2.	Onadnes.cz (iDNES.cz)	53
6.6.3.	Blesk pro ženy	54
6.6.4.	Proženy.cz	54
6.7.	Mechanismus výběru článků pro sběr komentářů	55
6.8.	Mechanismus výběru komentářů.....	58
6.8.1.	Zaznamenávané proměnné	58
6.8.2.	Velikost vzorku	60
7.	Analytická část (Kritická analýza diskurzu).....	61
7.1.	Zdravotní riziko jako hlavní argument	64
7.1.1.	Vzor pro mladé a děti	64
7.1.2.	Osobní příběh, obrana P-S žen a vzbuzování empatie.....	65
7.1.3.	Propagace obezity médií.....	67
7.2.	Objektivizace a sexualizace vzhledu	69
7.2.1.	Hodnocení atraktivity a vzhledu na základě váhy	69
7.2.2.	Kritika domnělé ztráty soudnosti.....	71
7.2.3.	Dehumanizace a přirovnávání ke zvířatům.....	73
7.2.4.	Kritéria atraktivity: role „úspěšných“ mužů	74
7.2.5.	Sexualizace až fetišizace tématu.....	76
7.2.6.	Spojování etnického původu s (ne)atraktivitou plus-size	78
7.3.	Body positivity	81
7.3.1.	Podpora inkluзивity.....	81
7.3.2.	Zpochybňování ideálů krásy.....	82
7.4.	Absence konvenčních velikostí („odezdikezdismus“).....	83
8.	Výsledky výzkumu.....	85
8.1.	Diskurz v online diskuzích o body image a plus-size ženách.....	85
8.2.	Pozice mužů a žen v diskuzích o plus-size módě.....	86
8.3.	Argumenty mužů a žen.....	87
8.4.	Projev genderových stereotypů v online diskuzi	88
8.5.	Vztah online toxicity a sledovaných diskuzí	89
Závěr.....		91
Summary		93

Citovaná literatura	95
Články použité ve vzorku dat	105
Teze Diplomové práce.....	109
Seznam obrázků, tabulek a příloh.....	114
Přílohy	115

Úvod

Online komunikační platformy jsou neustále na vzestupu, naše každodenní interakce se přesouvají do digitálního prostředí. Zejména pro mladé lidi internet poskytuje zdroj nových informací, zábavy, inspirace, ale i nových názorů a pohledů na svět mnoha dalších osob. Internet je prostředí plné nekonečných možností pro vyjádření sebe sama a interakci s ostatními. Je fascinující a poskytuje mnoho příležitostí, avšak není bez výzev a možných temných stránek. Přes svou otevřenost a dostupnost tyto platformy často odrážejí a zároveň utvářejí společenské normy a očekávání, která mohou být nejen omezující, ale i toxická.

Z tohoto důvodu jsem si pro svou diplomovou práci vybrala téma, které je mi blízké a o kterém se domnívám, že je kriticky důležité – zkoumání fat shamingu a jeho vztahu k feminismu v kontextu online diskusí o plus-size módě. Tento výběr nebyl náhodný. Má motivace pramení z pozorování, jak se ve virtuálním světě projevují a reprodukují genderové stereotypy, standardy krásy a samotná povaha společenské přijatelnosti, které se často manifestují skrze negativní jevy, jako je například fat shaming. Tento způsob diskriminace a stigmatizace lidí na základě jejich tělesné hmotnosti je příkladem hluboce zakořeněných předsudků, které digitální platformy nejenže reflektují, ale i amplifikují.

Moje rozhodnutí zaměřit se na tuto problematiku vychází z přesvědčení, že online prostředí a diskurzy, které se v něm odehrávají, hrají klíčovou roli v tom, jak společnost vnímá tělesnou rozmanitost a jak jednotlivci vnímají sebe sama. Fat shaming a související diskurzy nejsou jen otázkou estetiky nebo osobních preferencí; proplétají se s širšími sociálními a kulturními otázkami, včetně genderových rolí, sociálních norem a mocenských vztahů. V kontextu feminismu, který se zasazuje o rovnost a boj proti diskriminaci, jsou pochopení a kritická reflexe těchto jevů nezbytné. Svým výzkumem si ve své práci kladu za cíl nejen identifikovat a analyzovat projevy fat shamingu a související diskurzy v online debatách o plus-size módě, ale také prozkoumat, jakým způsobem mohou feministické teorie a postupy přispět k pochopení a možnému překonání těchto negativních jevů. Chtěla bych přispět k většímu povědomí o tom, jak digitální média formují naše vnímání tělesné diversity a jak mohou být použita jako prostředek pro pozitivní sociální změnu.

1. Online prostředí a s ním spojené jevy

V době, kdy jsou nová média na vzestupu a značná část konverzací se přesouvá do online prostředí, se objevují také společenské jevy v oblasti komunikace, které jsou velmi úzce propojeny právě s prostředím diskuzních fór a sociálních sítí. Tradiční forma mezilidské komunikace se zásadně proměňuje, online prostředí transformuje tradiční sociální interakce a přináší nové výrazové prostředky (Brignall, 2005).

V této části se čtenář seznámí s kontextem online diskuzí o plus-size módě a s jevy, které je důležité vzít v úvahu při hodnocení diskurzu v komentářích pod články na toto téma. Rovněž zde budou objasněny základní pojmy související s případovou studií plus-size módy.

Rychlý vývoj online prostředí výrazně změnil způsob, jakým vnímáme svět kolem nás, jak s ním komunikujeme a jak se navzájem ovlivňujeme. Internet se stal prostorem pro veřejnou diskusi a budování osobní identity. Zároveň poukáží na příležitosti i výzvy, které online prostředí představuje. Pozornost věnuji zejména jeho vlivu na jednání jednotlivců, společenské trendy a vliv na kolektivní vědomí.

1.1. Nová média a jejich role v komunikaci

Nová média jsou nejčastěji označována jako produkt nebo služba spojená s digitálními technologiemi, internetem a počítačem. Pavlik (2008) je definuje jako způsob veřejné komunikace či jako systém pro tvorbu a šíření obsahu, který je podporován sítí digitálních zařízení, jako jsou počítače či telefony. Taková média umožňují lidem utvářet seskupení lidí s podobnými zájmy či názory (komunity) a jsou stěžejní pro novodobou komunikaci.

K té dochází, když jsou minimálně dvě elektronická zařízení využita pro sdílení informací, a to většinou za pomoci softwaru (Yujie, a další, 2022, str. 8). Jako konkrétní příklady takové výměny informací je možné uvést e-maily, sociální sítě či právě diskuzní fóra. Je charakteristické, že zpětná vazba proudí oběma směry, tedy ve směru odesílatel, příjemce a naopak. Je rychlá, kolaborativní a podporuje sdílení vlastního názoru (tamtéž, str. 2).

Uživatelé tak nadále nejsou pasivními konzumenty, ale kreativními tvůrci, kteří se podílejí na tvorbě obsahu, jako jsou blogové články, komentáře v rámci sociálních sítí nebo dnes stále častější videopříspěvky. Často můžeme pozorovat, že někteří autoři či příspěvatelé

se stávají influencersy, či tzv. opinion leadery¹, ke kterým zbytek komunity vzhlíží a jejich názory následuje.

V digitálních komunitách, které se vytvářejí na platformách, jako jsou sociální sítě, diskuzní fóra nebo blogy, se komunikace odvíjí od interakcí mezi uživateli. Tyto interakce nejsou omezeny pouze na sdílení textových zpráv, ale zahrnují širokou škálu formátů, od videí a podcastů, až po interaktivní ankety a sdílené dokumenty. Díky technologickým inovacím a rozšíření přístupu k vysokorychlostnímu internetu se možnosti, jak uživatelé mohou spolu komunikovat a spolupracovat, neustále rozšiřují.

1.2. Dynamika komunikace v online prostředí

Gernsbacher (2014) zdůrazňuje, že v dynamickém prostředí online komunikace internet nejenže posunul naše preference směrem k písemné komunikaci a upřednostňujeme ji tak před tou ústní, ale také zdůrazňuje asynchronní povahu těchto interakcí, což zásadně mění způsob, jakým se diskurz v digitálním prostoru rozvíjí.

Toto pojetí ohledně posunu z psané do mluvené formy se shoduje s postřehy Brignalla a Van Valeye (2005), kteří zkoumali důsledky těchto posunů na sociální interakce mezi mládeží a naznačují, že online platformy sice nabízejí nové možnosti interakce, ale mohou také měnit tradiční sociální rituály a rozvoj interpersonálních dovedností. Konkrétně tvrdí, že stále více rozšiřující se zapojení do digitální komunikace může omezit interakce tváří v tvář, které jsou klíčové pro rozvoj diferencovaných sociálních dovedností a porozumění komplexním komunikačním signálům. To je myšlenka, kterou Gernsbacher (2014) nepřímo podporuje, když se zabývá širokými dopady digitálních médií na sociální chování a kognitivní funkce. Tato synergie mezi oběma zdroji ilustruje komplexní interakci mezi technologickým pokrokem a rozvojem sociálních dovedností, která představuje jak výzvy, tak příležitosti pro budoucí generace.

Výše byla zmíněna asynchronní povaha komunikace. Asynchronní je taková komunikace, která probíhá sice na stejném místě, ale účastníci interakce si neodpovídají na své podněty okamžitě, ale i se zpožděním, a to i několikadenním či několikaměsíčním.

¹ Opinion leader, či také názorový vůdce, který ovlivňuje uvažování a vyjadřování ostatních.

Typickým případem takové komunikace může být například e-mail nebo diskuzní fóra (cz.nic, n.d.).

1.3. Online diskuzní fóra a jednání diskutujících

Diskuzní fórum je internetová platforma, která nabízí prostor k výměně názorů, nápadů a obav mezi jednotlivci, kteří mohou navzájem interagovat pomocí komentářů nebo „reakcí“ jako emotikony nebo plus/mínus.

Internetové diskuze jsou často využívány zejména pro vyjádření rozdílných názorů, získání zpětné vazby od dalších uživatelů nebo pro hledání odpovědí na otázky. Některé konverzace probíhají i měsíce a roky od publikace prvního příspěvku v diskuzi nebo článku v médiích (MightyNetworks, 2023).

Prostředí online diskuzí nabízí jak pozitiva, tak i negativa. Online fóra slouží jako důležitá platforma pro osoby hledající podporu a radu a nabízejí prostor pro výměnu názorů, a to i o citlivých zdravotních otázkách (Basinger, a další, 2023).

V rámci diskuzních fór však mohou být přítomny i patologické společenské jevy, například podpora poruch příjmu potravy (PPP) (Ransom, a další, 2010). Zejména pokud uživatelé nemají dostatečnou oporu ve svých blízkých, mohou tuto podpůrnou funkci vyhledávat právě v online prostředí, poznamenává Ranson (2010). Výsledky výzkumu Ransona však byly smíšené: Pro některé uživatele fóra představovala i takzvaný „safe space“, tedy bezpečné prostředí, které jim naopak pomáhalo problém s poruchou příjmu potravy řešit a vyrovnávat se s ním (tamtéž, str. 161). I přesto je jisté, že ať už diskuze podporovala jedince pozitivně, nebo negativně, vliv na chování zúčastněných byl signifikantní. Stejně tak Basinger (2023 str. 58) uvádí, že fóra mohou jedincům pomáhat vyrovnávat se s různými životními situacemi skrze podporu komunity.

Uživatelé mají totiž tendenci utvářet koherentní skupiny názorově spřízněných jedinců, kteří se seskupují na základě interakcí přímo ve fóru (například pokud si pravidelně vzájemně odpovídají na příspěvky) nebo podobných zájmů a společných propojení s dalšími uživateli v rámci platformy (Shi, a další, 2009 str. 15).

Fóra sestávají z uživatelů, kteří diskutují, a případně adminů, respektive moderátorů, kteří sledují, zda diskuze probíhá podle pravidel (MightyNetworks, 2023).

Existují ale situace, že v případě, kdy sami uživatelé cítí vůči diskuzi silný závazek, je vysoce pravděpodobné, že se sami ujmou normativní role moderátora diskuze (Bateman, a další, 2011). Bateman (2011, str. 844) nazývá tento jev „continuance community commitment“², příkladem může být vlákno zaměřené na vzdělávání, kde jedinec chce pracovat na udržení kvality obsahu, případně pokud obsah konverzace narušuje jeho vnitřní hodnoty a dochází ke kognitivní disonanci³. V případě, že členové komunity pociťují emoční (afektivní) propojení s obsahem diskuze, účastní se výměny názorů výrazně aktivněji v porovnání s ostatními diskutujícími (tamtéž, str. 842). Bateman vychází z teorie tří složek závazků vůči organizaci: kontinuální, afektivní a normativní (Meyer et Alen in Bateman, 2011).

1.3.1. Moderace online diskuzí

Komunikace v online diskuzích mívá svá pravidla, která se odvíjejí zejména od pravidel užívání dané platformy. Jinak se uživatel tedy může chovat v prostředí platformy X, která je vlastněna Elonem Muskem, a jinak například na sociálních sítích Meta (Facebook a Instagram). Toto chování je zpravidla ovlivněno moderací platformy.

Zásady pro daná online fóra napomáhají moderátorům diskuze zajistit hladký a produktivní průběh výměny názorů. V případě jejich porušení uživateli tak mají oprávnění zasáhnout.

Strategie moderace mohou být různé. Například dle Parka (2012) je vhodné využívat metodu facilitativní moderace, která spočívá v adaptaci postupů z oblasti sociálních věd. Cílem je podpořit efektivní individuální komentáře a konstruktivní skupinovou debatu.

Styl moderace může mít významný (a pozitivní) vliv na kvalitu a užitečnost online debat, zejména v případě vládou provozovaných fór. Volba moderace je klíčovým designovým prvkem, který ovlivňuje i typ deliberace (Wright, a další, 2007 str. 856).

² Continuance Community Commitment může být volně přeloženo jako pokračování v závazku komunity

³ Kognitivní disonance je stav mysli, kdy dochází k diskrepanci mezi přesvědčením a tím, co jedinec vnímá jako realitu. (Giles, 2012 str. 56)

Moderátoři v online diskuzích mají různé prostředky, jak do diskuzí zasáhnout, ať už se jedná o odstranění příspěvku, blokadu, slovní upomenutí nebo úplné vyloučení člena, který porušil pravidla, z diskuze.

Online fóra jsou však často **volně přístupná** téměř komukoliv, což přináší výzvy, jako je zneužívání tohoto faktu. Uživatelé, kteří byli zablokováni, si ve většině případů mohou jednoduše vytvořit účet nový a volně se k diskuzi opět připojit a pokračovat v nevhodném chování (Wright, 2006 str. 558).

Dle Melissy Presler (2023) existuje hned několik typů moderace obsahu a každý z nich má rozdílné výhody a nevýhody. Níže jen krátce uvedu každý z nich a zaměřím se na faktory, kterými ovlivňují dynamiku diskuze.

Pre-moderace

Jedná se o kontrolu obsahu, v tomto případě např. příspěvku do diskuze, ještě před jeho zveřejněním. Tento proces předchází zveřejnění škodlivého nebo ofenzivního obsahu (kyberšikana, hate speech, fake news) do online komunit. (Pressler, Pre-Moderation The Pros and Cons, 2023).

Post-moderace

Technika, kdy je obsah nejprve publikován a až poté kontrolován moderátorem, že splňuje veškerá pravidla daného online prostoru. (Pressler, Post-Moderation The Pros and Cons, 2023)..

Reaktivní moderace

Jedná se o formu revize obsahu moderátorem až po nahlášení obsahu ostatními uživateli. (Pressler, Reactive Moderation The Pros and Cons, 2023).

Proaktivní moderace

Aktivní přístup k moderování může obnášet nasazení odborných moderátorů, kteří se zaměřují na předběžné vyhledávání a odstraňování nevhodného obsahu předtím, než se tento obsah stihne šířit nebo napáchat škodu (Pressler, Proactive Moderation The Pros and Cons, 2023).

Automatizovaná moderace

Může se jednat například o umělou inteligenci nebo jiné algoritmy, které proaktivně vyhledávají nevhodné vzorce a výstupy je obsahující odstraňují. (Pressler, What Is a Content Moderation?, 2023).

Hybridní moderace

Tato strategie moderování využívá kombinaci různých postupů k zajištění nejúčinnějšího způsobu řízení obsahu. (tamtéž).

Diskuzní fóra obecně pracují s různými pravidly užívání a komentování příspěvků. Jako příklad uvedu sociální síť Facebook, která pracuje s pravidly, jež jsou dohledatelná jako „Zásady komunity“. V případě, že je komentář či jiný obsah porušuje, dochází k jeho odstranění (Meta, 2024). S těmito pravidly souhlasí uživatelé při tvorbě svého účtu. Otázkou samozřejmě je, do jaké míry s moderací nebo pravidly pracují například diskuzní fóra ze sledovaných magazínů.

1.4. Deliberativní demokracie a její online forma

Deliberativní demokracie představuje demokratický model, v němž veřejná rozhodnutí vznikají skrze otevřené a inkluzivní diskuze, které podporují sdílení různých pohledů a vytváření dobře informovaných stanovisek. V digitálním světě je možné tento přístup podporovat prostřednictvím různých online stránek, jako jsou diskuzní fóra, sociální sítě a jiné další platformy pro debatu. Tyto nástroje umožňují vést konstruktivní dialog, sdílet informace a vyměňovat si nápady, což dává účastníkům prostor účastnit se informované a respektující konverzace s cílem dosáhnout shody ohledně veřejného dění a dalších témat. Nicméně je důležité si uvědomit, že online diskuze čelí také výzvam, jako je udržení vzájemného respektu a úcty, řešení problémů s anonymitou na internetu, která budou řešit

v následující kapitole, ale také překonávání dalších překážek, které mohou znemožnit rozumné vedení diskuze (Strandberg, a další, 2012).

Deliberativní varianta demokracie je považována za ideál demokracie mnohými teoretiky a online diskuzní fóra jsou navrhována jako řešení praktických limitů masové deliberace. Kritici však upozorňují na důkazy, které naznačují, že online diskuse mohou deliberaci spíše podkopávat (Wright, a další, 2007 str. 849).

V prostředí online fór je deliberace složitá a ovlivněná mnoha faktory, včetně designu, moderace a způsobu, jakým jsou diskuzní fóra strukturována a provozována. Tyto faktory mohou deliberaci buď podporovat nebo jí bránit, což ukazuje, že technologie sama o sobě není její zárukou, protože záleží na rozhraní platformy. Design a možnosti fóra ovlivňují způsob, jakým se lidé vyjadřují – zda jen v krátkých úryvcích, či delších esejích (tamtéž, str. 853).

Faktorů, které ovlivňují chování a interakce lidí v internetovém prostředí, je mnoho, mezi významné činitele pak patří například koncept online anonymity.

1.5. Online anonymita v online diskuzích

Na internetu se mohou lidé pohybovat anonymně, přičemž jejich skutečná identita je často skryta za uživatelskými jmény nebo e-mailovými adresami. Tato anonymita umožňuje lidem skrýt nebo měnit svou identitu, což významně přispívá k efektu dezinhibice. Umožňuje oddělit online chování od reálné identity, snižuje zranitelnost a odpovědnost za své chování. Navíc neviditelnost v online interakcích, zejména v textově orientovaných prostředích, dále posiluje lidi tím, že odstraňuje fyzické (neverbální) signály, které by jinak mohly jejich vyjádření omezovat (Suler, 2004 str. 321). Příkladem této fyzické komunikace může být například pohled do očí nebo kontakt a tělesná řeč při setkání tváří v tvář.

V internetovém prostředí se myšlenky šíří jinak než v interpersonální komunikaci. Kromě posílení a šíření konstruktivního diskurzu se na internetu šíří také nevhodné a agresivní myšlenky. Nižší morální a sociální odpovědnost za vlastní chování pak často vedou k agresivnímu chování, kyberšikaně, hate speech⁴ nebo šíření nepravdivých informací (Voggeser, a další, 2018). Za takových podmínek se objevuje i takzvaná „online toxicita“.

Tato problematika však není černobílá, a proto se na konceptu online anonymity dá najít i několik pozitivních aspektů. Anonymita umožňuje lidem vyhledávat pomoc i v citlivých tématech, aniž by se museli obávat studu nebo stigmatizace jejich problému, zejména v oblasti zdraví (Basinger, a další, 2023). Bezpečný prostor, který pocit určitého utajení své

⁴ Hate speech neboli nenávistný projev. Jde o veškeré veřejné projevy, které vzbuzují v okolí nenávist vůči určité skupině osob (např. na základě rasy, vzhledu, sex, orientace, národnosti či náboženského vyznání).

identity vyvolává, umožňuje diskutujícím otevřeně vyjádřit názor, podělit se o své pocity, aniž by se obávali odsouzení, diskriminace nebo represe.

Suler (2004 str. 321) představil koncept, že lidé mají větší sklon jednat nebo se vyjadřovat svobodněji online než při osobní komunikaci, což vede ke snížení kontroly nad vlastním chováním a upřímnějšímu vyjadřování myšlenek nebo pocitů. Tento jev se nazývá **efekt online dezinhibice**. Může se projevovat buď jako varianta **benigní**, kdy jsou projevy neškodné, ba až dokonce i pozitivní, nebo **toxická**, vedoucí k negativnímu chování, jako jsou výhrůžky nebo útok na ostatní jedince. Suler (2004) uvádí, že příkladem benigní varianty může být odhalování vlastních emocí, projevů náklonnosti a empatie nebo sdílení svých strachů a osobních přání.

Udris (2014 str. 260) se tímto tématem dále zabýval, když vytvořil dotazník pro měření zmíněného chování na internetu mezi japonskou mládeží a zjistil souvislost mezi toxickou online dezinhibicí a budoucí kyberšikanou. Jeho další výzkum naznačuje, že k tomuto efektu dezinhibice významně přispívá právě online anonymita a absence fyzické přítomnosti, což má dopad na člověka a jeho chování. Příkladem může být kyberšikana, respektive online verze šikany. Online prostor umožňuje anonymitu i právě agresorům (tamtéž, str. 253).

Online dezinhibice, podobně jako většina konceptuálních dichotomií, nabízí více možností, jak si jednotlivé varianty interpretovat, příkladem může být nepřátelské chování v diskuzi, které ale může mít pozitivní přínos pro komentujícího jedince – zejména ve smyslu pozitivní psychické změny ve smyslu uvolnění se, respektive „terapeutického průlomu“ (Suler, 2004 str. 321).

Barlett (2019) pak uvádí, že existuje vztah mezi online dezinhibicí a kyberšikanou, a to takový, že dezinhibice může být prediktorem pro tuto společenskou patologii.

1.6. Online toxicita

Mám zde na mysli negativní chování, které se projevuje v online prostoru a bývá podpořeno pocitem anonymity a snížené kontroly nad vlastním chováním. Často je takové chování agresivní a nepříjemné zbytku diskutujících, vůči kterým je toto jednání mířeno. Dá se označit jako neslušné, drzé a ohrožující bezpečné prostředí online diskuze (Miller, a další, 2022).

Je vhodné uvést na pravou míru, že online dezinhibice může online toxicitu umocnit snížením osobních zábran, které by jinak takové chování omezily, ne všechny případy online dezinhibice však vedou k toxicitě (Suler, 2004).

Mezi příklady, jak se může online toxicita projevovat, patří kyberšikana a její formy (jako např. doxing⁵), flaming⁶, trollení, hate speech či dokonce kyberstalking (Salminen, a další, 2020 str. 1). Takové jednání často vede jedince k opuštění diskuze a ve vážnějších případech může vést až k násilným činům i v reálném světě (Salminen, a další, 2020; Miller, a další, 2022).

V moment, kdy se zmiňuje toxické chování v online prostředí, je více než příhodné definovat výše zmíněné pojmy i pro jejich případnou identifikaci při vyhodnocování nasbíraného vzorku z diskuzí pod články o plus-size módě. V následujících řádcích si definujeme zejména ty, které jsou relevantní pro prostředí diskuzí.

1.6.1. Projevy online toxicity, kyberšikana

Jednou z nejtemnějších stránek online toxicity je šíření pomluv, vydírání, zastrašování a ubližování ostatním pomocí platform, které internet nabízí, skrze nástroje, které zase poskytuje moderní doba (mobilní telefony, počítače). Devastující vliv na emocionální i psychické zdraví, způsobující úzkosti nebo deprese často vedoucí k sebevražedným myšlenkám a někdy bohužel i jejich dokonání (Policie, 2011; Voggeser, 2018 str. 1-3), i to je **kyberšikana**. Dle webu Policie ČR (2011) se může projevovat např. jako provokování a napadání uživatelů v diskuzních fórech nebo tzv. tapetování (chatovací místnosti apod.). (Tapetováním je myšleno zaplňování online diskuze nesmyslným obsahem.)

Salminenova studie (2020) zkoumala vztah mezi tématem zpravodajských článků a online toxicitou. Ukázala, že některá témata, jako je rasismus nebo konflikty mezi jednotlivými zeměmi, mají tendenci přitahovat více toxických komentářů než témata jako věda a technologie nebo umění a kultura. To naznačuje, že specifické okolnosti a dění (často spojené s politikou, etnicitou nebo náboženstvím) mohou vyvolávat různé úrovně toxicity. Vztah mezi tématem diskuze a mírou toxicity tedy naznačuje, že určité tematické aspekty

⁵ Doxing pochází z termínu „dropping documents“, tedy publikování dokumentů.

⁶ Flaming vychází z anglického slova „flame“, tedy plamen.

mohou buď přispívat ke vzniku toxického prostředí, nebo naopak pomáhat udržet diskuzi civilnější (Salminen, a další, 2020).

Často se tak jedná o témata, která polarizují společnost, a tedy názory na ně se často mezi jedinci výrazně odlišují. I proto je možné předpokládat, že vysokou míru toxicity bude možné pozorovat i v prostředí online diskuzí s tématem „plus-size módy“, která je platformou pro výzkum této diplomové práce. Navíc je možné předpokládat, že u článků, kde budou figurovat modelky jiného etnického původu, bude toxicita k pozorování ve vyšší míře.

1.6.2. Trolling

Dalším jevem, který se v diskuzích objevuje je „**trolling**“. Tento pojem označuje akce a vyjadřování uživatelů internetu, které má za cíl záměrně vyprovokovat nebo rozrušit ostatní. Tento pojem by se neměl zaměňovat s kyberšikanou, jež představuje úmyslné online obtěžování zaměřené proti jedinci destruktivním, útočným způsobem, často bez jakéhokoliv důvodu. Rovněž je třeba jej odlišovat od žertování, kde účelem je bavit se na úkor cizích lidí, což obvykle vyžaduje více koordinace a předem stanovený úmysl (Know your meme, 2010). Trolling se vyznačuje úmyslným vykojením diskurzu a vyprovokováním účastníků k flamingu.

1.6.3. Flaming

Voggeser (2018 str. 2) uvádí, že v případě „**flamingu**“ se jedná o nejčastější formu online dezinhibice a její toxické formy. Ten se projevuje jako impulzivní výbuch jednoho či více účastníků online diskuze. Zdá se, že se jedná o obranný mechanismus vůči urážce nebo o defenzivní reakci na nepřijatelný názor. Jedná se o jev, který narušuje konstruktivní průběh diskuze. Tento efekt mohou mít již jednotlivé případy flamingu, avšak mnohem větší problém nastává, pokud agresivně komunikující jedinec vyvolá tzv. „flame war“⁷, tedy rozsáhlý konflikt uvnitř diskutující komunity. Dá se říci, že jako „flame war“ je možné označit přestřelku názorů, respektive diskuzi, která překročila pravidla přínosné a

⁷ Flame war lze zcela doslovně přeložit jako plamenná válka, jde o bouřlivou výměnu názorů mezi skupinou lidí.

respektující výměny názorů a proměnila se v online hádku (Voggeser, a další, 2018 stránky 1-2).

1.6.4. Hate speech

Koncept nenávistných projevů, „**hate speech**“, je podle Ermidy (2023) složitý a mnohotvárný, hluboce zakořeněný v nuancích jazyka, kultury a individuální interpretaci. V akademickém a právním diskurzu je nenávistný projev často definován jako komunikace, která ocerňuje osobu nebo skupinu na základě neměnných charakteristik, jako je rasa, etnický původ, pohlaví, sexuální orientace, náboženství nebo postižení. Nenávistné projevy jsou uznávány pro svůj potenciál způsobit škodu a podněcovat diskriminaci, nepřátelství nebo násilí vůči konkrétním osobám nebo skupinám (tamtéž, 2023).

Hate speech je považován za útočnou formu projevu, která může vést k dlouhodobým psychologickým následkům a udržovat pocit méněcennosti u zasažených osob nebo komunit a většinou je také v rozporu s pravidly sociálních sítí a diskuzních fór (Krausová, a další, 2021).

Způsobené škody a důsledky jednání nejsou jen okamžité, ale mohou mít hluboce zakořeněné a trvalé následky, které mohou ovlivnit společenské postoje a chování napříč generacemi (Ermida, 2023 str. 289). Výklad a klasifikace nenávistných projevů podléhá kulturní a kontextové proměnlivosti, což z jejich identifikace a moderování činí sofistikovanou a neustále se vyvíjející výzvu pro online platformy, právní systémy a komunity po celém světě (tamtéž).

Mezi formy kyberšikany a diskriminace patří také **fat shaming**, který je pro sledované prostředí v této diplomové práci obzvláště podstatný a rozvedu jej v dalších kapitolách této práce.

1.6.5. Doxing

Další praktikou, která se objevuje v prostředí diskuzních fór je neoprávněné shromažďování a zveřejňování osobních nebo identifikovatelných údajů o jednotlivci bez jeho vědomí nebo souhlasu. Tato praxe má název **doxing** (někdy také doxxing). Mezi publikovaná soukromá data často patří e-mailová adresa, telefonní číslo nebo informace o místě zaměstnání. Ač se zveřejnění těchto informací může zdát jako pouhá malichernost a

často jde o veřejně dostupná data, u doxingu je ale cílem zastrašení, útok nebo poškození reputace dotčené osoby. S dobou sociálních sítí se doxing stal významným nástrojem online šikanátorů. Kromě výše zmíněných dat jsou často zneužity také informace o rodině, rodinné vztahy nebo adresy. Akt doxingu je formou kyberšikany a jedná se o vážné porušení soukromí a bezpečnosti (eset, 2022).

Nejen česká populace mohla v minulosti v médiích číst o zveřejňování telefonních čísel nebo adres politiků, případně celebrit – mezi známé příklady patří například zveřejnění telefonního čísla Petra Nečase (Golis, 2013) nebo adresy rodinných příslušníků Andreje Babiše (ČTK, 2018).

1.6.6. Kyberstalking

Dalším jevem je kyberstalking. Giles (2012 str. 161) ho definuje jako nevyžádané a opakované pokusy o kontakt, nejčastěji jednostranné (oběť si kontaktována být nepřeje, snahy ignoruje). Průběh je typický zasíláním velkého množství spamových e-mailů či jiných zpráv. Kyberstalking může často vést až k odcizení identity.

Výskyt tohoto jevu v mnou sledovaných online diskuzích nepředpokládám, ale zmiňuji ho zde, protože se může jednat o důsledek mezilidské komunikace v online prostředí, který ale neprobíhá pozorovatelně ve veřejných vláknech. Je však možné, že v diskuzi, kde se komentuje tělesný vzhled, křivky (někdy i ty vlastní) a ideály krásy, může tento jev pro intimnější charakter diskuze vznikat častěji.

2. Ideály tělesné krásy a štíhlosti

Ideály krásy a štíhlosti jsou neodmyslitelně spojeny s digitálním světem a online médií. Tento vztah má hluboký dopad nejen na to, jak společnost vnímá krásu, ale také na to, jak jednotlivci vnímají sami sebe a své tělo. V éře sociálních médií, kdy každý může být online tvůrcem, ba dokonce až celebritou, se vytvářejí a šíří specifické estetické normy, které mohou mít silný vliv na sebevědomí a tělesný obraz dalších lidí. Ideály krásy se neustále vyvíjejí a jsou ovlivněny mnoha faktory, včetně kultury, mediálního zastoupení a technologického pokroku.

Tento text se bude zabývat komplexním pohledem na ideály krásy a tělesného vzhledu v kontextu online médií, zkoumat jejich historický vývoj, současnou situaci a možné budoucí trendy. Dále se pokusí pochopit, jak tyto ideály ovlivňují individuální a společenské vnímání tělesného obrazu a sebeúcty. Prozkoumám, jak online média a technologie formují naše pojetí krásy a jak se lidé snaží orientovat v prostředí, které často propaguje nedosažitelné standardy.

2.1. Standardy krásy a jejich vývoj v průběhu let

Venuše, Marilyn Monroe, Twiggy, Kim Kardashian – standardy krásy se neustále mění. Jen při zamyšlení se nad vizuálem dam, které jsem zde v krátkosti uvedla, může být patrné, že ideály krásy zažívají neustálé změny, které mohou být vizuálně poměrně daleko od sebe. Ženy mohou mít pocit, že by takovým ideálům měl odpovídat i jejich vzhled, a to i navzdory genetické výbavě, kterou mají k dispozici. Cílem následujících kapitol je odhalit, co za tak rychlými a hlavně nápadnými změnami stojí.

„To, co je považováno za krásnou tvář, je často ovlivněno tím, co se děje ve společnosti,⁸“ říká Bruce F. Norton, profesor politologie na Americké univerzitě (Romm, 1987).

⁸ Volně přeloženo autorkou diplomové práce, originální znění citátu je: „What is considered a beautiful face is often influenced by what is going on in society.“

Vývoj standardů krásy v průběhu historie je i proto určitým způsobem fascinující téma, které ukazuje, jak se představy o kráse měnily v závislosti na kulturních, sociálních a ekonomických faktorech (Calogero, a další, 2007).

Obrázek 1 Ženy, které představovaly ideály tělesné krásy (zleva: Venuše, M. Monroe, Twiggy, K. Kardashian)



Zdroj: Vlastní zpracování koláže (zleva: Wikipedie, The Sun, The Sun, Magzter)

2.1.1. Co to je ideál krásy?

Pojetí krásy bylo v historii významným faktorem, který ovlivňoval interpersonální vztahy. Tyto ideály předkládají společnosti názor na ideální postavu, symetrii obličeje a celkový vzhled. Přestože se řada výzkumníků pokoušela odhalit původ těchto norem krásy, univerzální shoda zůstává v nedohlednu. Ke vnímání atraktivity přispívají různé faktory, od evoluční biologie po diskriminaci a všudypřítomný vliv sociálních médií. Navzdory kořenům krásy v přírodním výběru se kritéria pro to, co je považováno za krásné, stala velmi náchylnými k rychlým změnám a jejich ovlivňování (Povey, 2021).

Vnímání krásy je individuální pro každého z nás, ale je bráno také jako mix subjektivních a objektivních jevů, které hrají roli při „rozpoznávání krásného“. Mezi takové atributy patří například symetrie, harmonie mezi celkem a jeho jednotlivými částmi.

V případě, že sledovaný objekt do těchto představ nezapadá, je pak obecně přijímán jako „neestetický“ (Fuente del Campo, 2002)

Ideály krásy u žen mohou být odrazem atributů plodnosti, zrcadlit ekonomickou a politickou strukturu společnosti, nebo se podílet na formulaci genderových identit a rolí (Calogero, a další, 2007).

2.1.2. Vývoj v průběhu historie

V období pravěku bylo možné setkat se s malými soškami, které reprezentovaly figuru ideální ženy, příkladem může být Venuše věstonická nebo willendorfská. Tyto sošky byly často vyráběny z různých materiálů jako keramika, kámen nebo zvířecí kosti. Tělo bylo obličejem s výrazným poprsím symbolizující ženu, která by měla mít vhodné předpoklady k donošení dítěte, ale i jeho porod. Oblé tvary nejspíše souvisely s chladným počasím doby ledové, dokonce sošky, které byly nalezeny blíže ledovcům oplývaly plnějšími tělesnými proporcemi. Sošky často vykazují známky nadváhy, ba dokonce až obezity, což byl v období před 30 000 lety znak vysoké plodnosti (Soffer, a další, 2000).

Obrázek 2 Siluety sošek Venuší



zdroj: *Ancient origins*

V období antického Řecka byla krása zcela zásadním prvkem pro vysokou kvalitu společenského života. Muži byli obdivováni za bohatou a definovanou muskulaturu a v rámci ideálů krásy jim byla věnována největší pozornost. Za zmínku stojí také důraz na lesklou, zdravou pokožku. Oproti tomu ženy byly jako krásné vnímány spíše, pokud byly majitelkami plnějších tvarů. Ideálem byly také majitelky rudých vlasů. Ty, ač byly vnímány

jako společensky kontroverzní, tak i přes to se jednalo o vysoce atraktivní prvek (BBC, 2015).

Krása byla vnímána jako dvojsečná zbraň (existuje pro to i pojem kalon kakon⁹). Již filozofové jako Sokrates a Platón se snažili překonat povrchní vnímání krásy, což ukazuje na hlubší zkoumání vztahu mezi vzhledem a morálkou ve starověkém Řecku (tamtéž, 2015).

Staří Řekové věřili, že krásná tvář je definována ve smyslu harmonických proporcí obličejových rysů. Ideální obličej byl pro ně rozdělen na tři stejné vertikální části a byl o dvě třetiny širší než vysoký (Fuente del Campo, 2002).

Sympatie společnosti si také získávaly ženy s bledými pažemi a širokými boky a jako femme fatale byla vnímána Helena Trojská (Krulišová, 2018).

Obrázek 3 Helena Trójská (femme fatale starověku)



Zdroj: 100+1

V období středověku považovaly anglosaské literární kruhy za ideál ženské krásy velmi bílou, porcelánovou pokožku, kvůli čemuž některé ženy podstupovaly extrémní procedury, včetně krvácení, aby tohoto ideálního vzhledu dosáhly. Během renesance se kritéria ženské krásy rozšířila o emocionální a duchovní vlastnosti, jako jsou jemnost, subtilnost, záhadnost a výrazný mateřský instinkt. V těchto dobách hrály královské rodiny významnou roli v definování estetických standardů, v čele s královnou Alžbětou I. a jejími dvorními dámami,

⁹ BBC uvádí význam slova jako „the beautiful-evil thing“, volně přeloženo jako krásné zlo. Žena byla zlá, protože byla krásná – a krásná, protože byla zlá.

kteře nastavovaly trendy barvením vlasů, odstraňováním obočí a používáním výrazné dekorativní kosmetiky, jako předními představitelkami módy (Fuente del Campo, 2002). Trendy byly korzety, avšak lékařský časopis The Lancet publikoval více než jeden článek ročně o zdravotních rizicích nošení korzetů od konce 60. let až do začátku 90. let devatenáctého století (Calogero, a další, 2007).

V devatenáctém století dochází k postupnému zúžení představ o tolerované plnosti ženské postavy. Toto období můžeme vnímat jako masovou standardizaci ženské krásy v západní kultuře a začátek propagace nerealistických a nepřirozených ideálů tělesné stavby ženy. Korzety zavedené již od šestnáctého století se v devatenáctém století staly znakem módy pro téměř všechny společenské třídy. Postava přesýpacích hodin, ideál té doby, byla dosažitelná pouze s pomocí speciálních oděvů (tamtéž).

Ve 20. století došlo k výraznému posunu směrem k preferenci štíhlejších těl, což byl výsledek několika vzájemně propojených faktorů. I to zapříčinilo pravděpodobně nejzásadnější posun ve vnímání tělesného vzhledu. Začátek této změny lze částečně připsat průmyslové revoluci a s ní spojenému nárůstu sedavých zaměstnání. Fyzická práce, která byla kdysi normou, se stala méně běžnou, což vedlo k přehodnocení tělesné hmotnosti. Štíhlé tělo se začalo vnímat jako symbol zdraví, vitality a sebekontroly, v ostrém kontrastu k plnějším tvarům, jež byly dříve spojovány s bohatstvím a úspěchem (Stearns, 2002).

Objevuje se standard chlapeckého vzhledu s důrazem na kosmeticky upravený obličej a štíhlé nohy, ten se ale zhruba v polovině 20. století posouvá zpět k výraznějšímu poprsí a bokům, avšak stále štíhlé postavě. Poprsí a boky byl standard, který se často objevoval u celebrit a byl podporován v soutěžích krásy jako ten ideální. S koncem 20. století se ideál opět posouvá k velmi štíhlé, až anorektické postavě a přichází éra opěvování modelky Twiggy (Calogero, a další, 2007).

Zajímavostí jistě je, že v USA byla ve 20. a 80. letech 20. století zaznamenána nejvyšší prevalence poruch příjmu potravy, což bylo také období, kdy byl ideál ženského těla tím pravděpodobně nejštíhlejším za celou historii (Howard, 2018).

I v dnešní době módní průmysl, včetně návrhářů a stylistů, často preferuje modelky, které ztělesňují velmi specifickou, extrémně štíhlou postavu. Důvodem této preference nejsou jen estetické důvody – přesvědčení, že oblečení vypadá lépe na štíhlejší postavě – ale

také hluboce zakořeněná kultura, která extrémní štíhlost ztotožňuje s krásou a profesionalitou (Wintour, 2013).

Přestože se ozývají hlasy volající po změně a zavádění iniciativ zaměřených na podporu zdravějších standardů, průmysl se tomu i přes snahy o body positivity stále brání. Estetická preference extrémní štíhlosti stále převládá a zastiňuje obavy o zdraví a inkluzivitu. Jedním z působících faktorů je také kosmetický a estetický průmysl, pro který je nejistota z vlastního vzhledu a touha po ideálu hlavním zdrojem obživy.

2.2. Jak média proměnila standardy krásy

Média často propagují určité estetické ideály, včetně štíhlosti, jako standardy krásy. Slavné osobnosti a modelky se štíhlými těly byly prezentovány jako ideály, což mělo silný vliv na veřejné vnímání a touhu napodobovat tyto vzory. (Stearns, 2002)

Zdravotní diskurz, který se během století rozvíjel, spojoval štíhlost s lepším zdravotním stavem. Obavy z obezity a jejích potenciálních zdravotních důsledků vedly k vnímání štíhlosti nejen jako estetického ideálu, ale i jako **ukazatele zdravého životního stylu**. Tento názor byl podporován rozsáhlými veřejnými zdravotními kampaněmi a vědeckými studiemi, které zdůrazňovaly význam udržování štíhlé postavy pro fyzické i psychické zdraví (tamtéž, str. 121).

Módní průmysl a reklama se ukázaly být dalšími silnými faktory ve zvýrazňování štíhlých těl jako ideálu krásy. **Módní návrháři preferovali štíhlé modely pro prezentaci** svých produktů, což ovlivnilo, jaké typy těl jsou považovány za esteticky přitažlivé. Reklamy a marketingové kampaně propagovaly produkty a služby, které slibovaly pomoc v dosažení a udržení štíhlé postavy, což dále umocňovalo společenský tlak na štíhlost (Wintour, 2013).

Dle přehledu existujících studií o vztahu mezi mediálním obrazem těla a sebepojetím bylo zjištěno, že mezi lety 1999 a 2006 došlo v USA k nárůstu hospitalizací kvůli poruchám příjmu potravy u dětí mladších 12 let o 119 % (Howard, 2018).

Tradice zobrazování štíhlých, fit a na oko „zdravých“ těl jako jediného žádoucího standardu krásy přispěla k vytvoření prostředí, kde lidé s odlišnými tělesnými typy čelili diskriminaci a sebevědomí mnohých bylo narušeno. Zlom nastal s hnutím body positivity,

tedy konceptem podporujícím myšlenku, že všechny typy těl si zaslouží uznání a pozitivní vnímání, a je tématem společenského diskursu s rozmanitými interpretacemi. Toto hnutí, které je často předmětem debat, se liší v závislosti na individuálních zkušenostech lidí s různými tělesnými typy. Původ hnutí body positivity lze vystopovat u aktivismu lidí s nadměrnou tělesnou hmotností, černochoů a LGBTQ+ komunity, kteří reagovali na nedostatečnou reprezentaci a ocenění různých tělesných typů v médiích, a veřejném diskursu, zejména v oblastech módy a tělesné výchovy. Tento nedostatek reprezentace byl motivován touhou zpochybnit a změnit zavedené normy krásy, které preferují bělošské, heterosexuální, cisgenderové a štíhlé ideály. Přesto vědci poukazují na otázku, zda hnutí skutečně podněcuje změnu, nebo jestli spíše uměle nezdůrazňuje stávající sociální normy (Griffin, a další, 2022).

I když v jistý moment svítala naděje a objevovaly se náznaky, že se výraznější křivky dočkají delšího období obdivu (zejména díky Kim Kardashian jako vzoru mnoha dívek), v posledních letech opět došlo k posunu a začala být znovu propagována extrémní štíhlost a dokonalost vzhledu. To celé je často podporováno a zvýrazňováno prostřednictvím filtrů a úprav fotografií na platformách jako Instagram, TikTok nebo Snapchat. Tento jev vede k vytváření nerealistických očekávání, která mohou vyvolávat frustraci a negativní pocit z vlastního těla mezi běžnými uživateli těchto platform. Například u uživatelů výše uvedených sociálních sítí byla zjištěn vyšší sklon k vyhledávání estetických úprav a plastických operací (Chen, a další, 2019). Primární motivací je vypadat lépe na fotografiích a přiblížit se vzhledu se zkrášlovacími filtry.

Za zmínku stojí také zdravotní preparát s názvem Ozempic, který je primárně určen pro pacienty s diabetem, každopádně se stal velmi oblíbeným mezi celebritami. A to i mezi těmi, které dříve propagovaly tělo s oblými tvary. Mezi uživatele léku pro jeho hubnoucí účinky patří například Elon Musk, majitel sociální sítě X a zakladatel Tesla, nebo Kim Kardashian, dříve známá pro plné tvary své žensky vypadající postavy. Lék se i pro jeho „zneužívání“ podává na předpis lékařů. Preparát pro vysoký zájem zažívá výpadky v dostupnosti (Šponerová, 2023).

Díky tomuto léku, a s ním i jednoduché dosažitelnosti vyrýsovaného těla, se tak opět mezi celebritami objevují velmi štíhlé postavy a opět se, zejména v nových médiích, popularizuje ideál krásy spojený s nízkou tělesnou hmotností (Morosini, 2023).

V roce 2024 se navíc začaly objevovat pojmy jako „*leggings legs*“ (nohy do legín) v prostředí TikToku. Tento mikrotrend poukazuje na ideální vzhled stehna a lýtek, které jsou svolením k pro to, aby dívky směly nosit legíny. Dávají tedy štíhlému vzhledu určité privilegium v oblasti módy. Jde o výkřik sociálních sítí, který propaguje mezeru mezi stehny a štíhlou siluetu mezi mladým publikem (Bakan, 2024). Ukázka trendu je k nalezení na konci této práce jako Příloha č. 2. Tento mikrotrend jen poukazuje na celkový vývoj situace a odráží v nových médiích obecný vývoj okolo ideálů krásy.

2.3. Dopady zobrazování standardů krásy v médiích na sebepojetí

Nejprve si definujme význam slova sebepojetí. Fialová (2001) rozpracovává různé aspekty sebepojetí, mezi které patří sebepojetí jako vnímání vlastního těla jako odrazu reality, emoční a hodnotící perspektivu ovlivněnou osobními nároky, často se projevující rozdílem mezi ideálem a realitou. Dále zmiňuje sebepojetí jako zdroj motivace k osobnímu rozvoji, vnější a vnitřní regulaci chování ovlivněnou ostatními a roli, kterou jedinci očekávají, že budou v společnosti zastávat.

Dle jejích slov se dá sebepojetí chápat jako vysoce subjektivní vnímání vlastní osoby. Tělesná schránka a její vnímání (tedy „body image“) je pak jednou z forem sebepojetí (Fialová, 2001).

Sociální média, jako jsou Instagram a Facebook, podporují srovnávání se s ostatními, což vede k nespokojenosti s vlastním tělem, pochybnostem o sebevědomí a v některých případech i k sebepoškození. Milkie (2002 str. 842) upozorňuje, že výzkum na skupině mladých žen ukázal, že dle jejich vnímání média zobrazují vzhled nerealisticky a příliš jej idealizují. To na ně mělo vliv zejména v akceptaci vlastní krásy a sebeúcty. Selfie kultura a sdílení fotografií na sociálních sítích přispívají k pozitivnímu zkreslení vlastního vnímání, ale zároveň odhalují obsesi fyzickými rysy a nedostatek vnímání sebe sama jako celku.

Propagace nerealistických ideálů krásy na sociálních médiích vede k rozvoji poruch příjmu potravy a nespokojenosti s tělem. Používání filtrů a zkrášlovacích aplikací dále podporuje negativní dopady na sebeúctu a vede k vyhledávání různých forem tělesných modifikací, od kosmetických procedur až po plastické operace (Mavis, a další, 2020 str. 4).

Na sociálních sítích je však možné najít různorodé názorové proudy a komunity, od těch, které rozmanitý vzhled a proporce těl podporují, až po ty, které vytvářejí na tělesný vzhled a jeho dokonalost vysoký nátlak. Klíčové však je, aby na sítích existovala iniciativa toxické chování potlačovat, např. blokadí nenávislných komentářů, kde se objevuje body shaming.

Zejména ve věku 12-16 let zažívají dívky emoční změny. V období dospívání se navíc výrazně mění tělesná konstituce, která se může stát terčem komentářů. V dnešním světě je sebe prezentace (a její přijetí okolím) naprosto klíčová při dalším rozvoji identity mladistvých (tamtéž, str. 2).

Dle Yamouta a dalších (2019) standardy krásy, které jsou často nereálné a zprostředkované pečlivě upravenými fotografiemi a příspěvky, vedou k zvýšené nespokojenosti s vlastním tělem a obrazem sebe sama mezi dalšími uživatelkami, které tyto upravené fotografie či videa zveřejňují. Tento tlak na dosažení idealizovaných forem krásy může mít za následek vážné duševní zdravotní problémy, včetně depresí a úzkostí. Zejména mladé dívky jsou kvůli těmto nerealistickým ideálům více náchylné k poruchám příjmu potravy a snížené sebeúctě. Sociální sítě mohou přispívat k vytváření závislosti, kdy je uživatelky neustále sledují a porovnávají se s ostatními, což může vést k silnému pocitu nespokojenosti sama se sebou (Yamout, a další, 2019).

Ovšem tento sentiment vůči vlastnímu tělu nezpůsobují pouze sociální sítě, ale stejný jev byl zkoumán také u magazínů pro ženy, které jsou ve své online verzi sledovány i v této práci, ale v kontextu plus-size. Zkoumání odhalila, že pokud byly čtenářky vystaveny obrázkům příliš štíhlých modelek, mnohem častěji se u nich objevovaly negativní emoce vůči vlastní postavě a byly častěji nespokojené, pokud měly svůj vzhled srovnávat s ostatními (Tiggemann, 2009).

Zejména časopisy věnované módě a kosmetice (tedy „dámské časopisy“) byly před adoptí sociálních sítí jeden z hlavních zdrojů a šířitelů těchto štíhlých ideálů (Silverstein, Perdue, Peterson, & Kelly, 1986 in Tiggemann, 2009, str. 74). I přes to se ale objevily i případy, kdy vystavování čtenářek obrázkům zobrazujícím štíhlé modelky mělo pozitivní dopad na vlastní sebepojetí – zde ve smyslu, že žena může „fantazírovat“ o realitě, kde je štíhlejší a přitažlivější (tamtéž). O mechanismu vlivu z psychologického hlediska se neustále

vedou debaty, každopádně Tiggeman (2009) uvádí, že s největší pravděpodobností negativní emoce způsobuje právě proces srovnávání sebe sama s vyobrazeným ideálem krásy.

Média mají obecně tendenci nepřiměřeně často zobrazovat osoby s podvážou, zatímco osoby s nadváhou jsou zobrazovány méně často. V televizi je každá třetí ženská postava zobrazována jako osoba s podvážou, což je v ostrém kontrastu s pouhými 5 % celkové populace, která do této váhové kategorie skutečně spadá (Himes, a další, 2007).

Proč ale ženy mají pocit, že štíhlejší, znamená automaticky lepší? Dle Engeln-Maddoxe (2006) si štíhlost zobrazovanou v médiích spojují s úspěchem, lepším a šťastnějším osobním i romantickým životem a obecně životním stylem, který je spojený s úspěchem.

Lze tedy říct, že sociální sítě a média ve všeobecnosti mají značný vliv na vnímání krásy a sebehodnocení uživatelů. Prezentace nerealistických ideálů krásy může vést k nerealistickým očekáváním, snížení sebeúcty a zvýšení pocitu nejistoty mezi konzumenty (a zejména konzumentkami) obsahu. Tento tlak na dosažení nedosažitelného ideálu může mít negativní dopad na duševní zdraví, včetně vývoje poruch příjmu potravy a obav z nedostatečně atraktivního vzhledu. Je důležité, aby se uživatelé i uživatelky sociálních sítí vědomě snažili rozpoznávat a kriticky přistupovat k obsahu, který konzumují a hledali zdravé způsoby, jak posílit své sebevědomí a sebedůvěru a odpoutali své uvažování nad sebou samými od povrchních měřítek krásy propagovaných v médiích.

Každopádně ani zde nelze říci, že situace je zcela černobílá a sociální sítě mají pouze negativní vliv na sebezpojetí uživatelů a uživatelky. Od 21. století dochází k posunu směrem k podpoře a oslavování různorodosti tělesných typů v médiích a na sociálních sítích, což koreluje s používáním síťových médií, kde různorodé typy reprezentují běžní uživatelé online (Howard, 2018).

Je také velmi pravděpodobné, že efekt médií se dále přenáší z rodičů na jejich potomky, zejména nastavováním standardů v rodině a vyjadřováním se o své postavě. Například výzkum Professional Association for Childcare and Early Years z roku 2016 poukazuje na to, že téměř čtvrtina (24 %) odborníků v oblasti péče o děti ve Spojeném království pozorovala známky problémů se sebedůvěrou týkající se tělesného obrazu u dětí ve věku 3 až 5 let (tamtéž).

Stearns (2002) nabízí kritickou reflexi současných „beauty“ standardů a vyzývá ke kritickému přehodnocení naší společenské obsese štíhlostí. Zdůrazňuje potřebu většího pochopení a akceptace různorodosti tělesných tvarů a velikostí jako zdravějšího a inkluzivnějšího přístupu ke kráse.

3. Vyšší tělesná hmotnost versus ideály krásy

Vyšší tělesná hmotnost a společenské ideály krásy jsou často ve vzájemném konfliktu. Společnost dlouhodobě propaguje a idealizuje určité typy tělesných tvarů, které jsou neúměrně štíhlé a vyžadují od jedinců dodržování přísných dietních režimů a fitness programů. Jak již bylo zmíněno výše, taková preference může vést k vytváření nerealistických očekávání a pocitů nedostatečnosti u těch, kteří nesplňují tyto normy. Na druhé straně, rostoucí hnutí za přijetí všech tělesných typů a velikostí se snaží rozšířit definici krásy a podpořit pozitivní vztah k vlastnímu tělu.

3.1. Definice označení nadváha, obezita, plus-size

V současné době se ve společnosti, odborné literatuře a médiích stále častěji setkáváme s pojmy jako nadváha, obezita a plus-size. Tyto termíny jsou nejen široce diskutovány, ale jsou také předmětem výzkumu, který zkoumá jejich vliv na kvalitu života, zdraví a sociální interakce jedinců. Zatímco každý z těchto termínů má specifický význam a aplikaci v různých oblastech – od lékařské diagnostiky po módní průmysl – jejich rostoucí přítomnost ve veřejném diskurzu zdůrazňuje potřebu hlubšího pochopení a uvedení jejich významu do kontextu. Tento úsek práce se bude zabývat objektivními definicemi v těchto oblastech, což je zásadní pro porozumění komentářům z diskuzní sekce pod články.

3.1.1. Nadváha

Nadváha je dle WHO (2024) definována jako stav, kdy jsou v těle uloženy nadměrné tukové zásoby a jedinec má tak „nadprůměrnou“ váhu. Diagnostika nadváhy se provádí měřením tělesné hmotnosti a výšky osoby a výpočtem indexu tělesné hmotnosti (BMI). Index tělesné hmotnosti je nepřímým ukazatelem množství tělesného tuku a pro podrobnější diagnostiku obezity se může použít i měření obvodu pasu. Pro dospělé je podle Světové zdravotnické organizace (WHO) definována nadváha jako BMI rovné nebo vyšší než 25.

Energetická nerovnováha mezi příjmem a výdejem energie je hlavní příčinou nadváhy a obezity, společně s psychosociálními faktory a genetickými variantami (WHO, 2024).

Za normální tělesnou hmotnost u dospělého jedince je považováno, pokud se jeho index tělesné hmotnosti (BMI) nachází mezi hodnotami 18,5 až 25, což je rozmezí definované jako „normální“ nebo standardní pro tělesnou hmotnost (NZIP, 2023).

3.1.2. Obezita

Z důvodu jasného rozlišení těchto pojmů a kontextu je důležité také uvádět relevantní statistická data a vlivy obezity na zdraví a ekonomiku. To zahrnuje zvýšené riziko onemocnění, jako jsou cukrovka 2. typu a srdeční onemocnění, vliv na zdraví kostí a reprodukci, zvýšené riziko určitých typů rakoviny a vliv na kvalitu života, včetně spánku nebo pohybu.

V roce 2022 trpěla obezitou každá osmá osoba na světě. Počet dospělých osob s obezitou se od roku 1990 více než zdvojnásobil, zatímco u adolescentů došlo k čtyřnásobnému nárůstu. Celkem 43 % dospělých ve věku 18 a více let mělo nadváhu, přičemž 16 % z nich trpělo obezitou. I to jsou statistiky, které WHO (2024) uvádí v kontextu s obezitou. Obezita je spojována s BMI vyšším nebo rovným 30 (tamtéž).

V České republice se dle Státního zdravotního ústavu (2024) setkáváme s obezitou zhruba u 20-25 % populace. Faktory, které přispívají k výskytu obezity, jsou částečně genetické a částečně behaviorální. Avšak protože genetické predispozice k obezitě v populaci zůstávají konstantní, celý nárůst incidence obezity lze připsat faktorům souvisejícím se životním stylem. Ve světě bylo 60 % ze 56,5 milionů zaznamenaných úmrtí zapříčiněno chronickými onemocněními, jejichž primární příčinou je obezita (SZÚ, 2024).

3.1.3. Plus-size

Označení „plus-size“ se narodil od předchozích dvou definic vztahuje k oděvní velikosti, která je větší než běžně dostupné konfekční velikosti. Termín se často používá k popisu lidí, kteří nosí tyto větší velikosti, a v módním průmyslu také označuje specifickou kategorii oděvů a modelů, kteří reprezentují tuto skupinu velikostí.

Ve světě módy je „plus-size“ obecně spojováno s oblečením označeným velikostí 14 a výše v USA, s variabilním začátkem od velikosti 12 do 18, v závislosti na značce. V Evropě začínají „plus-size“ velikosti obvykle od 44. Specifikace „plus-size“ se liší také podle typu

oblečení, například u spodního prádla a plavek, které mohou mít vlastní tabulky velikostí, stejně jako pánské „plus-size“ oblečení, které začíná obvykle od velikosti XL (Peyer, 2024).

Velikostní tabulky a standardy jsou v oblasti „plus-size“ oblečení často nekonzistentní, což z nákupu činí frustrující zkušenost. V módním průmyslu existuje významná mezera v nabídce pro jedince s potřebou nadrozměrného oblečení, přičemž nedostatečná dostupnost velikostí a stylů je častým problémem. Naproti tomu aktivismus v oblasti tělesné pozitivivity (body positivity) přispěl ke změně narativu o významu „plus-size“ v módním průmyslu, s rostoucím počtem značek, modelů a influencerů, kteří prosazují inkluzivnější pohled na krásu a módu (tamtéž).

Nálepka „plus-size“ může být vnímána dvojsečně, pro některé znamená vyloučení nebo zvláštní kategorizaci, což může přispívat k tlaku na tělesný obraz („body image“), zatímco jiní v komunitě „plus-size“ termín přijímají jako prostředek k posílení a vytvoření inkluzivnějšího prostoru v módním světě.

3.2. Sociální stigma okolo nadváhy a obezity

„Weight stigma“ je stigma spojené s váhou jedince a zahrnuje diskriminační chování a stereotypizaci lidí na základě jejich váhy a vzhledu. Jedná se o důsledek předsudků, které spojují obezitu s negativními vlastnostmi, jako je například lenost nebo nedostatek vůle, což může vést k verbálnímu i fyzickému napadání jedinců trpících nadváhou či obezitou. Tento typ stigmatu má dopady v mnoha oblastech života, od vzdělání po zaměstnání až předměty denního používání (například místa k sezení v dopravních prostředcích). Může negativně ovlivnit i osobní vztahy a zdravotní péči. Proti tomuto jevu se bojuje vzděláváním zdravotnických pracovníků, změnami ve společenském vnímání a zobrazování v médiích (Nutter, a další, 2023).

Amy Erdman Farrell (2011) ve své knize zkoumá historii stigmatu spojeného s tělesnou hmotností v americké kultuře. Upozorňuje, že negativní vnímání obézních osob vzniklo již v polovině 19. století, tedy dávno předtím, než se začalo mluvit o zdravotních rizicích spojených s vyšší tělesnou hmotností. Toto stigma se upevnilo v době, kdy začal růst dietní průmysl ve 20. letech 20. století a bylo silně ovlivněno tehdejšími představami o rasách, civilizaci a evoluci. Farrell (2011) poukazuje na to, že lidé se často snaží distancovat od stigmatizovaných témat a osob, ať už z důvodu pohlaví, rasy, etnického původu nebo třídy,

v tomto případě prostřednictvím hubnutí a posměchu na účet osob s nadváhou, aby potvrdili svůj „civilizovaný“ status a umocnili tak pocit, že jsou „lepším člověkem“. Zároveň se Farrell zabývá složitým vztahem mezi feminismem a tělesnou hmotností (tamtéž).

Farrell (2011) poukazuje na to, že být „tlustý“, bylo v 19. a na počátku 20. století považováno za znak nevyspělosti, necivilizovanosti a primitivnosti. Tato představa, že vyšší procento tuku v podkoží je známkou primitivního člověka, dle jejích slov přetrvává dodnes a podporuje jak současnou „válku s tloušťkou“, tak i kulturní znepokojení nad „epidemií obezity“.

3.3. Diskriminace spojená s nadváhou a obezitou u žen

„Obézní ženě by snížení váhy mohlo zvýšit plat stejně jako získání magisterského titulu. V celém vyspělém světě platí, že čím jsou lidé bohatší, tím jsou hubenější. Souvislost mezi bohatstvím a hmotností však ve vyspělých zemích platí pouze pro ženy,“ tak začíná článek od The Economist, který štíhlost, zejména žen, spojuje s vyšším příjmem. Alice Fulwood v doprovodném videu pak vyzdvihuje informaci, že muži s nadváhou a muži hubené postavy mají příjmy v podstatě velmi srovnatelné (Fulwood, 2023).

Obrázek 4 Obézní dospělí podle příjmového kvantilu



zdroj: Eurostat v The Economist (2019)

Diskriminace kvůli váze ale společnost pronásleduje téměř na každém našem kroku. Od pracovního života po televizní pořady, které sledujeme večer. Tomu se věnovala Susan M. Himes s kolegou Thompsonem (2007), kteří zkoumali přítomnost a povahu stigmatizujících sdělení o tloušťce v televizních a filmových médiích.

Výzkum naznačil, že média nejen odrážejí společenské postoje k hmotnosti, ale také přispívají k utváření norem a přesvědčení o tělesné hmotnosti. Navzdory poklesu jiných forem diskriminace v průběhu let existuje jen málo důkazů, které by naznačovaly, že stigmatizace tloušťky má podobné tendence. Studie také vznáší myšlenku, že jedinci s nadváhou, jakožto osoby, které tráví větší množství času u televize, jsou vystaveni většímu množství takto laděných komentářů (tamtéž).

V textu autoři také rozdělují stigmatizaci tloušťky na verbální a neverbální. Jednotlivé typy se v chování projevují následovně:

- **Verbální**

Jedná se například o nadávky, nevhodná přirovnání nebo ironické poznámky.

- **Neverbální**

Například ukazování si na někoho, dělání různých obličejů (znechucení, posměch, údiv) a napodobování chování stigmatizované skupiny (Himes, a další, 2007).

Fat shaming

Fat shaming (volně přeloženo: zostuzování jedinců za tloušťku) je společenský jev, který zahrnuje zesměšňování, kritiku nebo stigmatizaci osob kvůli jejich velikosti nebo váze. Tato forma předsudků se může projevovat různými činy a postoji a často odráží společenské normy, které upřednostňují určité typy postavy před jinými. Často je spojováno také s šikanou, uvedla Iva Málková, zakladatelka STOB pro časopis Vlasta (2013).

„Vysmívá se a stigmatizuje své oběti, bourá jejich sebeúctu a udržuje škodlivou myšlenku, že jsme povinni mít dokonalé tělo. Přestože zostuzení samo o sobě není trestným činem, existují okolnosti, za kterých může být napadení soukromí člověka potrestáno. A neměli bychom to tolerovat,“ doplnila v Málková v rozhovoru (2013).

Jak se fat shaming projevuje? Z pohledu médií se může jednat například o zobrazování jedinců s vyšší hmotností jako neaktivních osob, které jsou často terčem nevhodných vtipů v kontextu stravování, práce, sportu nebo osobnostních rysů.

Například ve zdravotnictví se může stát, že osobám s nadváhou či obezitou bude paušálně doporučeno zhubnout, a to aniž by byly dostatečně prozkoumány jejich zdravotní problémy, což pak může vést k nedostatečné diagnostice a následné péči.

V reálném životě se pak fat shaming může v interakcích projevovat například jako dvojsečné komplimenty – např. že žena má moc krásný obličej, ale „škoda, že je tak tlustá“.

Fatfóbie

Diskriminace spojená s nadváhou je také často spojována s tzv. fatfobií představující iracionální strach z tloustnutí nebo z tloušťky samotné. V současnosti je tato fobie také vnímána jako součást tloušťku potlačujících tendencí, které jsou charakteristické zejména pro západní společnosti a oblasti s patriarchálními sklony (Bourdelloie, a další, 2023).

Fatfóbie je velmi úzce propojena s určitou předpojatostí a genderovými stereotypy, které v této práci budu taktéž analyzovat a zaznamenávat. Aby byly užívané pojmy jasně definovány, budu se v dalších řádcích věnovat genderu, roli žen ve společnosti a s tím spojeným předsudkům vůči ženám, které se mohou objevit při komentování „plus-size žen“.

4. Genderové role a stereotypy

Genderové role a stereotypy představují zásadní součást lidské společnosti a kultury, ovlivňující chování, očekávání a vnímání jednotlivců v rámci sociálních interakcí. Od pradávna se lidé řídili určitými normami a očekáváními v závislosti na jejich pohlaví, což vedlo k formování a upevňování genderových rolí a stereotypů. Tyto konstrukty mohou mít významný dopad na životy jednotlivců, příležitosti v něm, sebevědomí a společenské postavení.

4.1. Definice genderu

Podle Lindqvist a dalších (2021) je gender komplexní konstrukt, který se skládá z několika aspektů, včetně fyziologických/tělesných aspektů. Přesahuje binární kategorizaci na muže a ženu. Autoři argumentují, že gender není binární proměnná a zdůrazňují důležitost zohlednění genderové diverzity ve společenskovědním výzkumu. To zahrnuje uznání a začlenění nebinárních a transgenderových identit, přesun za hranice dichotomického vnímání pohlaví, aby přesněji reprezentovaly spektrum genderových identit.

Při porovnání definice genderu od Lindqvist a dalších (2021) s definicí Světové zdravotnické organizace (WHO, 2024) pozorujeme jak konvergentní, tak divergentní témata týkající se konceptualizace genderu. Definice WHO zdůrazňuje gender jako sociálně konstruovaný soubor charakteristik, norem, chování a rolí spojených s tím, že jsou osoby ženy, muži, dívky nebo chlapci. Zdůrazňuje hierarchickou povahu genderu a jeho podíl na nerovnostech, které se prolínají s dalšími formami sociální a ekonomické diskriminace, přičemž zdůrazňuje koncept intersekcionality¹⁰ (WHO, 2024).

Obě definice zdůrazňují rozdíl mezi pohlavím a genderem a uznávají složitost genderové identity a její možnou odlišnost od fyziologického nebo určeného pohlaví při narození.

V rámci společnosti se dle Orla, Obereignerů a Mentela (2016 stránky 86-88) rozlišuje mezi pojmy „pohlaví“ a „gender“, přičemž oba tyto koncepty se prolínají a v sociálních

¹⁰ Intersekcionalita je koncept zkoumající propojení různorodých osobních zkušeností a úrovní diskriminace nebo privilegia, v rámci kterých jednotlivé skupiny společnosti existují. Prostřednictvím tohoto rámce se provádí analýza genderových stereotypů a otázek tradičních genderových rolí ve vztahu k rasovým, etnickým a kulturním znevýhodněním, stejně jako sexuální orientaci a genderové identitě (Heroine, 2024).

interakcích často splývají. Zatímco „pohlaví“ odkazuje na biologické charakteristiky, „gender“ je považován za výsledek sociokulturních vlivů a zahrnuje spektrum maskulinních a femininních vlastností, které nejsou striktně vázány na biologické pohlaví.

4.2. Genderové stereotypy ve vizuálních médiích

Co se vzhledu týče, od žen se v současné společnosti často očekává, že budou štíhlé, vždy perfektně nalíčené, s lesklými a upravitelnými vlasy. Očekávána je ženskost. V digitálním věku, kde vizuální kultura dominuje, jsou genderové stereotypy v médiích zvláště významné. Reprezentace žen často podléhá objektivizaci, kdy jsou zobrazovány především skrze optiku jejich fyzického vzhledu a sexuální atraktivity, což přispívá k upevňování patriarchálních struktur a posiluje genderovou nerovnost. Stereotypizace ve vizuálních médiích nejenže reprodukuje tradiční genderové role, ale také vytváří nerealistické a jednostranné obrazy mužů a žen, což má za následek snížení rozmanitosti reprezentace a upevňování genderových nerovností. Feministické teorie nabízejí kritický pohled na tuto problematiku a poukazují na důležitost mediální gramotnosti jako prostředku k dekonstrukci genderových stereotypů.

Zhruba od začátku 20. století začaly být ženy v médiích více vidět, a přestože jejich role ve společnosti prošla výraznými změnami, jejich zastoupení zůstává nedostatečné. Při sledování televize lze snadno identifikovat rozšířené mediální stereotypy, které se objevují v reklamách, lifestyleových pořadech, ba dokonce i zpravodajství. Jean Kilbourne (2021) poznamenala, že média nezpůsobují kulturní sexismus, pouze ho odrážejí. Ačkoli je toto tvrzení platné, rozsah, v jakém média nadále podporují a posilují škodlivé stereotypy, se může jevit jako vážný problém.

Tomuto tématu se ve své práci věnovali také Himes a Thompson (2007), kteří zjistili, že mužské postavy se třikrát častěji zapojují do komentářů nebo vtipů stigmatizujících tloušťku ve srovnání s ženskými postavami. To naznačuje určité genderové rozdíly v tomto tématu.

4.3. Stereotypizace v oblasti genderu

Genderové stereotypy jsou pevně zakotvené představy o tom, jak by se měli muži a ženy chovat, co by měli preferovat, jak by měli vypadat a jaké role by měli zastávat ve společnosti.

Tyto stereotypy se promítají do všech aspektů života, včetně pracovního prostředí, domácnosti, vzdělávání a mediálních reprezentací. Níže je výčet hned několika obecně známých genderových stereotypů:

Tabulka 1 Obecně známé stereotypy

Fyzický vzhled a chování
Ženy: Mají být štíhlé, pečovat o svůj vzhled a mít zájem o módu. Očekává se emocionální, citově vnímavé a pasivní chování.
Muži: Předpokládá se, že mají být fyzicky silní, dominantní.
Profesní role a kariéra
Ženy: Tradičně jsou spojovány s povoláními vyžadujícími empatii, jako je učitelství, zdravotnictví nebo sociální práce.
Muži: Jsou častěji spojováni s technickými obory, vědou, politikou nebo pozicemi vyžadujícími autoritu a rozhodování.
Domácí práce a rodičovství
Ženy: Stereotypně mají nést hlavní odpovědnost za domácnost, vaření, úklid a výchovu dětí.
Muži: Jsou vnímáni jako hlavní živitelé rodiny, zatímco jejich účast na domácích pracích a péči o děti je často považována za „pomoc“ než za sdílenou odpovědnost.
Zájmy a koníčky
Ženy: Předpokládá se, že mají zájem o kosmetiku, vaření nebo módu.
Muži: Očekává se od nich zájem o sport, automobily, technologie a další „mužské“ aktivity.
Emocionální projevy
Ženy: Mají být více emotivní, sdílet své pocity a být více zranitelné.
Muži: Sociální normy od nich očekávají, že budou ukazovat menší emocionální projevy a nebudou plakat.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tyto stereotypy jsou nejen škodlivé, protože omezují jedince v možnosti volně se vyjádřit a rozvíjet v souladu se svými skutečnými zájmy a schopnostmi, ale také posilují genderovou nerovnost a představují překážku pro dosažení plného potenciálu obou pohlaví.

5. Feminismus a body image

Feminismus se zaměřuje na dosažení genderové rovnosti a narovnává práva žen ve veřejném i soukromém životě. Jde o společenské a politické hnutí, které se zaměřuje se na otázky jako vzdělání, reprodukční či majetková práva nebo také volební právo, přičemž zpochybňuje tradiční genderové role a usiluje o zavedení rovných práv pro obě pohlaví v různých oblastech společnosti (Freedman, 2002 stránky 3-5).

Freedman (2002, str. 3) dále zmiňuje, že již samotné slovo „feminismus“ často vyvolává negativní emoce a je vnímáno jako militantní a hrozbu představující. Média často hovoří o konci a irelevantnosti hnutí. Autorka však argumentuje, že feminismus vzhledem ke svým hlubokým historickým kořenům a ambiciózním cílům není blízko zániku, ale zůstává v některých kruzích nepopulární kvůli svému **zpochybňování tradičních společenských struktur, hierarchie a mocenské dynamiky**.

Významnou roli v tomto hnutí hraje téma vnímání vlastního těla, tedy „body image“, které je středem zájmu ve světle narůstajících společenských a mediálních očekávání ohledně vzhledu. Přístup k právům ženu a jejich tělům se v průběhu let podstatně změnil a vyvíjel, proto je více než příhodné krátce zmínit jeho vývoj a jakým směrem se vydává nyní.

5.1. Historie feminismu a jeho vlny

Feminismus, jako hnutí usilující o rovnost pohlaví a osvobození žen z tradičních společenských omezení, prošel několika vývojovými etapami, známými jako „vlny“. Každá vlna přinesla specifická témata, která odrážela tehdejší společenské výzvy a cíle. Běžně se hovoří o třech fázích moderního feminismu, nicméně nepanuje příliš velká shoda v tom, jak tyto tři vlny charakterizovat a co si počít s hnutím před koncem 19. století. Na obzoru se navíc objevuje silueta čtvrté vlny (Davis, 2024).

Někteří myslitelé se snažili najít kořeny feminismu ve starověkém Řecku u Sapphó (zemřela asi 570 př. n. l.) nebo Christine de Pisan (†1434). Rampton (2015) uvádí i Olympe de Gouge (†1791), Mary Wollstonecraft (†1797) a Jane Austen (†1817), které vnímá jako předchůdkyně ženského hnutí. Všechny tyto osobnosti se zasazovaly o důstojnost, inteligenci a základní lidský potenciál ženského pohlaví. Snahy o zrovnoprávnění žen se však spojily v jasně identifikovatelné a uvědomělé hnutí, či spíše v řadu hnutí, až koncem devatenáctého století (Rampton, 2015).

5.1.1. První vlna: Přelom 18. a 19. století

Dle Davis (2024) se počátek feministického hnutí a první vlny datuje na přelom 18. a 19. století s konvencí v Seneca Falls v roce 1848. Při této akci se sešlo tři sta mužů a žen, aby **podpořili myšlenku rovnosti pro ženy**. V této vlně byl kladen zásadní důraz na uznání žen jako lidských bytostí, nikoliv jako obyčejného majetku. Hlavním cílem této éry bylo bojovat za **volební právo pro ženy**. Avšak je třeba poznamenat, že tento boj se primárně týkal cisgenderových heterosexuálních bílých žen, přičemž aktivně ignoroval potřeby žen jiných ras.

5.1.2. Druhá vlna: 60. léta 20. století

Druhá vlna feminismu, která probíhala od 60. do 90. let 20. století, vznikla souběžně s protiválečným hnutím a hnutím za občanská práva, kladla důraz na sexualitu a reprodukční práva a usilovala o přijetí dodatku o rovných právech, který by zajistil sociální rovnost na základě pohlaví. **Proslavily ho protesty proti soutěži Miss America, které kritizovaly vnímání žen jako pouhých objektů krásy ovládaných patriarchátem**, který se je snažil udržet v domácnosti nebo v nudných, špatně placených zaměstnáních. Tato vlna, integrující neomarxismus a psychoanalýzu, se rozšířila na ženy dalších národností a ženy z rozvojových zemí, které obhajovaly genderovou, rasovou a třídní provázanost prostřednictvím hesel jako „*osobní je politické*“¹¹. Šlo již o první předzvěst konceptu **intersekcionality** (Rampton, 2015).

¹¹ Překlad autorkou práce, původní znění: „the personal is political“.

Obrázek 5 Hnutí Redstockings bojující za liberaci žen při protestu proti soutěži Miss America v roce 1971. Jedna z protestujících drží tabuli s nápisem: „Women are enslaved by beauty standards¹²,“



Zdroj: Redstockings.org

Tato vlna odsuzuje výraznou preferenci mužů a zdůrazňuje, že ženy jako sociální skupina byly dosud opomíjeny a ignorovány. Dle Stellnera (2023 str. 44) zároveň vznikl podobor „women’s history“, který dále rozebíral, že **ženská životní zkušenost se výrazně liší od prožívání každodenního života mužů**.

5.1.3. Třetí vlna: 90. léta

Třetí vlna, podle Rampton (2015), destabilizovala mnoho konceptů včetně „univerzálního ženství“ a heteronormativity¹³, a to i přes zdánlivý paradox opětovného přijetí výrazně ženských vlastností, které byly dříve kritizovány. Rampton zmiňuje **využití internetu jako nástroje pro podporu žen v online prostředí** a zdůrazňuje odmítání kategorizace osob podle genderu. Představitelky třetí vlny feminismu se od původních „zakladatelek“ feministického hnutí lehce odchýlily tím, že přijaly zpět symboly považované dřívějšími vlnami za **projevy mužské dominance**, jako jsou rtěnky, vysoké podpatky či hluboké výstřihy. Co za tím stojí? Změna postojů byla podpořena tvrzením, že být

¹² „Women are enslaved by beauty standards“ může být přeloženo jako „Ženy jsou zotročeny standardy krásy“.

¹³ Termín, který označuje heterosexuality jako jedinou správnou a normální sexuální/vztahovou orientaci (Slovník cizích slov, n.d.).

inteligentní a současně nosit push-up podprsenku se vzájemně nijak nevyvrací (Rampton, 2015). **Ženy si mohou dělat se svými těly a životy to, co chtějí ony samy.**

5.1.4. Čtvrtá vlna: poslední dekáda

V případě čtvrté vlny se stále čeká na její „zhmotnění“ a přesnější definici jejího směřování, někteří tak ale označují zhruba poslední desetiletí. Internet a nová média obecně poměrně výrazně proměnily dynamiku šíření myšlenek feminismu. Komunity se propojují snáze a informace se rozšiřují rychleji (Rampton, 2015).

Každopádně feminismus už nebojuje jen za práva žen, ale za rovná práva pro obě pohlaví. Vlna je spojována s **intersekcionalitou** (tedy že potlačování žen lze plně pochopit pouze v kontextu marginalizace jiných skupin a pohlaví) a přináší toto téma do aktuálních diskuzí. Tento trend rozšiřuje boj feminismu o rozbíjení genderových stereotypů a zpochybňování tradičních genderových rolí tak, že se nyní aktivně řeší i znevýhodnění založené na rase, etnické příslušnosti a kulturní identitě, jakož i sexuální orientaci a genderové identitě (Heroine.cz, 2024; Rampton, 2015).

5.2. Feministické teorie spojené s body image

Ve světle feministické teorie je diskurz o body image chápán nejen jako otázka osobního sebevědomí či psychického zdraví, ale také jako otázka mocenských vztahů, genderových stereotypů a institucionalizované nerovnosti. Feministické přístupy k body image se snaží dekonstruovat tradiční narativy krásy, osvobodit tělo od komercializace a sexuální objektivizace a podporovat různorodost a akceptaci všech typů těl.

Podle Thompson, Heinberg, Altabe a Tantleff-Dunn (1999 stránky 119-123) existují tři hlavní teorie, které se zabývají body image. A to kultura štíhlosti, hmotnost jako cesta moci a kontroly či obavy o ženský vzhled – ty budou pro analýzu jevu obzvláště důležité.

Culture of thinness (kultura štíhlosti),

Tato teorie se zabývá standardem vzhledu, který je komunikován skrze mediální kanály. Naznačuje, že problémy související s obrazem těla („body image“), stravovacím chováním a PPP jsou reakcí na společenský tlak na ženy, aby si udržovaly štíhlou postavu, jelikož nízkou hmotnost vnímají jako cestu k lásce a přijetí společností (Heinberg, a další, 1999).

Weight as power and control (hmotnost jako cesta moci a kontroly),

Koncept naznačuje, že ženy v minulosti neměly dostatečnou autonomii nad vlastním tělem a majetkem, což je vedlo k tomu, že se snažily získat pocit kontroly prostřednictvím držení diet nebo přejídáním se. Z této teorie vyplývá, že ženy, které pociťují extrémní nedostatek kontroly nad svým tělem, mají vyšší riziko vzniku poruch příjmu potravy (tamtéž).

Anxieties about female appearance (obavy o ženský vzhled).

Drobnější, štíhlejší tělo rovná se zranitelnější, a tedy i více ženské? Teorie, kterou Thompson a další diskutovali v roce 1999, naznačuje, že pokud jsou ženy nespokojené se svým tělesným vzhledem nebo mají problémy s jídlem, může to být proto, že se snaží vyhnout tradičním ženským rolím nebo úspěchu. Toho dosahují tím, že se snaží udržovat své tělo štíhlejší, což je považováno za méně zastrašující (Heinberg, a další, 1999).

Dalo by se tak říci, že feminismus podporuje ženy, aby zpochybňovaly nerealistické ideály krásy a bránily se jim, spíše, než aby je pouze informovaly o vlivu těchto společenských norem. Feministické ideologie bych tak označila jako ochranný nárazník proti internalizaci škodlivých standardů krásy.

5.2.1. Objektivizace

Objektivizace je pojem, který se v sociálních vědách a genderových studiích používá k popisu zjednodušování a zobrazování lidí, obvykle žen, jako objektů bez individuálního vědomí, hodnot a lidskosti, čímž se vnímání jejich osoby redukuje na tělesné či sexuální objekty pro pohled nebo užitek ostatních. Objektivizace je tedy proces, během kterého jsou lidé, zejména ženy, dehumanizováni a vnímáni a hodnoceni primárně na základě jejich fyzického vzhledu nebo sexuální přitažlivosti, na úkor jejich osobních kvalit, myšlenek a pocitů.

Proč mají lidé, nejčastěji muži, tendenci k objektivizaci druhých osob? Kellie (2019) zjišťoval, jaké podněty k tomuto jevu vedou, a uvádí následující ukazatele.

Ženy, které jsou otevřenější běžnému sexu, jsou vnímány jako méně inteligentní a bez morálních hodnot. Pokud se tedy žena chová lascivně či svůdně, je vnímána jako

promiskuitní, a proto bude pravděpodobně objektivizována jak ze strany mužů, tak dokonce i žen (Kellie, a další, 2019).

I když existují obecné předpoklady, že atraktivnější ženy jsou častěji oběťmi objektivizace, nemusí tomu tak být. Objektivizaci může vysoká atraktivita dle Kellieho (2019) prý dokonce zmírnit. Vztah atraktivita-objektivizace je komplexnějšího charakteru.

Jiné pohledy ale tvrdí, že například štíhlejší ženy, které jsou obecně společností považovány za atraktivnější, jsou objektivizovány častěji než plus-size ženy (Holland, a další, 2013). Názory na tento aspekt se tedy napříč výzkumy odlišují.

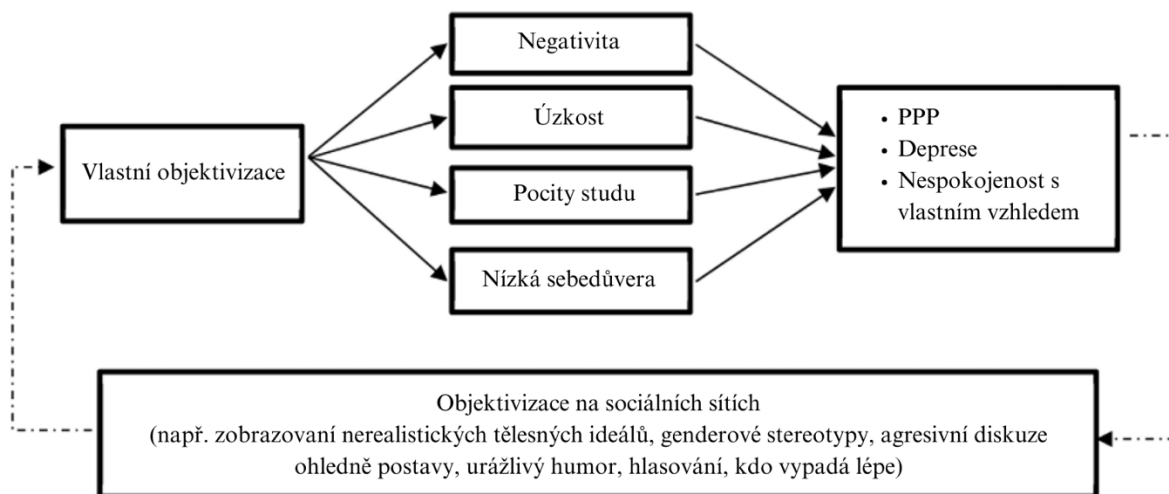
Dalším aspektem, který může vzbuzovat tendence k objektivizaci je věk. Ačkoli se předpokládalo, že mladší ženy mohou být objektivizovány více kvůli předpokladům vyšší plodnosti, zjištění Kellieho (2019) to nepotvrdila. Věk nemusí být hlavním faktorem objektivizace.

Ale pokud bychom se bavili o genderu, zde se teorie již tváří jinak. Ten naopak objektivizaci ovlivňuje výrazně – muži totiž přisuzují ženám nižší mentální kapacitu než například další ženy, a proto z pohledu genderu můžeme říct, že ženy jsou náchylnější stát se obětí objektivizace ze strany mužů. Co je ale v tomto kontextu obzvláště zajímavé je fakt, že vnímání ekonomické závislosti žen na mužích bylo spojeno s větší objektivizací, což naznačuje souvislost mezi společenskými postoji k genderovým rolím, ekonomickou závislostí a objektivizací žen (Kellie, a další, 2019).

Jevů, které mohou ovlivnit objektivizaci, je skutečně mnoho a jedná se o hluboce zakořeněný problém, který ovlivňuje hodnocení a postavení žen ve společnosti (Kellie, a další, 2019). Tento jev nejen že znehodnocuje jedinečné charakteristiky a schopnosti žen, ale také napomáhá udržovat nerovnosti mezi pohlavími.

Objektivizace se prolíná napříč společností a setkáme se s ní jak v každodenní komunikaci, třeba i na pracovišti, ale v posledních letech také výrazně v prostředí sociálních sítí, kde byl přístup k hodnocení těl zmíněn již dříve. V rámci definování objektivizace bych ale ráda zmínila i vizualizaci z výzkumu Wanniarachchi (2022), která stručně, ale výstižně popisuje, jaké vlivy objektivizace může mít na jedince, který jí je svědkem a konzumuje obsah, kde se vyskytuje.

Obrázek 6 Vizualizace vlivu objektivizace v prostředí sociálních sítí na jednotlivce



Zdroj: Přeloženo a převzato od Wanniarachchi (2022)

Vizuál, který jsem pro potřeby práce přeložila poukazuje na propojenost jednotlivých příčin a důsledků. V moment, kdy je osoba vystavena objektivizaci na sociálních sítích, začne objektivizovat i sama sebe. Poté se začnou projevovat negativní aspekty jako úzkosti či nízká sebedůvera, jež vedou k dalšímu toxickému chování v prostředí soc. sítí, ale i mimo ně (Wanniarachchi, a další, 2022).

S objektivizací a jednotlivými aspekty, které ji způsobují (a mohou se vzájemně propojovat), velmi úzce souvisí již dříve zmíněný pojem intersekcionalita.

5.2.2. Intersekcionalita

Patricia Hill Collins (2019 stránky 10-13) definuje intersekcionalitu jako kritickou sociální teorii, která se zaměřuje na vzájemně propojené sociálních nerovností, jako je etnický původ nebo třeba gender. Zdůrazňuje roli společnosti a potenciál pro sociální změnu.

Další pohled na intersekcionalitu představují Helen Pluckrose a James Lindsay (2020 str. 136) komentují intersekcionalitu tak (zde v kontextu kritiky celé postmoderní společnosti), že se příliš opírá o subjektivní zkušenosti a politiku identit, čímž podporuje rozdělování společnosti a myšlenku role oběti.

V kontextu analýzy diskurzu o „plus-size ženách“ však vnímám, že je nezbytné brát v potaz, že jejich akceptace ve společnosti – a třeba i ekonomická pozice – jsou ovlivněny

nejen jejich tělesnými rozměry, ale také pohlavím, rasou, věkem nebo socioekonomickým statutem. Takové ženy mohou často čelit zdvojené (nebo znásobené) formě diskriminace a marginalizace. V tomto je příkladem již samotná kombinace „plus-size“ a „žena“. Interakce směrem k této skupině pak může vést k zesíleným projevům předsudků. Intersekcionalita tak pomáhá lépe pochopit příčiny přístupu a jednání s jednotlivými menšinami.

Intersekcionalita vyzývá k opětovnému soustředění feministického hnutí na to, aby zahrnovalo různá těla a identity a **zaměřilo se na inkluzivitu a rovnost, nikoliv na asimilaci do prodejné, líbivé verze, která slouží kapitalistickým zájmům** (Griffin, a další, 2022).

5.2.3. Hnutí body positivity (nebo neutrality?)

Griffinově myšlence bych se ráda věnovala i v kontextu body positivity. V posledních letech jsme v našem okolí mohli slyšet, že „všechna těla jsou krásná“ nebo „na vzhledu ani váze nezáleží“. Šlo o poměrně časté obraty zejména v oblasti sociálních sítí a nejednou se podobná tvrzení objevovala i v reklamních spotech velkých značek. Body positivity, či také pozitivita ohledně tělesného vzhledu, která tvrdí, že bychom svá těla měli milovat, ať už jsou jakéhokoliv tvaru, vzhledu nebo hmotnosti. Jde o reakci, která se objevila v kontextu propagace až nezdravé štíhlosti a „vyphotoshovaného“ porcelánové pleti.

I když pozitivita vypadá na první pohled jako naprosto neškodné hnutí, přesto byla kritizována. Zejména za to, že **vlivem mainstreamu a komerčních zájmů se změnila v narativ, který převážně představuje těla, která se mírně odchyľují od normy, ale stále úzce odpovídají společenským standardům krásy**. Patří sem i trend oslavovat těla s křivkami, která odpovídají přijatelné tloušťce a zobrazovány jsou zejména bělošské ženy (Griffin, a další, 2022).

Obrázek 7 Ukázka „body positive“ kampaně od Dove zobrazující „reálné křivky“



zdroj: Marketing week

V posledních letech se tak můžeme dokonce setkat s další reakcí na komunikaci tělesných standardů – „**body neutrality**“, která reaguje na „body positivity“. Ta naopak říká, že všechna těla nemusí být krásná, že nemusí být snadné své tělo přijmout. Toxická je pak u body positivity hlavně individualizace celého tématu – jednotlivci mají odmítnout tlak společnosti, čímž ale vzniká tlak na ně samotné (Kotvaldová, 2023).

„Tahle myšlenka je problematická, protože ne každý má možnost si krásný či krásná skutečně připadat a přijmout své tělo takové, jaké je. Tento proces je totiž ovlivněný řadou faktorů, například médií, která konzumujeme, naší sociální bublinou, ekonomickým zázemím, sexuální identitou a jinými faktory,“ píše Kotvaldová (2023) pro feministicky zaměřený portál Heroine.cz.

Body neutrality vyzdvihuje funkčnost těla oproti jeho vzhledu a tvrdí, že lidé své tělo nemusí milovat, stačí, pokud k němu budou mít neutrální přístup. Vyzdvihován tak není vzhled, ale funkčnost tělesné schránky.

5.3. Patriarchální ideologie a její sklony

Jak bylo lehce nastíněno v minulých kapitolách, patriarchální ideologie má na vnímání krásy, atraktivity a objektivizaci poměrně zásadní vliv.

„Kapitalismus a patriarchát definují krásu pro kulturní spotřebu a všude rozmisťují vizuály oplývající krásou, aby vyvolali závist a touhu. Závist, kterou vzbuzují, slouží jejich dvojímu cíli: vydělávání peněz a udržování statusu quo,“ uvádí New York Times (Survival of the Prettiest, 1999).

V tomto kontextu je zřejmé, že krása a péče o sebe jsou využívány jako určitý nástroj moci, tedy že muži, kteří vlastní velké firmy, vydělávají velké peníze – díky ženám toužícím po zapadnutí do očekávání společnosti – ale zároveň by se dalo říci, že pro závist a touhu nemají tyto ženy tolik času a energie měnit dynamiku společnosti a bojovat za rovná práva.

Tuto myšlenku vyslovila také kniha od Florence Given, která se zaměřuje na osvobození žen od očekávání společnosti a stereotypů – jde o feministický manifest, který vyzývá k přehodnocení přístupů ke standardům krásy.

Given (2020) vyzývá k odmítnutí těchto utlačovatelských standardů a prosazuje inkluzivnější chápání krásy, které oslavuje rozmanitost a individualitu. Zpochybňováním těchto norem naznačuje, že ženy i muži se mohou osvobodit od omezujících rámců patriarchátu, což povede ke spravedlivější společnosti, kde si lidé budou cenit toho, kým jsou, a ne toho, jak vypadají.

Patriarchát je tradičně vnímán jako autorita vykonávaná muži, původně uznávaná v kontextu náboženského vedení v křesťanských tradicích, zejména v řecké pravoslavné církvi a právně prostřednictvím moci manžela nebo otce, hlavy rodiny. Moderní feministická kritika vůči patriarchátu podle Bennett (2007, str. 57) zahrnuje společenské normy, v nichž muži různými prostředky, jako je síla, tradice, právo a dělba práce určují, jaké role mají nebo nemají zastávat ženy. Patriarchát se tak stává synonymem pro mužskou dominanci, mužskou identifikaci a mužsky orientovanou společnost (Bennett, 2007).

V diskusích o ženách s nadměrnou velikostí by se patriarchální sklony mohly projevit například společenským tlakem a normami, které diktují žádoucí a přijatelnou podobu ženského těla. Očekávám, že texty se mohou soustředit na mužské preference a perspektivy (objektivizace).

6. Metodologie

Metodologie této diplomové práce vychází z předpokladu, že online diskuze a komentáře poskytují cenný vhled do společenských názorů, postojů a dynamiky vztahující se k tématu „plus-size“ módy a s ní spojené reprezentaci a percepci žen v online prostředí. Přístup k výzkumu je založen na kvalitativní analýze, která umožňuje prozkoumat jednotlivé nuance a kontext komunikace v online diskuzích, jež jsou přístupné ve veřejném prostoru internetových magazínů.

Data pro analýzu budou získána systematickým sběrem komentářů z online diskuzí, přičemž pozornost budu věnovat těm pod články „dámských online magazínů“. Vybrány jsou takové články, které se věnují tématu plus-size módy. Konkrétní články a komentáře pod nimi budou vybírány podle relevance k tématu výzkumu.

6.1. Cíle výzkumu

Mým záměrem v této diplomové práci je prozkoumat hned několik rovin internetových diskuzí v prostředí online dámských magazínů, zde v rámci případové studie „plus-size dámská móda“. V práci zanalyzuji toto prostředí komunikace.

Cílem je:

- Identifikovat hlavní komunikační strategie, tendence a argumenty, které se objevují v prostředí sledovaných online diskuzí vůči „plus-size ženám“.
- Odhalit opakující se jevy v příspěvcích diskutujících od konstruktivního dialogu po škodlivé stereotypy s ohledem na genderové aspekty.

Konkrétně se zaměřím na tyto výzkumné otázky:

1. Jak diskutující diskurzivně vyjednávají v online diskuzích pod články o body image a „plus-size ženách“?
2. Jakou pozici zaujímají ženské a mužské hlasy v diskuzích o plus-size módě?
3. Jaké volí mužské a ženské hlasy v diskuzi argumenty? Jak se od sebe odlišují?
4. Jak se projevují genderové stereotypy v reprezentacích „plus-size žen“ v online diskusích?
5. Jaký je vztah mezi online toxicitou a diskuzemi o plus-size módě a tělesnosti?

Výzkum bude probíhat na případové studii online diskuzí pod články věnovanými plus-size módě – od outfitů plus-size celebrit až po doporučení vhodného oděvu pro určitý typ postavy.

6.2. Anonymizace zkoumaného vzorku a citace komentářů

Získaná data budou analyzována s důrazem na zachování etických standardů výzkumu v online prostředí, včetně anonymizace účastníků.

V rámci shrnutí svého výzkumu, budu citovat jednotlivé komentáře. I když se jedná o volně přístupné materiály a texty na internetu, v této práci nebudu uvádět přesný název článku, pod kterým se komentáře nacházely. Pokud to bude diskutovaný kontext vyžadovat, uvedu tematiku článku. Komentáře budu citovat doslovně a vždy jen označím web, ze kterého pocházejí. Navíc jsem se rozhodla uvádět pohlaví komentujícího, vzhledem ke sledování genderových aspektů komunikace.

Společností může být také předpokládáno, že kritické nebo jinak toxické komentáře vůči plus-size ženám píšou především muži, avšak i pro možné vyvrácení tohoto stereotypu budu vždy uvádět, zda se jednalo o ženu, muže (nebo případně pohlaví nebylo jednoznačně určitelné).

6.3. Kvalitativní analýza komentářů

Přednostmi kvalitativního výzkumu je možnost detailně popisovat a nahlédnout do specifické skupiny a zkoumat určitý fenomén, ideálně v přirozeném prostředí. Hendl (2023, str. 50) pak ale dodává, že výsledky mohou být zkresleny interpretací výzkumníka a jeho pohledem na věc či osobními preferencemi. Zároveň sběr a analýzu dat kvalitativními metodami označuje za poměrně časově náročné (tamtéž).

Kvalitativní analýza nabízí hloubkovou deskripci případů a dochází k detailnímu srovnávání jednotlivých případů, které se v průběhu času různě vyvíjejí. Díky průběžnému porovnávání jednotlivých jevů je kvantitativní analýza považována za velmi pružnou, avšak pro její nestructurovaný charakter může být v porovnání s kvantitativní analýzou těžko replikovatelná (Hendl, 2023 stránky 48-50).

Výzkum v této práci je postaven na kritické analýze diskurzu. V tezích jsem sice uváděla i tematickou analýzu, ale po diskuzi a domluvě s vedoucí práce jsem se uchýlila jen ke kritické analýze diskurzu. I ta mi totiž pomůže interpretovat klíčová témata, narativy a diskurzivní praktiky, které se v online diskuzích o plus-size módě vyskytují. Analýza diskurzu mi zároveň umožní hlubší porozumění tomu, jak jsou jednotlivé motivy a vzorce konstruovány a jaké mají implikace pro vnímání plus-size žen a standardů krásy.

V tomto případě tedy online diskuze pod články o plus-size módě figurují jako případová studie. Dle Hendla (2023, stránky 104-107) je případová studie typická zaznamenáním složitosti případu a zabývá se jeho celkovým popisem. Hendl přirovnává případové studie k mikroskopu: „*Její hodnota závisí na tom, jak dobře je zaostřená*“.

6.4. Analýza diskurzu

Diskurzivní analýza (DA) je metoda využívaná v sociologii a lingvistice. Výzkumníkovi pomáhá k odhalení lingvistických stylů a rétorických prostředků, které se vyskytují v určitém prostředí (Hendl, 2023 str. 287).

Pro tuto práci je analýza také přínosná z toho pohledu, že se intenzivně věnuje obsahu konverzace a rozpoznávání společenských jevů, které jsou zde zkoumány v kontextu mediálním.

Z pohledu mediálních studií je analýza diskurzu klíčovým nástrojem pro pochopení toho, jak mediální obsah – od zpravodajských článků a televizního vysílání až po příspěvky na sociálních sítích – formuje veřejné mínění a ovlivňuje kulturní a společenské normy. Tento přístup může pomoci například zkoumat, jak různé mediální formáty konstruují realitu a identitu prostřednictvím svých narativů, rámování a reprezentací. Taktéž pomáhá pochopit strategii a prostředky, kterými se snaží ovlivnit vnímání a příjem informací jejich konzumenta (Schneiderová, 2016 str. 12).

Diskurz

Pro zevrubné pochopení, co přesně analýza diskurzu znamená, je vhodné si definovat význam slova diskurz. Schneiderová (2016 str. 12) ho popisuje jako určitá pravidla vědění a jednání, která jsou pak typická pro danou společenskou oblast. V rámci diskurzu tak lze hovořit o zkoumání, jakým způsobem je utvářen jazyk v konkrétních kontextech – od slov, přes použití metafor, až po konstrukci argumentů. Schneiderová (2016, str. 20) zmiňuje, že diskurz bývá užíván zejména v kontextu užívání jazyka v interakcích, textech, případně dorozumívání se.

Kritický výzkum

Hendl (2023 stránky 145-146) mluví o kritickém výzkumu jako hodnotově orientovaném a jako potenciální cestě ke změně. Základem kritického výzkumu je přijetí interpretativních základů. Hendl ale dodává, že současné modely vědění často svádějí k udržení statusu quo a nevyzývají ke změnám ve společnosti. Kritická teorie se opírá i o feministický výzkum a má se dostat „pod kůži“ zkoumané problematice. Typický je pro sledování marginalizovaných a jinak utlačovaných sociálních skupin či jedinců v naší společnosti.

Je hned několik, předpokladů, které bere (Griffin in Hendl, 1990) kritický výzkum v potaz. Tyto principy vycházejí z předpokladu, že ve společnosti se nachází mocnější a privilegovanější skupina (např. muži), kteří mají například vyšší finanční ohodnocení než ženy nebo nemusí podstupovat takzvanou „neviditelnou práci“ (tedy práci v domácnosti nebo péči o děti, která není nijak finančně ohodnocena a společnost ji vnímá jako samozřejmou). Ti slabší, s menší mocí – v tomto případě ženy, jsou těmi, kdo mají zájem na změně. Paradoxem situace ale je, že muži, jako ti privilegovanější se snaží změnu potlačit a ideálně zachovat status quo (tamtéž).

Griffin (1990) popisuje, že dochází k „mocenskému souboji“, tedy konfliktu ohledně této nerovnosti, který se ale na první pohled „skrývá pod povrchem harmonie a konsenzu“. Kritická teorie se toto snaží změnit a ovlivnit tak společnost, ba dokonce i svět – nechce ho pouze popisovat. Kritický výzkum předpokládá, že k sociálním změnám dojde, pokud se změní jak individuální, tak kolektivní vědění a vnímání.

Kritická analýza diskurzu

Obecně je možné říci, že diskurzivní analýza se dělí na dva směry analýzy – tou první je **konverzační analýza (směr etnometodologický) a kritická analýza diskurzu (směr sociopolitický)** (Schneiderová, 2016 str. 17). Mě v této práci bude pro výzkum zajímat směr druhý, tedy kritická analýza diskurzu, která se spojuje s výzkumem mocenských struktur, projevů dominance a jak se tyto jevy odrážejí na dynamice komunikace, v tomto případě na dynamice diskuze mezi čtenáři článků o plus-size módě.

Jedná se o jinou formu diskurzivní analýzy, která obecně bere v potaz mocenské vztahy a ideologie, často se využívá například v kontextu výzkumů optikou feminismu (Hendl, 2023 stránky 145-146).

Kritická analýza diskurzu sleduje zejména, jak se propojuje jazyk a společnost a jak se toto propojení odráží na produkci a přijímání textů a na jejich společenské distribuci. Myšlenkou analýzy je podle Schneiderové (2016 str. 36), že *„jazyk je nutné chápat jako součást společnosti a jazykové fenomény brát jako fenomény společenské“*.

V rámci svého výzkumu budu přistupovat k analýze textu z pohledu Normana Fairclougha, což znamená, že se nebudu zaměřovat pouze na lingvistické aspekty textu, ale také **na širší sociální a ideologický kontext**, ve kterém text existuje, vzniká a je interpretován. Fairclough zdůrazňuje, že text není izolovanou jednotkou a nelze ho plně pochopit bez zohlednění sociokulturních faktorů ovlivňujících jeho tvorbu a recepci (Schneiderová, 2016 stránky 27-28).

Podle Fairclougha analýza textu musí jít nad rámec samotného textu a uvažovat o tom, jak jsou texty spojeny s různými sociálními praktikami a názory, které Fairclough nazývá *„řádem diskurzu“*. To zahrnuje uvažování o žánrech, stylech a diskurzích, které formují způsoby, jakými je obsah prezentován a interpretován. Například v politickém diskurzu může být důležitým faktorem nejen výběr slov, ale i kontext, v jakém jsou použita a předpoklady, které formují komunikaci a sociální interakce (tamtéž).

Při pohledu na text se také zabývám, jak Fairclough uvádí, *„oscilací mezi hlediskem specificky textovým a hlediskem, které je v analýze diskurzu označováno jako řád diskurzu“*. Tímto způsobem rozpoznávám, že texty nejsou statické entity, ale jsou aktivně zapojeny do konstruování sociálních struktur a sítě sociálních praxí (Schneiderová, 2016).

Můj výzkum z této perspektivy si klade za cíl odhalit, jak jsou významy v textu utvářeny interakcí mezi autorem, textem a jeho konzumenty. Věřím, že porozumění tomu, jak je text produkován, jeho formálními charakteristikami a jak je přijímán, může odhalit hlubší vrstvy významu a sociálních dynamik, které formují komunikaci ve společnosti či online diskuzích.

6.5. Zkoumané prostředí

V rámci své diplomové práce jsem původně zamýšlela zabývat se analýzou online diskuzí a komentářů, a to konkrétně ve dvou rozdílných prostředích: na diskuzních fórech a na sociální síti Facebook. Tyto platformy jsem si vybrala s cílem získat širší perspektivu na dynamiku a charakter online komunikace a interakcí. Jak výzkum postupoval, stalo se však zřejmou nutností zpřesnění a zúžení rozsahu mého výzkumu. Hlavním důvodem pro tuto změnu byla potřeba zajistit vhodnou hloubku analýzy a kvalitu získaných dat. Zahrnutí obou prostředí by však vzhledem k velikosti vzorku mohlo vést k povrchnější analýze obou vybraných prostředí.

Dalším klíčovým faktorem byla specifika interakcí v rámci obou platforem. Facebook jako sociální síť přináší určitý charakter interakcí, který je často ovlivněn osobními vztahy a širší sociální sítí uživatelů, což může značně ovlivnit dynamiku a povahu diskuzí. Naopak, diskuzní fóra a komentáře pod články v online magazínech nabízejí více anonymní a tematicky zaměřený prostor pro diskusi, což lépe koresponduje s cíli mého výzkumu. Z těchto důvodů jsem se rozhodla svůj výzkum zúžit pouze na prostředí online magazínů a komentářů pod články.

6.6. Prostředí „dámských“ online magazínů

Prvním krokem byl výběr online magazínů, které sloužily jako zdroj komentářů. Prioritou bylo zvolit platformy s bohatou a aktivní komunitou uživatelů a širokým spektrem témat. Vyhledávala jsem také témata článků, která vyvolávala rozsáhlé diskuse, aby bylo možné analyzovat různé perspektivy a argumenty.

Ráda bych také uvedla na pravou míru, proč jsou dané webové stránky označovány jako „dámské magazíny“. Někdy jsou tak i přímo pojmenovány jejich tvůrci: např. „Ona Dnes“ nebo „Proženy.cz“. Jedná se o fakt, že většina repertoáru sledovaných magazínů se týká

témat, jež jsou stereotypně spojována s ženským publikem (kosmetika, móda, celebrity...). Tyto magazíny ale samozřejmě nejsou navštěvovány pouze ženským publikem, ale i mužským, které se do diskuzí neváhá aktivně zapojit a vyjádřit se. I proto mě zajímá, jakou roli hrají v diskuzi muži a ženy, jejich názory a v neposlední řadě jejich strategie argumentace.

6.6.1. Novinky.cz, sekce Žena a Styl

Novinky.cz jsou jedním z nejvýraznějších a největších českých zpravodajských webů, který se, jak již jméno stránky napovídá, zaměřuje na poskytování aktuálních zpráv. Stránka se však nevěnuje pouze zpravodajství, ale čtenářům také nabízí články z oblasti politiky, sportu nebo lifestyleových témat.

Od roku 2013 vlastní Seznam podíl v nakladatelství Borgis, známém pro vydávání deníku Právo. V partnerství s Borgisem Seznam spravuje populární webové portály, mezi které patří Super.cz a Sport.cz, nebo právě Novinky.cz (Sattler, 2020). V posledních měsících prošel Borgis změnami ve vlastnictví a Seznam vlastní 93% podíl (Sblog, 2023).

Šéfredaktorem Novinky.cz je Vladimír Dušánek a jde o nejnavštěvovanější zpravodajský portál v České republice, a to i z toho důvodu, že se jedná o jeden z webů, které jsou přístupné z hlavní stránky Seznam.cz (Novinky.cz, 2024; Seznam.cz, 2024).

Občas bývají Novinky.cz kritizovány za tendenci k povrchnějšímu zpracování zpravodajských článků a pro „clickbaitové“ titulky, které čtenáře mají zaujmout a nalákat k jejich přečtení.

6.6.2. Onadnes.cz (iDNES.cz)

Stejně jako Novinky, patří i iDNES k jednomu z nejvýraznějších zpravodajských webů v této zemi. Tento web je součástí skupiny MAFRA, kolem které se v posledních letech objevovalo mnoho konverzací v online i offline světě, nejčastěji v souvislosti s vlastnickými strukturami skupiny. Tento zpravodajský portál vznikl 12. ledna 1998 a dle webu MAFRY je iDNES.cz druhou největší společností na českém internetu, pokud bereme v potaz trakci webové stránky (Mafra.cz, Portfolio, n. d.).

Web poskytuje komplexní zpravodajství a podobně jako Novinky nabízí čtenářům i obsah pro volnočasové čtení, součástí těchto témat jsou samozřejmě móda a styl. Na webu se také nachází sekce Ona Dnes, kam tato kategorie spadá a která je pojmenována po časopisu pro ženy, který doplňuje Mladou frontu Dnes jako papírový výtisk – přiložen je k novinám každé pondělí (MaFra.cz, Mladá fronta DNES, n.d.).

6.6.3. Blesk pro ženy

Blesk pro ženy je součástí Blesk.cz, opět se jedná o magazínovou sekci, která se zaměřuje na lifestyleová témata a bulvár. Je součástí mediální skupiny CNC, tedy Czech News Center. Deník Blesk je označován webem CNC jako *dlouhodobě nejprodávanější deník v České republice, u kterého si každé vydání prolistuje přibližně sedm set tisíc čtenářů* (CNC, n.d.).

Deník Blesk byl v minulosti často kritizován za komercializaci a obsah, který se neobává stereotypizovat veškerá možná témata. Obsah někteří čtenáři mohli hodnotit pro jeho bulvární povahu spíše jako povrchní. Každopádně v poslední době je vnímán některými opačně, dokonce až progresivně vůči tématům spojených s genderem.

I pro tuto možnou změnu v narativu mi přišlo zajímavé jeho dámskou odnož zařadit do analýzy, avšak, jak bude zmíněno v následujících kapitolách, musel být ze zkoumaného vzorku pro odstranění sekce komentářů odstraněn.

6.6.4. Proženy.cz

Stejně jako Novinky.cz je tento web dostupný z webu Seznam.cz (jelikož je součástí mediální skupiny Seznam.cz), narozdíl od Novinek zobrazených na druhé příčce je ale až na šesté pozici (Seznam.cz, 2024).

Jedná se o nejčtenější ženský magazín, který nabízí široké spektrum témat, stejně jako Blesk pro ženy může být kritizován pro pojmání témat formou stereotypů a pro využívání „clickbaitové“ vyznívajících názvů článků. Jako ukázkou uvedu článek ze dne 14. dubna 2024, který se mi zobrazil na hlavní stránce při dopisování této práce a shodou náhod se týká mnou zkoumaného tématu:

Obrázek 8 Ukázka prezentace článku o plus-size módě v magazínu Proženy.cz, na úvodní fotce článku figuruje zpěvačka Lizzo v poloprůhledných šatech



Zdroj: Proženy.cz, domovská stránka (2024)

„Své křivky umí prodat! „Je mi jedno, co si o mém těle myslí ostatní,“ prohlašuje zpěvačka Lizzo,“ uvádí článek hlavní stránka Proženy.cz (2024).

6.7. Mechanismus výběru článků pro sběr komentářů

Pro kvalitativní analýzu byl vzorek selektován z článků publikovaných v období 1. 1. 2022 až 1. 1. 2023, jednalo se tedy o články z celého roku. Jelikož nosným tématem pro výzkum je v této diplomové práci plus-size móda, články musely zahrnovat dva tematické okruhy, tedy módu a plus-size tematiku.

Móda

Články byly nejčastěji vybírány z módních sekcí online dámských magazínů, vzhledem k tomu, že tato kategorie často zahrnuje i krásu, tedy například péči o pleť, články byly identifikovány a vybrány na základě přítomnosti specifických klíčových slov a frází, které přímo naznačují zaměření na módu. Mezi tato klíčová slova patřily termíny jako

„móda/módní“, „oblékat“, „outfit“, „oblečení“, jakož i specifitější termíny vztahující se k oděvním kouskům, například „šaty“, „plavky“ a další.

Dalším krokem byla obsahová kontrola samotných článků, kde bylo hodnoceno, zda se texty věnují módním trendům, stylingu, módním tipům a radám, přehlídkám a módním událostem nebo profilům módních osobností. Cílem bylo zajistit, že vybrané články skutečně poskytují užitečný pohled na módní tematiku a nejedná se o irelevantní články obsahující klíčová slova.

Mezi zahrnutými články se tak objevují nejen témata doporučující oblečení pro konkrétní postavy, inspirativní ukázky outfitů či oznámení nových kolekcí, ale také například články, které hovoří o modelkách, nebo pak i „módní policie“, která zachycuje a komentuje vzhled celebrit při konkrétních událostech.

Tématika plus-size

Články byly vybrány také na základě přítomnosti klíčových slov a frází, které přímo odkazují na plus-size (módu) a tělesnost. Tyto termíny zahrnovaly „plus-size/plus size“, „plnoštíhlá (postava)“, „nadměrné velikosti“, „boubelka“, „krev a mlíko/mléko“, „XXL a vyšší označení velikosti“ a další. Výběr článků, které explicitně zmiňují tyto termíny, mi pomohl zaměřit výzkum na obsah relevantní pro diskusi o tělesné diverzitě a inkluzi v módě.

Důležitým faktorem stejně jako u „módně zaměřených textů“ byla také hloubková analýza kontextu, ve kterém byla témata plus-size módy prezentována. Byla vyhledávána témata, která se zaměřují na inkluzivitu, reprezentaci různorodých tělesných typů v módě, příběhy úspěchu plus-size modelů či modelek a osobností, jakož i diskusi o výzvách a stereotypních představách spojených s plus-size módou.

Kromě textu ale byly brány v potaz také obrázky a fotografie, které byly součástí článků – někdy totiž autoři článku využili fotografie ženy, která se svými proporcemi odchylovala od vzhledu tradiční modelky, avšak v textu tato skutečnost zmíněna nebyla. I v takovém případě byl článek zahrnut do vzorku a byla sledována relevance komentářů. V případě, že se komentující opravdu vyjadřovali k tělesnosti, byly tyto komentáře taktéž analyzovány.

Články vybrané k analýze komentářů

Kritériím pro výběr článku odpovídalo celkem **49 publikovaných textů** ve sledovaném období. Následně byla sledována relevance diskuzní sekce. Vybírány k další analýze byly samozřejmě takové diskuze, které obsahovaly alespoň 1 komentář a kde byla diskuze relevantní k tématu tělesnosti, jež je hlavním tématem této práce.

Hlavním předpokladem pro zařazení do konečného vzorku bylo, že pokud je ve článku zmínka o plus-size, diskutující se k této zmínce či vizuální ukázce budou vyjadřovat.

Několik článků bylo proto **vyřazeno** z následujících důvodů:

- V článku bylo plus-size téma zmíněno jen velmi okrajově a diskutující se vůbec k tělesnosti a plus-size tematice vůbec nevyjadřovali;
- V diskuzní sekci bylo 0 komentářů;
- V článku bylo téma zmíněno dostatečně, ale převažoval jiný, kontroverznější aspekt, např. výrazné plastické úpravy, a komentující se k tělesnosti jednoduše nevyjadřovali.

Takto vyřazených článků bylo devatenáct, a tak byl sběr komentářů proveden z celkem **30 diskuzí pod články**.

Tabulka 2 Přehled článků a relevance pro výzkum

Zkoumaný online magazín	Celkový počet článků o plus-size móde (1 rok)	Celkový počet vyřazených článků	Počet vhodných článků k analýze komentářů
Novinky.cz (Žena a styl)	4	1	3
Proženy.cz	37	16	21
iDNES (Ona Dnes)	8	3	5
Blesk pro ženy	V mezičase byly diskuze odstraněny. Nebyl zahrnut.		

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak ukazuje tabulka výše, nejvíce článků pocházelo z webu Proženy.cz, což je také nejčtenější magazín pro ženy v ČR a stránka zveřejňuje větší množství článků orientovaných na ženy. Naopak nejméně jich bylo publikováno na Novinky.cz do sekce Žena a styl,

pravděpodobně proto, že se jedná „pouze“ o specializovanou rubriku, nikoliv celý specializovaný web (např. jako u Proženy.cz).

6.8. Mechanismus výběru komentářů

Pro zajištění relevance článků pro sběr dat z diskuzních sekcí jsem stanovila přesná kritéria pro výběr komentářů. Zaměřila jsem se na komentáře, které přinášely podstatný příspěvek k diskusi, ať už svou argumentací, dotazy nebo osobními zkušenostmi. Vyloučila jsem komentáře, které byly irelevantní nebo obsahovaly spam.

Sběr komentářů probíhal manuálně, což mi umožnilo přesně vybrat data odpovídající stanoveným kritériím. Každý vybraný komentář jsem zaznamenávala do databáze v programu Microsoft Excel. Tento proces byl sice časově náročnější, než kdybych využila metodu „automatizovaného scrapingu“ pomocí různých softwarů, ale z mého pohledu byl osobní a lidský dohled nezbytný pro zajištění kvality selekce vzorků a přesnosti doslovného přenosu obsahu komentářů.

6.8.1. Zaznamenávané proměnné

Při sběru dat byly do databáze zanášeny i další poznatky, které mi při následné analýze pomáhaly s uvedením komentáře do kontextu. Struktura tabulky byla následující:

Tabulka 3 Sledované informace a metriky v diskusi

Hierarchie komentáře	Pohlaví komentujícího (pravděpodobné)	Jméno	Obsah komentáře	Počet reakcí
Kde v diskusi se komentář nachází. Jedná se o iniciaci diskuze, reakci?	Pohlaví bylo nejčastěji odvozeno dle jména komentujícího či kontextu diskuze.	Jméno komentujícího (ve finální prezentaci je anonymizováno).	Text, který byl posléze analyzován.	Trakce komentáře. Kolik reakcí u ostatních čtenářů vyvolal.

Zdroj: vlastní zpracování

Co se pak týká jednotlivých informací, práce s nimi byla následující:

Hierarchie komentáře

Identifikovala jsem umístění komentáře v hierarchii diskuse. Zanášela jsem do tabulky, zda jde o první příspěvek, který započal konverzaci a určil tak její směr, nebo o reakci na předchozí komentář. To mi umožnilo pochopit, jak se téma rozvíjelo a jak účastníci na sebe vzájemně reagovali. Při analýze diskurzu byl pro mě tento aspekt velmi důležitý.

Pohlaví komentujícího (pravděpodobné)

Odhadla jsem pohlaví komentujícího na základě jména nebo kontextu diskuse, což bylo důležité pro analýzu genderových perspektiv v diskuzi. Jak se však ukázalo, a toto později přiblížím, bylo možné najít i výjimky, kdy jméno neodpovídalo pohlaví.

Jméno

Jméno mi sloužilo zejména pro identifikaci komentujících. Využila jsem jej ale i pro odhad pohlaví jedinců a pochopení dynamiky diskuze. Jména mi pomohla ale i pochopit, kdo je „opinion leaderem“, avšak pro výzkumné otázky to nebylo podstatné. V konečném vzorku byla tato informace odstraněna a vzorek byl anonymizován pro zachování etických pravidel výzkumu.

Určitě zmíním, že ne vždy je ale jméno 100% ukazatelem pohlaví. Například jednou z komentujících, kterou zde nazvu „Jan Novák“, byla žena, která se prezentovala pod jménem svého manžela. To, že se jedná o ženu, jsem poznala až po přečtení několika vláken, kde začala využívat ženský rod a kde se přiznala k tomu, že je ve skutečnosti žena. Zaznamenání tohoto přiznání je zachyceno v Příloze 1.

Obsah komentáře

Tento element v tabulce byl nejpodstatnější pro kvalitativní analýzu. Pročítala jsem text komentářů, abych pochopila klíčové body diskuze a odhalila převažující názory, postoje a argumenty týkající se plus-size módy. Hodnotila jsem strukturu jazyka, využívání metafor nebo emočně zabarvených slov.

Počet reakcí

Zaznamenávala jsem počet reakcí na komentáře. Více reakcí mohlo značit vyšší míru angažovanosti ostatních účastníků nebo kontroverzi kolem vyjádřeného názoru. Tato metrika však nebyla jednotná pro veškeré diskuze – někde bylo možné reagovat emotikony, jinde plusy (souhlas) či mínusy (nesouhlas). Obecně mi ale lépe pomohla pochopit dynamiku diskuze, i když pro výzkumné cíle není tolik podstatná.

6.8.2. Velikost vzorku

Ve svém výzkumu jsem analyzovala celkem **1 405 komentářů** z diskuzních sekcí tří předních dámských online magazínů. Konkrétně z Novinky.cz (sekce Žena a styl) jsem zpracovala 248 komentářů, z Proženy.cz celkem 1 070 komentářů a z iDNES.cz (Ona Dnes) 87 komentářů.

Tabulka 4 Velikost vzorku pro jednotlivé online magazíny

Online dámský magazín	Počet komentářů
Novinky.cz (Žena a styl)	248
Proženy.cz	1 070
iDNES (Ona Dnes)	87
CELKEM KOMENTÁŘŮ	1 405

Zdroj: vlastní zpracování

Při provádění sběru komentářů pod články o plus-size módě jsem se řídila zásadou nasycenosti a tematické rozmanitosti vzorku. Zaměřila jsem se v procesu na identifikaci opakujících se témat, argumentů a pohledů na téma. Bodu nasycení vzorek dosáhl, když další komentáře již nepřinášely nová témata ani výrazně neměnily identifikované diskurzivní vzorce. Tento fakt mi ukázal, že vzorek, který jsem shromáždila, je dostatečně reprezentativní v tom smyslu, že zachycuje celkově širokou škálu perspektiv pro zkoumaný případ.

Pokud by byl sledován pouze jeden z výše zmíněných online magazínů, např. Novinky.cz (248 komentářů) nebo iDNES (87 komentářů), hrozilo by, že vzorek bude zkreslen prostředím, cílovou skupinou nebo distribucí článků daného webu. Avšak kombinace různých magazínů mi nabídla možnost porovnat specifika daných stránek a

utvořit dostatečně velký vzorek pro výzkum. Jsem tedy přesvědčena, že velikost mého vzorku je adekvátní hloubce analýzy, kterou tato diplomová práce vyžaduje.

7. Analytická část (Kritická analýza diskurzu)

Analytická část mé diplomové práce představuje aplikaci metodologických principů na konkrétní vzorek vybraných komentářů získaných z online diskuzí pod články o plus-size módě, publikovaných v online magazínech cílících na ženské publikum. V této práci identifikuji a interpretuji klíčová témata a diskurzy, které se v těchto diskuzních vláknech vyskytují, ale také analyzuji, jak se v nich odrážejí a konstruují společenské postoje k tělesné diverzitě a estetickým normám. Tato část mi také umožní reflektovat vztah mezi online prostředím a širší sociální a kulturní dynamikou, která formuje naše vnímání „krásy“ a ideálů tělesného vzhledu. V následujících kapitolách se budu věnovat detailní analýze vybraných příspěvků v diskuzích, abych odhalila, jak jsou v online prostoru vyslovovány ideje a komunikační strategie týkající se žen s plnějšími tvary a „plus-size“ módy.

Jak jsem již uváděla v metodologické části této práce, kritická analýza diskurzu se nejčastěji věnuje analyzování struktury společenských mocenských vztahů, ideologií či identit. Já jsem se tuto analýzu rozhodla zvolit i proto, že jsem chtěla zjistit, jak jsou v těchto diskuzích v internetovém prostoru posilovány nebo zpochybňovány společenské normy. A to i proto, že z výzkumů uvedených v teoretické části vyplývá, že prostředí diskuzních fór má vliv na ovlivňování názorů a vnímání témat společnosti.

Zkoumáním komentářů touto analýzou jsem chtěla odhalit mocenskou dynamiku, genderové normy či opakující se společenské stereotypy, které utvářejí, případně reflektují diskurzy týkající se ideálů krásy a „body image“, zejména pokud mluvíme o „plus-size“ ženách.

Svoji pozornost jsem zaměřila na používaná slovní spojení, užívaná přirovnání a metafory a postoj komentujících vůči tématice nadrozměrné módy. Chtěla jsem tak poodhalit pozici ženských a mužských hlasů a zároveň argumentační strategie, které byly v komunikaci využívány.

Atmosféra diskuze

V rámci kritické analýzy diskurzu jsem sledovala, jaký postoj jednotliví komentující zastávají. Mým cílem není hodnotit, které komentáře byly pozitivní či negativní, ale spíše sledovat, kde se komentující vyskytují na pomyslném „spektru názorových proudů“.

V rámci komentářů bylo možné pozorovat různorodé přístupy a objevovaly se jak hlasy kritizující tento obsah článků, tak i hlasy, které naopak diverzitu ve vizuálních médiích vítaly. Komentáře v této diskusi vykazovaly poměrně vysokou míru polarizace a poukazovaly na určitou tenzi mezi postojem tradičním (stigmatizujícím, vůči plus-size ženám kritickým) a inkluzivním (usilujícím o diverzitu ve vizuálních médiích).

Kritické hlasy

Komentující, kteří se k plus-size ženám stavěli velmi negativně. Jazyk kritizujících osob často odrážel existující společenské předsudky a stereotypy, pro ukázkou uvádím komentáře z diskuzních sekcí pod články, které tento přístup lépe přiblíží. Zde jen pro představu uvádím první texty, které čtenáře uvedou do problematiky a k pochopení polarity diskuze.

Tyto komentáře například obsahovaly například fat shaming a znechucení z tloušťky (fatfóbie), příkladem může být tento komentář: „**Je to k zblití! Reklamu mají dělat hezké ženy a ne tyhle náhražky kytovců!**“ jak uvedl muž na webu Proženy.cz.

Jinde se na první pohled podpora mísila s kritikou: „*Samozřejmě, že obézní ženy mohou nosit, co se jim zachce... **je ale potřeba mít soudnost, než se do něčeho nasoukají*** 😬.“ (Proženy.cz, žena).

Pro další komentující mohla být nadváha překážkou pro vnímání ženy jako atraktivní: „*Tak tyto ženštiny mají být hrdinkami mých představ o kráse žen? **Díky, nechci,***“ píše muž na webu Ona Dnes.

Toto je ale jen úvod do problematiky kritických komentářů. Pro zachování autenticity prostředí komentáře vždy ponechám v jejich původním znění. Jevy, které se v těchto komentářích poté rozeberu v kapitolách tomu přímo věnovaných.

Podporující hlasy

Druhý názorový směr je ten, který dává najevo podporu, chválí tělesnou rozmanitost a zpochybňuje konvenční normy krásy. Vnímání krásy je pro tuto část spektra komentujících

subjektivní. Podpora má však různé důvody, a proto zahrnují komentáře, které jsou toho příkladem: „*Pokud je takto opravdu spokojená **tak proč ne**,*“ komentuje muž na webu Ona Dnes. Žena na webu Proženy.cz si stejně tak pochvaluje rozmanitost zobrazovaných modelek a považuje takové fotografie za užitečné: „*Jelikož většina žen nad 30 má nadváhu, jsou tyto modelky potřeba, aby si to ženy mohly představit na někom s podobnou postavou. A pokud se zdejší pánům při pohledu na ně dělá zle, tak by se sebou měli něco dělat, protože to musí už být fakt přecitlivělé chudinky a je mi trapně za ně!*“ Tato žena si zároveň stěžuje na reakce mužů. Ovšem i nich se vyskytovaly komentáře pozitivní, jen z jiných důvodů, než třeba u žen:

„*Já to říkám pořád, **prsatá boubelka-ideální kombinace**“*

(Novinky.cz, muž)

Tato diverzita v komentářích ukazuje, že i podpurné hlasy mohou mít různé motivace a někdy mohou zahrnovat elementy, které nejsou plně inkluzivní nebo respektující. Při analýze této problematiky bylo důležité si uvědomit, že podpora tělesné rozmanitosti může přijít v mnoha formách, některé konstruktivnější než jiné. Argumenty, které se v diskuzi objevovaly, proberu v dalších kapitolách.

Polarita názorů

To, že byly v diskuzi přítomny natolik rozdílné názory na téma, vedlo místy k ostře formulovaným narážkám a verbálním střetům mezi komentujícími. Takové incidenty představovaly typický příklad online fenoménu známého jako **flaming**, který byl využíván jako obrana proti nesouhlasným postojům či obviněním. V takových situacích bylo možné sledovat, jak se původně konstruktivní debata měnila v neproduktivní výměnu názorů s cílem získat schválení ostatních, například skrze pobavení nebo jiné formy uznání (například reakce pomocí emotikonů). Cílem pak nebylo obhájit vlastní názor, ale spíše dominovat nad oponentem. Příklad je uveden jako Příloha 3.

V následujících řádcích rozeberu diskurz okolo plus-size žen, jaké argumenty tyto názorové proudy užívaly a jaké strategie komunikace se v diskuzích objevovaly.

7.1. Zdravotní riziko jako hlavní argument

Součástí diskurzu, který se točil okolo „modelek s křivkami“, byly debaty o zdraví, pohybu a vyváženém stravování. Ač tento výzkum není kvantitativního charakteru, mohu téměř s jistotou říci, že valná většina komentářů jako hlavní argument používala právě zdraví.

Tento objev výrazně koresponduje i s narativem, který se objevoval v průběhu historie standardů krásy, o které jsem psala v kapitolách jim se věnujících. Tento diskurz, o němž ve svém textu píše Stearns (2002), říká, že štíhlost rovná se zdraví. To pak vede ve společnosti k obavám z obezity a možných rizik, která tento stav doprovází. Jedná se o velmi rozšířený názor, která je navíc utvrzován kampaněmi a výzkumy zaměřenými na zdravotní stav (tamtéž).

Fakticky znějící argumenty versus emoce a empatie

Za zmínku stojí také zajímavý genderový vzorec, který se v tomto kontextu objevoval. Muži se ve své argumentaci snažili o přístup, který byl převážně analytický a objektivně působící, zdánlivě opřený o data a fakta, avšak bez explicitního uvádění zdrojů jejich tvrzení. Například: „*Stejně tak, jako u kuřáků, tak i o obézních lidí je to taktéž o "pevném kořínku" daným biologickým genem. Nicméně kolik kuřáků má problém vyjít v 35 letech do druhého patra? 1 z 50?*“, uvádí muž v diskusi Proženy.cz.

Ženy naopak měly naopak tendence svá tvrzení a argumenty více zaobalovat do osobních příběhů nebo událostí ze života, ať už jejich nebo jejich blízkého okolí.

7.1.1. Vzor pro mladé a děti

Obě pohlaví pak zmiňovala plus-size osoby jako nevhodný vzor pro mladé. Žena na webu Proženy.cz argumentuje vzorem ze strany matky a přenosem jejích návyků na dítě: „...*Pak mají patrně i stejně nemocné děti, protože jen málokdy má taková maminka neobézní dítě. Někdy je pohled na takové děti opravdu velmi smutný, protože nejsou schopné ani popoběhnout*“.

Ženy pracovaly s referencí na rodinu, vzor a je možné, že jako matky měly větší tendenci reflektovat vliv na děti a mladistvé. Je pravda, že vzory a pocit podpory (například ve škole) opravdu můžou vést k lepšímu psychickému a zdravotnímu stavu (a hodnotě BMI). Studie od Susan Babey a dalších (2015) poukazuje na fakt, že taková sociální podpora spadá

do důležité prevence obezity a podporuje mladistvé v lepším vztahu k pohybu. Vzory (či také „role models“) jsou pro mladistvé ti, koho obdivují, a touží být jako on nebo ona. Často se může jednat o rodinného příslušníka, sportovce/sportovkyni nebo celebritu.

Otázkou však zůstává, nakolik se plus-size modelky, které se objevují v článcích nebo při prezentaci módních kousků, stávají „role models“ dospívajících a dětí. Navíc pravdou je, že **podle všeho je podstatné nějaký vzor a podporu vůbec mít:** „*Procento dospívajících, kteří se věnovali fyzické aktivitě alespoň 60 minut pět nebo více dní v týdnu, bylo významně vyšší, pokud tito dospívající uvedli, že mají vzor,*“ uvádí studie (Babey, a další, 2015 str. 4).

Děti pocházející z rodin s nízkými příjmy a z utlačovaných menšin mají k pozitivní sociální podpoře horší přístup a mnohem častěji se u nich pak objevují sklony k obezitě a zvýšeným hodnotám BMI (tamtéž).

„*Jako varovná reklama na nezdravý životní styl dobrý. Jen by to tam měli uvést. **Jako vzor pro mladé absolutně nevhodné,***“ uvádí muž, Proženy.cz.

Tento postoj představuje další častou obavu, že propagace tělesné rozmanitosti může nepříznivě ovlivnit výchovu a samotný přístup dětí a mladistvých ke zdraví. Komentáře poukazují na přesvědčení, že děti obézních rodičů mohou trpět podobnými zdravotními problémy, což je prezentováno jako nežádoucí.

7.1.2. Osobní příběh, obrana P-S žen a vzbuzování empatie

Toto diskurzivní vyjednávání zcela jistě vynikalo pro svoji délku komentářů, jak bude dobře viditelné i v příkladech níže. Jednalo se o strategii, v níž komentující sdíleli svůj vlastní příběh, své potíže nebo naopak úspěchy. Mnohdy se jednalo o reakci na vulgární výrazy, které se vůči plus-size ženám v diskuzi objevovaly. Příběhy často obsahují osobní zážitky, popisují emoce, které nejčastěji autorky komentářů prožívají nebo prožívaly. Je tedy pravděpodobné, že jde o snahu vzbudit v druhých empatii a porozumění vůči jejich příběhu, a tedy se stát tou „výjimkou“, která neodpovídá běžným společenským stereotypům o osobách s nadváhou (lenost, nízká disciplína a podobně). Např. zmiňování, že hmotnost je faktor ne vždy zcela ovlivnitelný („*každá se snažíme se svým tělem něco dělat*“ → ale i tak...; „*chodím 3x v týdnu do fitka*“).

„Hezký den přeji,

ano i my boubelky můžeme být sexy a mít šmrnc a co se nelíbí jednomu líbí se druhému.

Je spousta žen, které s tím jak vypadají bojují celý život **a já patřím mezi ně**.

Ale nejde o to... **každá se snažíme něco se svým tělem dělat** abychom se po zdravotní stránce cítili lépe, jde o to mít ráda sama sebe a přijmout to jak vypadáme.

Urážet tady někoho kdo má větší velikost než je 42 je stejné jakoby urážela boubelka někoho s velikostí 34, který ba naopak zase bojuje s tím, že nemůže přibrat.

...

Vlastním malý obchůdek v centru Jičína s oblečením od vel. 46 a více. A je neuvěřitelné jak to ženám sluší, když obléknou to so je jejich postavě lichotivé a jak krásný pocit je, když žena odchází se spokojeným a šťastným pohledem, že se konečně zase může cítit jako žena, která je žádaná. Není to o tom pouze prodat jak to funguje v obchodních řetězcích ale o tom si s dotyčnou popovídat udělat si na svého zákazníka čas, v případě poradit aby se cítila v tom co si koupí dobře. “

(Proženy.cz, ženy – původní komentář byl pro jeho délku značně zkrácen)

Komentující svůj osobní prožitek využívají jako argument pro diskuzi. Tento jev se nazývá **anekdotický důkaz** a projevuje se tak, že jeden konkrétní příběh nebo zážitek ze života je považován za obecně platnou realitu. Dalším komentářem, kde se tento jev objevil, byl tento, uvedený níže.

„... *Reakce lidí jako vy mě velmi mrzí. Vidí pouze tlustého člověka, který podle nich akorát žere a nehýbe se. Já sama nabrala hormonální terapii po gyn. Operaci a shazuji s pomocí nutriční specialistky, chodím 3x v týdnu do fitka, plavu, jezdím na kole a zatím se mi povedlo dát dolů 21kg, ale ranec jich mám ještě před sebou. A teď mi řeknete, jak mě posoudíte když mě uvidíte na ulici? Právě jako onoho tlustého člověka zařazeného do kolonky „líné prase.““ (Proženy.cz, žena – opět pro svoji délku zkráceno)*

Žena se snaží ostatní účastníky diskuze utvrdit v názoru, že ne každá plus-size žena musí být „líné prase“, které se nepohybuje a nedbá o sebe. To je zřejmé zejména díky výčtu

aktivit a uvádění odborníků (nutriční terapeuti, lékaři) jako určitou autoritu Vytváří tak snahu vyvrátit společensky rozšířené stereotypy spojené s nízkou sebedisciplinou.

Alfred Moore (2009) o tomto „argumentačním přestupku“ tvrdí, že se jedná o způsob, jak se i laici mohou podělit o své osobní zkušenosti nebo pozorování, které považují za relevantní a přínosné pro diskuzi. Role anekdotických důkazů je obecně poměrně zajímavá, protože jde o takový „spojovací most mezi laiky a odborníky“ – **jde totiž o platformu, pomocí které mohou „neodborníci“ vyjádřit své obavy a zkušenosti**, a to bez jakékoliv odborné znalosti. Nepotvrzená a důkazy zpravidla nepodložená tvrzení však mají vliv na veřejné mínění. Pozitivem ale je, že tato forma argumentace může upozornit na problémy, které nemusí být zcela patrné jen z vědeckých výzkumů nebo jiných datových podkladů (tamtéž).

7.1.3. Propagace obezity médií

Mezi kritickými hlasy nejednou zazněla i slova směrem k „body positivity“. Obecně je podpora různých těl (ať už tvarů, odstínů kůže, výšky nebo hendikepů) vnímána jako společensky prospěšná a přispívá k inkluzivnímu přístupu k zobrazování těl. Dalo by se říci, že svojí diverzitou narušuje zobrazování tradičních, velmi štíhlých ideálů krásy. Avšak mezi komentujícími se objevoval velmi často názor, který body positivity vnímal jako „*výmysl moderní, hyperkorektní doby*“ nebo jako směr, který kazí společnost vzhledem k „*propagaci obezity a nezdravých návyků*“. I zde je pak vysoce patrným vyjednávacím základem právě zdraví. Komentující vnímají jako největší problém, že plus-size lidé jsou médií normalizováni a že nadváha a obezita se stanou společností akceptované.

„Propagace obezity by měla být zakázána ...“

(Ona Dnes, muž)

„Prezentovat reálné ženy je ok. Ale propagovat životní návyky, které vedou k hypertenzi, cukrovce, kardiovaskulárním chorobám ... předčasnému úmrtía to vše o desetiletí dříve ...“

(Proženy.cz, muž)

„**Oslava obezity jako rizikového faktoru pro X nemoci... Podobně jako ta cca 120 kilová slečna na bruslích v té nejotravnější reklamě na Always...**“

(Novinky.cz, muž)

Jak je možné číst v posledním komentáři, muž komentující na webu Novinky.cz dokonce odkazuje na reklamu na menstruační vložky, kde byla jako hlavní tvář zvolena plus-size modelka Flindris. I přes to, že je v reklamě zobrazována jako sportující a aktivně žijící, komentující stále vnímá reklamní spot jako oslavu obezity.

Obrázek 9 Screenshot z reklamy na Always, kde figuruje plus-size modelka Zoe Lätizia Flindris



Always Pippa 2021 UK

Zdroj: YouTube (2021)

Zcela jistě existuje rozdíl mezi akceptací různých typů postavy a propagací nezdravého životního stylu. Je ale možné, že společnost, která je poznamenána kulturou diet („diet culture“) a trendem zobrazování velmi štíhlých těl jako ideálu krásy, může s rozlišováním těchto dvou různých pohledů na věc stále bojovat – a to i pro velmi rozšířené společenské stereotypy. Podobné kroky médií nebo značek (zapojit plus-size modelky) mohou být pak považovány za podporu nezdravých návyků, nadváhy a obezity spíše, než za snahu ukazovat různé typy postav.

Diskutující vnímají zobrazování větší diverzity těl a jejich tvarů jako propagaci nebo masové zveřejňování podobně laděných článků. Zajímavé to je zejména v kontextu, kdy většina médií, reklam, fotografií na sociálních sítích zobrazují jeden standardní typ štíhlé postavy jako ideál krásy. Plus-size ženy jsou tak pravděpodobně zobrazovány jen okrajově.

7.2. Objektivizace a sexualizace vzhledu

V diskuzích se objevovaly také narážky na vzhled, a to jak ze strany mužů, tak dokonce i ze strany žen, což nemusí být vždy očekáváno. Komentován byl v případě tohoto diskurzu vzhled ženy, nikoliv toho, co má na sobě a co je ústředním tématem článku – tedy móda a oblečení. V tomto kontextu bylo voleno hned několik možných přístupů, od těch, které ženy zbavovaly lidských vlastností, přes ztráty schopnosti uznat, co je (ne)vhodné, až po vyloženou sexualizaci zobrazovaných žen. Sledovala jsem, jak se hluboce zakořeněné kulturní a sociální normy odrážejí v diskuzi a jak jsou těla s nadváhou ve veřejném prostoru marginalizována.

Objektivizace často zcela ignoruje individualitu a lidskou hodnotu jedince, obecně jsou vnímány jen jeho fyzické a estetické aspekty a jsou srovnávány se standardy krásy, které panují napříč společnostmi. Pro uvedení do další sekce jevů, které se objevily v diskuzi, jen zmíním, co o objektivizaci ve vztahu k plus-size ženám v kontextu nošeného oděvu říkají výzkumy.

Holland (2013) sledoval reakci lidí na ženy různých proporcí v určitých typech oděvu, od konzervativního zahaleného až po spodní prádlo. Výstupem bylo, že pokud na sobě měly ženy „obyčejný oděv“, který nijak neprovokoval, byly plus-size ženy vnímány jako ty s lepší morálkou a byly méně objektivizovány než ženy štíhlé. Obecně se ale ukázalo, že pokud se ženy (jakýchkoliv proporcí) oblékaly více odhaleně, byly výrazně více vystaveny objektivizaci, v tomto případě jí čelily i právě plus-size ženy.

Výzkum shrnuje, že zatímco tělesné proporce a váha ovlivňují míru objektivizace (štíhlé ženy jí čelí obecně více), tak způsob oblékání a míra odhalení pak tento jev může zesílit nebo zmírnit (Holland, a další, 2013).

7.2.1. Hodnocení atraktivity a vzhledu na základě váhy

Upřímný odraz přetrvávající společenské fixace na tělesnou velikost jako faktor určující krásu – i toho byly důkazem některé komentáře. Napříč takovými poznámkami je patrný vzorec, kdy se jak mužské, tak ženské hlasy zabývají kritikou a často snižováním hodnoty žen na základě srovnání s tradičními ideály štíhlého těla. Tyto komentáře odrážejí a udržují kulturu, která úzce definuje atraktivitu a projevuje jen malou toleranci k odchylkám od zažitých norem.

„No a fotky z dob, kdy nosila oblečení velikosti S, by nebyly?“

(Ona Dnes, muž)

„No, to chápu. **Dřív ji mělo rádo asi víc lidí. Ale teď už zbylo jenom „SE“.**“

(Ona Dnes, muž)

V komentářích výše je patrný odkaz na oblíbenost na základě štíhlosti, komentující tak naznačují, že se atraktivita s vyšší hmotností snížila. Níže následují ukázky nevybíravých a někdy posměšných poznámek a sarkastických komentářů ostře ilustrují, jak hluboce jsou tyto stereotypy zakořeněné a ovlivňují nejen vnímání krásy, ale také společenské žádoucnosti a hodnoty.

„Fuj.“

(Ona Dnes, muž)

„Jestli „vlnadné“ vypadá takto, jak asi musí vypadat vyžrané.....? **Vypadají jak samoživitelky co nikdo nechce** 😏 😏 😏“

(Proženy.cz, muž)

„*Smutný pohled na Čvanču (označení pro Jitku Čvančarovou). **Taková to byla hezká,holka. Teď je to hodně špatný, Nebal bych se napsat tragédie. No snad jsem to jen nepřehnal a cenzor to hned nesmazá???***“

(Proženy.cz, muž)

„K blití **„já takhle vypadat, minimálně nevylezu ani před barák. At' žije obezita.**“

(Proženy.cz, žena)

Ženské hlasy také odrážejí internalizované společenské tlaky týkající se obrazu těla (body image). Z komentářů je patrné sebepodceňování se při vyšší váze, což naznačuje soulad s přesvědčením, že atraktivita a tělesná velikost jsou neoddělitelně spjaty, a to do té míry, že atraktivita člověka by měla být dána jeho váhou.

7.2.2. Kritika domnělé ztráty soudnosti

U tohoto typu komentářů se objevovala velmi často slovní spojení „mít soudnost“. Soudnost je obecně vnímána jako určitý stav mysli charakterizovaný dostatečnou vyrovnaností a schopností uvažovat a dělat volby podle vhodnosti situace a zdravého rozumu. Je to dovednost jednat rozumně a v souladu s okolnostmi, je to tedy určitá rozvážnost a adekvátnost. Ztráta soudnosti nastává, když jsme ovlivněni emocemi, zaslepeností, afektem, když nerozpoznáváme limity a nedokážeme odhadnout nebo zohlednit dopady našeho jednání.

*„Hlavně by měl být každý **soudný**.“*

(Novinky.cz, žena)

*„Samozřejmě, že obézní ženy mohou nosit, co se jim zachce... **je ale potřeba mít soudnost**, než se do něčeho nasoukají 😏“*

(Novinky.cz, žena)

*„Dámy mají naprostou pravdu, **ale bohužel některé také dámy nemají soudnost**. Také jsem nosívala šaty na ramínky a po čase jsem zjistila, že to zkrátka nejde a není to hezké. Chce to vysportovanou, štíhlou postavu a ne 71optávka, starou kůži. O kilogramech další ani nemluvě.“*

(Proženy.cz, žena)

*„Hlavně **to chce soudnost při výběru** – nejen kraťasů. **A kouknout do zrcadla, než opustím byt.**“*

(Ona Dnes, žena)

Ve společnosti panují stereotypy, že žena by se o sebe měla starat a být vždy perfektně upravená, ale ty se v kontextu plus-size módy setkávají s dalším stereotypem, a to, že **plus-size ženy jsou líné a o svůj vzhled se nezajímají** (a proto nosí nadrozměrnou módu).

Z historického přehledu v teoretické části navíc bylo zřejmé, že **historicky plus-size ženy v kontextu módy zobrazovány jednoduše nebývaly**. I proto může být komentujícími vnímáno, že plus-size ženy se o módu nezajímají a nejsou schopné posoudit, zda je jimi

nošený outfit vkusný nebo ne. V takovém kontextu se pak objevovala ještě další podskupina komentářů. Konkrétně se jednalo o doporučení, jaké oblečení by žena měla volit, aby „nevypadala jako **stan**“ nebo nebyla vystavována v oblečení typu „**plachta**“. Dále pak, v jakém kontextu je její oblečení vhodné – zda v něm smí vyjít na veřejnost.

*„Ta manekýna v džínách má opravdu **hodně nadměrný „podstavec“ – tam bych se posazila spodní půlku těla nějak odlehčit nebo zamaskovat. Prostě nemůže každý nosit všechno.**“*

(Proženy.cz, žena)

*„...vycházím z toho, že **udržované plnoštíhlé pevné ženy mají pas výrazně užší oproti bokům a nadrům. Jablíčka samozřejmě ocení áčkové stříhy, avšak i tady by se měla zdůrazňovat ta nejužší část těla. Je škoda vypadat jako stan**“*

(Proženy.cz, žena)

*„Tak nosit to může, **ale jen na doma, na veřejnost, at' si přes to dá ještě plachtu na bazén...**“*

(Novinky.cz, žena)

Motivací pro psaní podobně laděných komentářů však nemusely být jen určité stereotypy nebo historický přístup k plus-size ženám. Mohlo se jednat také o reflexi vnímání vlastního těla, čímž se mohu vrátit zpět k Obrázku číslo 6. Ten se věnoval vlivu objektivizace těl v prostředí sociálních sítí na vnímání sebe sama, kde vliv měly i další objektivizačně laděné komentáře a pak jde o takový „nekonečný cyklus“: objektivizace dalších → vlastní objektivizace → objektivizace dalších...

Právě jev, kdy ženy zapojovaly do „procesu uplatňování soudnosti“ i srovnávání sama se sebou, byl jeden z výrazných diskurzních argumentů, proč měly tendence soudit další ženy. Tedy „pokud nemohu a necítím se na to, abych **já sama** nosila takové outfity, tato žena podobné postavy by také neměla“.

*„**Se svojí velikostí 46 bych v tomhle vypadala jako mamut. Nevím, proč ženy plných tvarů ještě zvětšovat rádoby zakrývacími pytlí...**“*

(Proženy.cz, žena)

„Mám to stejně. Normální postavu a velká prsa. Když obléču volné šaty, **jsem v tom jako ve stanu**. Na prsách se to zasekne a vypadám jak před porodem. 😊“

(Proženy.cz, žena)

„Tak nevím, ale **trocha soudnosti by neškodila** 😊 určitě ne nic zbytečně širokého, ale ani narvaného 🙄 Kostýmek je ok, **ale zbytek bych si tedy na sebe opravdu neoblékla, kdybych takhle vypadala (jako lunt přitom fakt nejsem)** 😊 **Chce to opravdu trochu přemýšlet a ne se snažit být za každou cenu in** 😊 Ono když dva dělají a nebo nosí totéž, ne vždy to klapne 😊“

(Novinky.cz, žena)

„To, co se prezentuje výš je děs...“

PS. Taký mám vel. 42+ ale tohle ani náhodou...“

(Proženy.cz, žena)

I z uvedených ukázek komentářů je poměrně zřejmé, že toto diskurzivní vyjednávání o soudnosti, vkusu a nevkusu a o módních doporučeních na základě vlastní zkušenosti bylo primárně doménou žen. Roli v tom může hrát i společenský tlak, který je v oblasti vzhledu vyvíjen právě na dámskou část populace. Jednou z ukázek společenského tlaku může být i právě následující text.

7.2.3. Dehumanizace a přirovnávání ke zvířatům

Vysoce frekventovaným jevem v kriticky mířených komentářích bylo vyjadřování, které plus-size ženy přirovnávalo ke zvířatům nebo jiným nelidským bytostem. Zcela běžně se tak objevovalo označování osob jako „to“ nebo „toto“, které pak bylo následováno hanebnými přirovnáními. „...**ale toto photoshopové fujtajblo už je mimo mísu,**“ komentuje plus-size modelku muž v diskuzi Proženy.cz. Další muž, tentokrát na webu Novinky.cz pak píše: „**O toto bych si ani kolo neopřel.**“

Ovšem ještě častěji se objevovala z řad kritických hlasů přirovnání plus-size žen ke zvířatům, která jsou neforemného tvaru nebo jsou proslulá svými velkými rozměry. Zde je pak výčet hned několika zvířat, ke kterým byly ženy prezentující módu přirovnávány: **velryba, vepř, bachyně či čuně, vorvaň, kobyla, hrošice** či **mamut**. Vzhledem k povaze

diskuze a snaze zaujmout ostatní komentující se autoři textů uchýlovali i ke slovním hříčkám a objevovala se i slova jako např. „74optávka“.

Koncept přirovnávání plus-size osob k zvířatům přibližuje například Bernard (2014), nazývá jej „**animalizací**“. Tento jev se objevuje kvůli zakořenění společenských stereotypů. Nejčastěji se jedná o názor, že „obézní osoby“ nemají sebekontrolu a holdují obžerství – právě tyto vlastnosti jsou v oči společnosti vnímány jako zvířecí. Dodává, že ve vnímání lidí jsou zvířata hierarchicky vnímána jako podřadná a lidé jsou vůči nim dominantní. Jde také o formu dehumanizace a takovéto metafory vedou jen k další stigmatizaci nadváhy a obezity (tamtéž).

„Ze štíhlé holky se po porodu vyžrala na velrybu a teď to obhajuje. Kdyby byla 74optá pevná a trochu na ni videt, ze s sebou další dela, 74optávka jen další vepr, co ma to stesti, ze je dneska 74optávka po tomto druhu modelek.“

(Ona Dnes, muž)

„Normální módní přehlídka? Chápu máte nadváhu tak jste ráda že i vyžraný prase může být modelkou bez toho aby odmítla mcdonald. Nakopat Vás“

(Novinky.cz, muž)

Tento jev se tedy v diskuzích pravděpodobně objevoval hned z několika důvodů. Prvním z nich je distancování se od tématu a osob, které neodpovídají běžným sociálním normám, a tak jim komentující projevují nedostatek respektu. Dalším je odraz stereotypů a projev neúcty vůči odsuzované skupině společnosti.

7.2.4. Kritéria atraktivity: role „úspěšných“ mužů

„Úspěšným a atraktivním mužům by se toto nelíbilo,“ jedním z argumentů, který odhaluje přetrvávající stereotypy ve společnosti týkající se toho, co je považováno za přitažlivé a akceptovatelné. Komentáře tohoto typu jsou často založeny na předpokladech, které nemají oporu ve realitě a poukazují na hluboké kulturní předsudky proti tělesné diverzitě.

Dovolím si poukázat na problematický charakter těchto názorů. Jde o to, že prakticky **redukuje hodnotu ženy pouze na její tělesný vzhled** a ignorují širší spektrum kvalit, které

mohou být pro partnerské vztahy důležité. Takové komentáře zcela přehlížejí realitu, že atraktivita a úspěch nejsou univerzálně definovány a že existuje mnoho úspěšných a atraktivních mužů, kteří by si za partnerky vybrali plus-size ženy. Povaha těchto komentářů je povrchní a poukazuje na potřebu širšího pochopení a respektu k rozmanitosti lidských těl a mezilidských vztahů.

„Tak ještě čekám, kdy se nařídí čutálistům, hokejkám a třeba mužským film. hvězdám, že si nesmějí nabrknout hubenouřu, neb by šli špatným příkladem. U nich, kteří si díky svým příjmům můžou vybírat, moc těch přítelkyn při těle není. Špatný vkus a špatný příklad, to by se mělo napravit. Stejně příležitosti pro všechny!“

(Novinky.cz, žena)

„Kdyby byli muži upřímní a řekli, co je opravdu přitahuje, mnohé „krásky“ by se hodně divily. Taky se mi nelíbí všechny šaty, které tady jsou, ale v některých bych se cítila docela dobře, cítila se žensky a uměla bych je nosit. A o tom to je. Myslím, že naučit se nosit šaty a sukně je cesta správným směrem. Mnohé ženy a dívky by v šatech vypadaly mnohem lépe a více sexy, než v legínach a upnutých slimkách.“

(Proženy.cz, žena)

„Tohle si žádný chlap nepověsí (jako plakát) a žádná normální ženská do aspoň 60 nekoupí, to prostě je ošklivé, woke nebo ne.“

(Proženy.cz, žena)

„Kolik mužů, kteří si můžou vybírat z davu fanynek, má obézní přítelkyni?“

(Novinky.cz, žena)

Zároveň z pohledu dynamiky moci jsou zde právě úspěšní a majetní muži zobrazováni jako ti, kteří mají rozhodovat o tom, kdo je krásný a kdo ne. Paradoxem je, že argument byl v případě mnou sledovaných diskuzí využíván primárně ženským publikem.

Druhý pohledem na věc pak bylo tvrdit, že ženy s tvary se mužům naopak líbí, často byl tento argument spojován s „thin shamingem“, tedy narážkami na příliš štíhlé postavy např. tradičních modelek a jejich nazývání „ramínky na oblečení, větvičkami, tyčkami,

hůlkami“ a podobně. Komentující měli tendence soudit jak jednu stranu, tak tu druhou, jako by žádná z možností nebyla ta správná.

7.2.5. Sexualizace až fetišizace tématu

Ve své analýze komentářů o plus-size ženách jsem narazila nejen na objektivizaci a určitou míru sexualizace modelek, ale také na jev, který přesahuje až k fetišizaci plus-size žen. Tento trend se projevuje ve způsobu, jakým jsou plus-size ženy předmětem specifického zájmu, který transformuje jejich tělesnost víceméně jen v objekt touhy určený k uspokojení. Plus-size ženy jsou tak nějakým způsobem katalyzátorem určitého druhu sexuální fantazie. Komentáře často obsahují specifický jazyk, který zesiluje objektivaci těchto žen, například odkazy na jejich tělesné proporce jako na exotické nebo neobvyklé, což odlišuje jejich tělesnost od mainstreamového vnímání krásy.

Vzhledem k výzkumu od Hollanda (2013), který jsem zmínila již výše, jsem se rozhodla tuto pasáž doplnit o fotografie ze článků, které jsem obohatila i o vizuály, které by mohly sloužit jako spouštěč takto směřující diskuze (odhalená kůže či odvážné střihy módních kousků).

Obrázek 10 Koláž fotografií ze článku *Influencerka ukazuje, že se outfity slavných dají nosit i ve větší velikosti*



Zdroj: Novinky.cz

„Všeho moc škodí. **Když je sexu přes metrůk, je ho prostě příliš.**“
(Novinky.cz, muž)

Obrázek 11 Koláž fotografií ze článku *Přehlídka značky Valentino ovládly ženy plnějších tvarů (jeden komentující značku označil jako Válec Tino)*



Zdroj: Novinky.cz

*„Jednou jsem mel aferku s peknu holku ze Zlina, **krasna zenska krev a mlíko...** vlastne to byla spis **sadlo, smetana**, ale uzasna.“*

(Novinky.cz, muž)

Dalším vyskytujícím se narativem okolo sexualizace plnoštíhlých žen byla jeho **fetišizace**. Za tu pravděpodobně bude moci kombinace již dříve popsanych jevů. Například stereotypizace a rozšířené společenské předsudky vůči různým tělesným proporcím mohou vést k negativnímu vnímání těch, kteří se od normy liší.

*„**Tak to je ale uchylka**. Každý chlap se otočí za hezkou ženou, která např v 50sátí vypadá lépe, než 25letá s celulitidou a vystřecným pupkem.“*

(Proženy.cz, žena)

*„A že je jako plus size víc v pohodě a má víc pracovních nabídek, **a možná i víc ctitelů (podle tukofobů samozřejmě úchylů)**, tomu je potřeba se taky vysmát. Je to jistě nějaké nějaké spiknutí a propaganda.“*

(Ona Dnes, muž)

Tyto stereotypy mohou být škodlivé a utvrzovat v představě, že určité postavy jsou „divné“ nebo „ošklivé“ a nikomu „normálnímu“ nebo „s normální sexualitou“ by se nemohly líbit. Přitažlivost vůči plus-size tělům je tak vnímána nejen jako specifická osobní preference, ale často také jako fetiš. To může přispívat k tomu, že tato přitažlivost má výhradně sexuální povahu, kdy diskurz opět zasazuje P-S ženy do pozice objektu sexuální touhy. Pokud jsou preference vnímány touto optikou, může to vést k odsuzování této preference, až k jejímu označování jako **perverze**.

7.2.6. Spojování etnického původu s (ne)atraktivitou plus-size

S tímto tématem také souvisí poměrně zajímavý trend, který se sem tam v diskuzi objevil. Nejedná se o tak výrazný argument, jako byl například zdravotní aspekt nebo komentování atraktivity obecně, ale sem tam se objevily tendence plus-size ženy kategorizovat jako objekt touhy osob jiného etnického původu.

*„Nn, to není krev a mléko. **To jsou ženy, které by se líbily v Nigerii.**“*

(Proženy.cz, žena)

*„**U určitých národů a etnik, zejména u černošek, docela běžná věc. Ale na českých diskuzích je to "takové zvláštní".**“*

(Ona Dnes, muž)

*„**To mi ukazte ženu s takovým booty poměrem a aby měla nějak moc větší prsa. Příroda to většinou zařídí tak, že co někde přidá, to jinde ubere. Taková co by měla oboje hodně velké, je velmi vzácná, zejména u nečernošek.**“*

(Ona Dnes, muž)

Názor, že pouze určité kulturní nebo etnické skupiny považují postavy s nadměrnou velikostí za atraktivní nebo normální, je jasným příkladem stereotypů. Zjednodušuje složité kulturní postoje a redukuje různorodé populace na entity s údajně homogenním vkusem. Je sice pravda, že má každá kultura svá vlastní měřítka krásy, která se mohou značně lišit a jsou ovlivněna historickými, sociálními a ekonomickými faktory (například v mnoha afrických zemích byly plnější typy postav tradičně považovány za znaky zdraví, bohatství a blahobytu), to však není univerzální ani v rámci Afriky. Postoje se navíc rychle mění s globalizací a vlivem západních médií. Označování těchto preferencí jako „specifických pro Afričany“ nejenže zkresluje rozmanitost v rámci těchto skupin, ale také je „exotizuje“ a odlišuje, čímž se tyto preference vzdalují tomu, co je považováno za „normální“ nebo mainstreamové.

*„**Korekce musí být vsude. Ale chybi mi tam modelka bez nohy a treba jeste s downovym syndrom asijseko vzhledu misena s indkou. Bezte uz nekam to je fakt uchylny. Vsem zaclo snad harasit v palici. Posledni dva roky nevidim nic jiného nez postizeny a hromadu cernochu v reklamach. Fakt me to nebavi. At si tohle delaj v americe. Ale chapu je to zamer neceho vetsiho.**“*

(Novinky.cz, muž)

*„Asi mate dost chude mysleni. Pan to myslel tak ze doba uz neni normalni. Tedka jsou to **tlustosky na modnich prehlidkach, postizeny v reklamach nejlepe cernosi atd. Jestli Vam tohle prioad normalni tak Vam gratuluju k vasemu IQ a vnimani sveta jako takoveho.**“*

(Novinky.cz, muž)

Výše uvedené komentáře pravděpodobně naráží na intersekcionalitu a s ní i postupně se rozšiřující se inkluzivitu. Pro připomenutí: intersekcionalita je rámec, který zkoumá, jak různé formy nerovnosti často působí společně a vzájemně se prohlubují. Když se média a veřejné platformy snaží o inkluzivní přístup, často se zabývají více dimenzemi identity, které přispívají k hodnocení člověka, včetně rasy, tělesné velikosti, schopností a podobně.

Tento přístup ukazuje, že k diskriminaci nedochází izolovaně (jak kdyby ve vakuu vůči jednotlivým jevům jako plus-size NEBO rasa) a že lidé mohou čelit více „překážkám“ a diskriminaci vůči nim současně. Například asijská žena plus-size velikosti může zažívat předsudky nejen kvůli své tělesné velikosti, ale také kvůli své rase a pohlaví. Podporou rozmanitějšího zastoupení různých typů lidí může společnost lépe zobrazovat svou skutečnou diverzitu a přispět ke snížení stigmatizace a stereotypů spojených s menšinami. V této diskuzi z českého prostředí je ale patrné, že ne vždy se tato snaha médií setkává s úspěchem a komentáře obsahují určitou dávku xenofobie, a dokonce i rasismu.

Naštěstí v diskuzi nezaznívají pouze hlasy, které ženy s křivkami zobrazované v médiích pouze odsuzují na základě určité společenské předpojatosti, ale najdou se i tací, kteří diverzifikaci vizuální reprezentace žen oceňují a kteří v ní dokonce spatřují naději pro akceptaci různých tvarů těl do budoucna.

7.3. Body positivity

Body positivity je hnutí, které prosazuje přijetí všech těl bez ohledu na jejich velikost, tvar, barvu nebo jiné fyzické vlastnosti, které by mohly být tradičně považovány za méně žádoucí. Zdůrazňuje význam pohledu na tělo jako na zdroj sebelásky, respektu a důstojnosti. Tato perspektiva je v diskusích plných hanobení za tloušťku a online toxicity klíčová, protože přímo zpochybňuje základní předpoklady, které k takové negativitě vedou.

7.3.1. Podpora inkluzivity

Další komentáře v diskuzi ukazují spektrum podpory inkluzivity v kontextu plus-size módy. Tyto komentáře, které jsou živým příkladem pozitivních hlasů přispívajících do diskurzu, silně rezonují s tématy pozitivního přístupu k tělu a diverzity. Někdy jsou názory jen stručné a signalizují odklon od rigidních společenských standardů, ale poukazují stále na fakt, že zobrazování žen v médiích se nemusí omezovat jen na konvenční krásu a s ní spojená paradigmatata.

*„Pokud je takto opravdu spokojená **tak proč ne.**“*

(Ona Dnes, muž)

Jindy komentáře plus-size ženy bránily v kontextu vhodné reprezentace reálných těl, která se mezi námi vyskytují a v mediálním obsahu nejsou dostatečně zahrnuta. Dle těchto slov jsou tyto modelky nezbytné pro ukázkou módy tak, jak bude na ženách vypadat ve skutečnosti. V tomto případě jde primárně o praktický aspekt zobrazování plus-size modelek.

*„Jelikož většina žen nad 30 má nadváhu, **jsou tyto modelky potřeba, aby si to ženy mohly představit na někom s podobnou postavou.** A pokud se zdejším pánům při pohledu na ně dělá zle, tak by se sebou měli něco dělat, protože to musí už být fakt precitlivělé chudinky a je mi trapně za ně.“*

(Novinky.cz, žena)

*„Jste jen omezenej v tomto názoru a to není problém světa a doby, ale jen váš. **Lidé jsou různí, tak to prostě je. Rozmanitost je naprosto v pořádku ať se vám to líbí**“*

nebo ne. Nevím proč se tváříte že na světě jsou jen ultra štíhlé bílé ženy když to není pravda. Třeba na to ještě přijdete.“

(Novinky.cz, žena)

7.3.2. Zpochybňování ideálů krásy

V seznamu článků se objevilo několik textů, které v názvu naznačovaly, že velikost 42 je nadrozměrnou, nestandardní velikostí, která by již měla řešit, jak se správně oblékat. Osobně mě tento narativ médií mírně překvapil, jelikož velikost 42 by se dala považovat za poměrně rozšířenou velikost v české společnosti – avšak to není objektem analýzy této práce. Ovšem podobně překvapeni byli i právě komentující, kteří se vůči těmto tvrzením vyhraňovali a ženy konvenčních velikostí bránili.

„Přesně tak, to jsem vůbec nepochopila, pro mne je žena s velikostí 42 ideální postavy... Tady z ní dělají obezitu, magoři.“

(Proženy.cz, žena)

„Mně se líbí. Konečně pěkné holky a ne žádné anorektičky. Běžné modelky, které nám bulvár cpe už desetiletí působí dojmem, že se dívám na nemocnou dívku, která má problém se i najíst.“

(Proženy.cz, muž)

Dalo by se říci, že lidé ze sledovaného vzorku poměrně dobře reagovali na zobrazování žen, které nespádaly ani do kategorie tradičních modelek, ani do kategorie plus-size modelek a nacházely se zhruba na středu spektra. Podobný trend bude následovat hned v další podkapitole nazvané „odezdikezdismus“, kde je však tato preference vyjádřena pomocí negativních emocí.

„Jakých plnějších tvarů? To jsou naprosto normálně rostlý ženský, ono mi přijde tak nějak v pořádku, že se nedají jen pohledem spočítat žebra a obratle. Jenom by se teda nemusely tvářit stylem "Co čumíš, vole? Nečum!"“

(Novinky.cz, muž)

*„Plnější tvary to nejsou. **Spiš normální tvary.** Tleskám. I starší modelky. **Prostě super.** Jen jedno nechápu. Musí se všechny povinně tvářit, jako moje tchýně?“*

(Novinky.cz, žena)

Ať už pozitivní, či dnes čím dál častější neutrální přístup k tělu není v podstatě jen o přijímání různých typů postav, ale o změně pohledu společnosti na tělo vůbec. Podporuje zdravější vztah k vlastnímu tělu (i k ostatním) a tím i respekt v diskuzi. Pozitivní přístup k tělu je proto důležitým protipólem v boji proti všudypřítomné kultuře „fat shamingu“ a negativismu na internetu.

7.4. Absence konvenčních velikostí („odezdikezdismus“)

Posledním názorovým proudem, který si v této práci dovoluji zmínit, využíval k argumentaci takzvaný „odezdikezdismus“. Nejedná se o odborný pojem, ale přirovnání, které sami komentující používali a pro jeho výstižnost ho využijí pro pojmenování této kategorie.

Tento výraz se dá také vyjádřit jako „z extrému do extrému“. Pointa je v tom, že zdí reprezentují právě extrémy. Jeden extrém je obezita, tím druhým (a tedy druhou zdí) je pak podvýživa či extrémní štíhlost. Komentující si pak primárně stěžují na nedostatečné zastoupení „**něčeho mezi** těmito dvěma extrémy“, tedy mají poptávku po ženách konvenční velikosti.

*„Je to už docela **extrém, jak se změnilo modelky dle nařízení z EU.** Na lecktere se už nedá koukat, hlavně že **ale splňují nařízení** 😞 ...“*

(Proženy.cz, muž)

V komentáři výše je zajímavé, že komentující z webu Proženy.cz vnímá zobrazování plus-size žen jako určité kvóty nebo něco, co musí podléhat nařízením, když mají být zobrazovány i ženy jiných tvarů. Můžeme zde pozorovat zapojení i takzvaného euroskepticismu, což je negativní postoj vůči evropské integraci. Komentující má pocit, že plus-size ženy jsou zobrazovány právě vlivem Evropské unie a autor komentáře se tak vyhraňuje vůči změnám a požadavkům, které z EU přicházejí.

*„... ale **toto je opačný extrém** a bylo by načase se zamyslet nad svým jídelníčkem.“*

(Proženy.cz, žena)

*„**Je to ode zdi ke zdi, samý extrém. Bud' vyzáblá nebo obézní.** Zlatým středem je přirozeně rostlá žena s přiměřenými křivkami, ale dnes snad už ani pěkná "obyčejnost" nikoho neláká...“*

(Proženy.cz, žena)

*„Definice **odezdikezdikezdizdismu** hodná do učebnic. **Nejdříve vychrtlé, klučičí vššáky na oblečení, ted' vyvržení vorvani.**“*

(Proženy.cz, muž)

Tito komentující jsou ale specifičtí dalším rysem, a to, že jsou **tolerantní nejméně ze všech skupin**. Ty totiž podporují konvenční až štíhlou postavu, zatímco „odezdikezdisté“ jsou i proti štíhlým postavám a de facto jsou jejich komentáře plné body shamingu jak ke štíhlým, tak k plus-size modelkám. Ukázkou tohoto tvrzení jsou dva poslední komentáře zmíněné v této sekci. „**Vššáky na oblečení**“ (označení pro velmi štíhlé modelky), nebo „**vyvržení vorvani**“ (animalizace a fat shaming plus-size žen). Modelky se tak této komentující skupině svojí vizáží nezavděčí prakticky nikdy.

8. Výsledky výzkumu

Při shrnutí výsledků mého výzkumu se pokusím poodhalit diskurz online diskuzí, které názorně ilustrují současné postoje k „body image“ a genderovým rolím v prostředí českého internetu. V následujících řádcích odhalím převládající genderové stereotypy, které přetrvávají v online komunitách a nabízejí pochopení sociální dynamiky. Výsledky mého výzkumu také odhalí základní proudy názorů, předsudky a sociální konstrukty, které je utvářejí.

8.1. Diskurz v online diskuzích o body image a plus-size ženách

Diskurz o tělesném vzhledu a ženách s nadměrnou velikostí v internetových diskuzích je, jak bylo možné číst v této práci, poměrně složitý a mnohotvárný. Moje analýza ukázala, že zahrnuje aktivní vyjednávání o společenských normách a osobních identitách, přičemž účastníci přinášejí různé perspektivy formované jejich zkušenostmi a společenskými vlivy.

Vyjednávání je zvláště patrné ve způsobu, jakým účastníci reagují na ženy s nadměrnou velikostí v kontextu módy. Internetové diskuze, jak vyplývá z komentářů pod články na internetových stránkách o dámské módě, ukazují dynamickou výměnu názorů mezi potvrzováním a zpochybňováním převládajících standardů krásy, kde prim stále hraje „štíhlé, a tedy i zdravé“ tělo. Účastníci často manévrují mezi podporou pozitivního přístupu k tělu a udržováním tradičních ideálů krásy, což odráží širší společenské konflikty týkající se ideálů krásy a s nimi spojené stereotypy.

Ženské hlasy se výrazně zasazují o tělesnou rozmanitost a sdílejí osobní zkušenosti, které často zpochybňují společenské normy týkající se tělesné velikosti a krásy. Tyto diskuse se netýkají pouze potvrzení tělesné velikosti, ale také přetváření narativu o tom, co představuje krásu a kdo ji určuje. Účastnice často využívají osobní vyprávění ke spojení s ostatními, nabízejí solidaritu a podporují pocit společenství mezi těmi, kteří se cítí marginalizováni běžnými standardy krásy.

Na druhou stranu mužské hlasy v těchto diskuzích bývají méně časté, ale jsou-li přítomny, stojí za pozornost. Často zastávají tradičnější názory na krásu a zdůrazňují atributy, které jsou obvykle oslavovány v mainstreamových médiích. Ač jsem touto prací nepokryla, jak se dynamika změnila, pokud do ní vstoupil muž, vznáším myšlenku, že by

další výzkum rozvíjející tuto myšlenku mohl být poměrně zajímavý a přinést nový vhled do tohoto fenoménu.

Diskurz je navíc utvářen anonymní povahou online interakcí, což umožňuje upřímnější vyjádření podpory či nesouhlasu. Tato anonymita může někdy vést k přímější konfrontaci škodlivých stereotypů, ale může také poskytovat štít pro šíření negativity nebo kritiky bez odpovědnosti.

8.2. Pozice mužů a žen v diskuzích o plus-size módě

V diskuzích o módě plus size hrají ženské a mužské hlasy odlišné role a každý z nich přispívá k diskurzu o tělesné kráse a inkluzivitě módy jiným způsobem. Pozorovala jsem výrazný kontrast v tom, jak pohlaví ovlivňuje perspektivy sdílené na online fórech. S úplnou jistotou samozřejmě nemohu určit, s jakou frekvencí se dané zmínky objevovaly, a to pro limity, které má kvalitativní výzkum.

Tabulka 5 Poměr komentujících mužů a žen pro jednotlivé dámské online magazíny

Online magazín	Komentáře publikované muži	Komentáře publikované ženami	Nelze určit pohlaví pisatele
Novinky.cz	84 (33,9 %)	163 (65,7 %)	1 (0,4 %)
Proženy.cz	279 (26,1 %)	786 (73,5 %)	5 (0,5 %)
iDNES (Ona Dnes)	71 (81,6 %)	15 (17,2 %)	1 (1,2 %)

Účastnice diskuze jsou spíše zastánkyněmi rozmanitosti tělesných tvarů a často diskutují o svých osobních zkušenostech s problémy s tělesnou vizáží. Hrají zásadní roli v prosazování pozitivního přístupu k tělu a usilují o změnu narativu týkajícího se standardů krásy. Jejich příspěvky mají zásadní význam při zpochybňování společenských norem a prosazování přijetí všech typů těla. Ženy ve svých komentářích často zdůrazňují sebezpřijetí a zpochybňují tradiční standardy krásy. Osobně jsem v dynamice diskuze měla možnost vidět, že ženy více pracovaly s argumenty založenými na emocích, osobních příbězích, rodině nebo obhajobě plus-size žen z hlediska tělesných změn, které se v průběhu života ženy objevují (porod, hormonální změny, menopauza, chronická onemocnění a s nimi spojená medicína).

Mužské hlasy se v těchto diskusích objevují méně často, ale jsou pozoruhodné tím, že často posilují tradiční standardy krásy. Pokud se účastníci mužského pohlaví zapojí do těchto fór, jejich komentáře se obvykle zaměřují spíše na tradiční názory na atraktivitu, což může přispívat k marginalizaci osob s nadměrnou velikostí. Ačkoli ne všechny mužské příspěvky jsou negativní, existuje výrazný trend, kdy mužské komentáře zahrnují narážky obsahující fat shaming, častěji podkládají své komentáře „racionálními důvody“ a méně pracují s empatií nebo pochopením situace. Výrazně převládal pohled, který komentoval (ne)atraktivitu žen a uváděl je do sexualizovaného kontextu.

8.3. Argumenty mužů a žen

Vyjednávací diskurz v internetových diskusích o plus-size módě ukazuje jasný rozdíl mezi argumenty, které používají muži a ženy. Moje analýza zjistila, že ačkoli oba přispívají do diskuse, často používají různé typy rétoriky a zaměřují se na různé aspekty problému na základě svého pohledu na body image a společenské normy.

Ženy v těchto diskusích často využívají **osobní zkušenosti a emocionální apely**, aby se zasadily o větší akceptaci různých tvarů těla a pochopení kontextu, který se pojí k plnějším křivkám. Komentáře žen například často zahrnují osobní boje nebo potvrzení vlastní hodnoty a pozitivního přístupu k tělu. To odráží tendenci zpochybňovat společenské normy a prosazovat širší definici krásy, která zahrnuje všechny tělesné velikosti. Argumenty žen se často snaží posílit, podpořit ostatní, kteří čelí podobným problémům, a upevnit tak komunitu porozumění a přijetí.

Mužské komentáře se naopak zaměřují spíše na **obecné normy krásy a zdravotní problémy**. Argumenty mužů se někdy více shodují s tradičními názory na zdraví a estetiku, kdy komentáře mohou zdůrazňovat vnímání důležitosti udržování „zdravé“ tělesné hmotnosti nebo kritizovat módu plus-size z hlediska konvenční atraktivity. Takové argumenty často nejsou přímo konfrontovány se základními společenskými tlaky, ale spíše posilují stávající narativy o zdraví a kráse.

Avšak je nutné poznamenat, že by **vnímání této problematiky nemělo být vnímáno černobíle**. I když byly tyto argumenty dominantněji zastoupeny daným pohlavím, tak nebylo výjimkou, že se v diskuzi objevily ženy, které diskutovaly obecné normy krásy nebo další ženy shazovaly pro jejich nízkou atraktivitu. Naopak se objevovali také muži, kteří plus-size ženy podporovali.

8.4. Projev genderových stereotypů v online diskuzi

Při zkoumání toho, jak jsou genderové stereotypy zastoupeny v online diskusích o ženách s nadměrnou velikostí, vedla analýza ke zjištění, že tyto stereotypy jsou hluboce zakořeněné a v diskurzu se projevují velmi výrazně. V komentářích se často objevují stereotypy týkající se lenosti, nedostatečné péče o sebe a neatraktivitu, které zobrazují ženy plus-size v negativním světle.

Zdůrazňování lenosti a nedostatku péče o sebe

Mnoho komentářů odráží převládající stereotyp, podle kterého jsou ženy s nadváhou líné a nestarají se o sebe. Tento stereotyp je často rozšířen jako domněnky o jejich osobní disciplíně a smyslu pro módu, což naznačuje, že ženy plus-size mají ve srovnání se štíhlejšími ženami menší estetické cítění, vkus a schopnost péče o sebe. V kontextu módy pak ženy byly kritizovány za to, jaké kousky si na sebe jsou schopny vzít a vyjít v nich ven. Objevovaly se i narážky na zanedbaný vzhled. Někteří plus-size ženy popisovali až „nechutně“, a to v kontextu tělesných tekutin nebo nepříjemného zápachu, čímž jen potvrzovali společenské stigma, které se k plus-size ženám pojí.

Žena by měla být štíhlá a krásná

Ženy s nadměrnou velikostí byly často přísně posuzovány na základě toho, zda odpovídají tradičním standardům krásy a zda jsou dostatečně atraktivní. Zmínky komentujících naznačují, že ženy s nadměrnou velikostí by se měly buď přizpůsobit určitým módním normám nebo se vůbec v kontextu s módou neobjevovat (plus-size ženy by neměly být modelkami, protože to není hezké), přičemž se často používá „fat shaming“ a objevuje se vůči nim i „hate speech“. Velká část komentářů sledovanou skupinu žen dehumanizuje a objektivizuje.

Ženy jsou jen objektem pro uspokojení a potěšení

Komentáře často redukuje plus-size ženy jen na pouhé objekty pro estetické hodnocení nebo sexuální touhy a neberou v úvahu jejich autonomii a individualitu jako

člověka. Toto jednání působilo často jako ponižující, ale také utvrzovalo představu, že ženská těla jsou určena především pro ukojení tužeb a mužských potřeb.

Zároveň pro mě byl zajímavý i narativ, který se objevil jen velmi okrajově, ale ve svém okolí jsem ho již také zaslechla – pokud má žena nadváhu, je klidnější a není tolik přísná jako ženy štíhlé postavy, které se stresují ohledně vlastního vzhledu.

Plus-size ženy se do svého vzhledu „vyžraly“ a „vyvály“

Další sociální stigma, které se v diskuzích často vyskytovalo. Osoby v diskuzi měly tendence vnímat plus-size problematiku velmi ploše – že ženy, které mají tvary, automaticky nemají ve svém životě žádný pohyb a že „*jen s kamarádkami vysedávají po kavárnách a jedí dortíky*“ (citace z diskuze). Ti, kteří problematiku komentovali tímto způsobem, zcela ignorovali, že nadváha má mnoho faktorů pro svůj vznik. Od socioekonomického statusu, přes zdravotní stav až po genetiku. Takový styl komunikace pak téma dále jen stigmatizuje a jedinci vyšší váhy, kteří jsou vystaveni takovému tlaku společnosti, mohou cítit zvýšené napětí v situacích, jako je návštěva restaurace nebo při sportovních aktivitách.

V prostředí online diskusí jsou genderové stereotypy o ženách s nadměrnou velikostí hluboce zakořeněné a zároveň jasně viditelné. Tyto diskuse jsou plně předpojatých názorů, které často vykreslují ženy s nadměrnou velikostí jako líné a zanedbávající péči o sebe sama. Staví je do nepříznivého kontrastu se štíhlými ženami, u nichž se předpokládá lepší disciplína, smysl pro módu a péče o svou osobu. Redukce žen s nadměrnou velikostí na pouhé objekty estetického posuzování nebo sexuální touhy popírá jejich schopnost jednat a jejich individualitu. Takové komentáře, ponižující a potvrzující patriarchální normy, utvrzují představu, že ženská těla existují především pro uspokojení mužů. Zajímavé je, že v diskurzu se občas objevuje kontrastní narativ, podle něhož jsou ženy plus-size vnímány jako klidnější a méně kritické ve srovnání se svými štíhlými protějšky. Obecně lze charakter diskuze označit jako velmi toxický a plný škodlivých stereotypů.

8.5. Vztah online toxicity a sledovaných diskusí

Diskurz o plus-size modelkách a kouscích oblečení, které na sobě mají, bývá víc než jen debatou o estetice – prolíná se s většími společenskými otázkami, jako jsou genderové role

a povaha společenské přijatelnosti. Tento průsečík často vyvolává silné emoce a s nimi spojenou **online toxicitu**, která se projevuje agresivním chováním, jako je fat shaming.

Online médium, které je ze své podstaty **anonymní** (a tím komentujícím dodává pocit snížené odpovědnosti za zveřejněné názory), se stává prostředím, které toto toxické často chování posiluje. Diskuze se pak zaměřovaly spíše na negativní aspekty nadváhy a obezity než na podporu pozitivního dialogu o zobrazování různých typů postav v online prostoru.

Fenomén „fat shamingu“ v internetových diskusích výrazně narušuje průběh diskuze a obecně šířený diskurz – ovlivňuje tak veřejné vnímání osob s nadměrnou velikostí. Tento typ toxicity nejenže zpochybňuje snahy o prosazování inkluzivnějšího pohledu na krásu, ale také utužuje stigmatizaci plus-size jedinců. Taková toxicita zároveň může odrazovat od zapojení se do diskuze například i jedince, kteří by mohli přijít s konstruktivní zpětnou vazbou nebo vědecky podloženými argumenty. Zároveň jednotlivá toxická vyjádření mohou čtenáře z řad plus-size emocionálně poškodit, ať už z pohledu vnímání sebe sama nebo chování se k ostatním.

Online média mají velký potenciál pro to být prostorem, který mění diskurz o různých typech postav a propaguje pozitivní přístup k inkluzi. Stereotypizace a z toho často plynoucí vylučování menšin však brání v posunu společenského názoru směrem k pozitivnějšímu vnímání osob, které zcela neodpovídají tradičním ideálům krásy.

Závěr

Ve své práci jsem se věnovala mezilidské komunikaci v prostředí online diskuzí na zpravodajských a lifestylových webech. Konkrétně jsem zvolila prostředí, kde bylo možné předpokládat zesílení jednotlivých jevů, které se pojí s online a de facto anonymní komunikací, navíc se jednalo o poměrně kontroverzní téma, které jde často ruku v ruce s různě polarizovanými názory. Navíc zvolené weby patřily k těm nejpoblárnějších na českém internetu a některé diskuzní sekce nabízely přehledku nejrůznějších argumentů od lidí z různých prostředí.

Předpoklad, že právě diskuze pod online články o plus-size módě v online dámských časopisech, bude podhoubím pro online toxicitu a vyjednávání podložené stereotypy, se mi potvrdil. Pro analýzu byla použita kvalitativní analýza, konkrétně kritická analýza diskurzu, kde jsem pracovala s feministickou teorií a s jevy spojenými s tělesným obrazem. Orientovala jsem se tedy na analýzu mediálního prostředí, zvolené strategie a pro zajímavost jsem zapojila také genderový aspekt celé problematiky, jelikož právě ten se celou diskuzí prolínal od začátku do konce.

V této práci jsem v rámci dosažení cílů identifikovala hlavní komunikační strategie, tendence a argumenty, které se objevují v prostředí sledovaných online diskuzí vůči „plus-size ženám“ a odhalila hned několik škodlivých stereotypů, které často vedly k narušení konstruktivního průběhu diskuze. Diskuze tak pozbývaly hlubšího zamyšlení se nad celou problematikou.

Celkem jsem odpověděla na pět výzkumných otázek, které se týkaly diskurzivního vyjednávání v online diskuzích, online toxicity a jejího vlivu na diskuzi, rolí, které zastávali v diskuzi muži a ženy, a v neposlední řadě argumentů, které volí, a stereotypy, které je velmi významně ovlivňují.

Mezi hlavní přínosy tohoto výzkumu patřilo otevření diskuze ohledně různých typů postav. Osobní motivací v tomto případě byly mé zkušenosti z marketingu zaměřeného na módu, kde jsem se velmi často setkávala s agresí a nevybíravými komentáři pod články a fotografiemi, které byly zveřejněny jako inspirace pro plus-size ženy. Příspěvky o nadměrné módě a stylingu pro různé postavy byly sdíleny s dobrým úmyslem o inkluzivnější přístup. A to proto, že odhadem až 95 % příspěvků zobrazovalo ženy štíhlé až velmi štíhlé, ale v moment, kdy bylo publikováno těch 5 % s těly konvenčních velikostí a tvarů (které vídáme

denně na ulici nebo koupalištích), strhla se vlna negativity a argumentů, které zmiňovaly propagaci obezity.

Tyto poznatky budou nasdíleny se společností GLAMI, která mě ke zpracování této analýzy zásadně inspirovala, a kde jsme se s inkluzivnější komunikací na základě objevujících se komentářů snažili pracovat více. Ač v marketingovém týmu této společnosti již nadále nepůsobím, věřím, že mé bývalé kolegyně poznatky z tohoto výzkumu využijí pro komunikaci, která je založena na reálných argumentech, které se v online prostředí vyskytují.

Zároveň si moc přeji, aby se témata jako je diskriminace „nešťhlých“, ale zároveň obecně jednání vůči ženám, otevíralo více. Jsem si jista, že skvělou platformou pro mě jako pro studentku je i právě tato diplomová práce, jež na tyto jevy poukazuje.

I když jde o běh ještě na dlouhá léta, každý jeden výzkum a daty podložená tvrzení nás posouvají zase o kousek blíže k chápající a empatictější společnosti.

Summary

My work has focused on interpersonal communication in the environment of online discussions on news and lifestyle websites. Specifically, I chose an environment where it was possible to expect an amplification of the various phenomena associated with online and anonymous communication, and where it was a rather controversial topic that often goes hand in hand with various polarized opinions. Moreover, the chosen websites were among the most popular on the Czech Internet and some discussion sections offered a variety of arguments from people from different backgrounds.

My assumption that the discussion under online articles about plus-size fashion in online women's magazines would be the breeding ground for online toxicity and negotiation-based stereotypes was confirmed. Qualitative analysis was used for the analysis, specifically critical discourse analysis, where I worked with feminist theory and phenomena associated with body image. Thus, I focused on the analysis of the media environment, the chosen strategy and, for interest's sake, I also included the gender aspect of the whole issue, as it was the one that intertwined the whole discussion from beginning to end.

In this thesis, in order to achieve the objectives, I identified the main communication strategies, tendencies and arguments that appear in the environment of the online discussions towards "plus-size women" and revealed several harmful stereotypes that often led to disruption of constructive discussion or deeper reflection on the whole issue.

In total, I answered five research questions that addressed the discursive negotiation in online discussions, online toxicity and its influence on the discussion, the roles of men and women in the discussion, and last but not least, the arguments they choose and the stereotypes that influence them in a very significant way.

One of the main contributions of this research was to open up the discussion. A personal motivation in this case was my background in fashion-oriented marketing, where I very often encountered aggression and indiscriminate comments under articles and photos that were posted as inspiration for plus-size women. Posts about plus-size fashion and styling for different body types were shared with good intentions of being more inclusive. This is because an estimated 95% of the posts on social media depicted slim to very slim women, but the moment the 5% with bodies of conventional sizes and shapes (that we see every day

on the street or in swimming pools) were published, a wave of negativity and arguments that mentioned the promotion of obesity swept in.

These insights will be shared with GLAMI, which was a major inspiration for this analysis, and where we have been working on more inclusive communication based on the comments that have emerged. Although I am no longer in the marketing team at this company, I believe that my former colleagues will use the insights from this research to communicate based on real arguments that occur in the online environment.

At the same time, I really wish that more people would discuss topics such as discrimination against the "non-skinny", but also the treatment of women from men (and actually other women too) in general. I am sure that this thesis, which highlights these phenomena, is a great platform for me as a student.

Although it is a run for many years to come, each and every research and data-based article moves us one step closer to a more understanding and empathetic society.

Citovaná literatura

1. **Ašenbrenerová, Ivana. 2013.** *Proč nám vládne kult štíhlosti.* Praha : Vlasta, 2013. 0139-6617.
2. **Babey, Susan H., Wolstein, Joelle a Diamant, Allison L. 2015.** Role Models and Social Supports Related to Adolescent Physical Activity and Overweight/Obesity. *Health Policy Brief.* Červenec 2015, stránky 1-7.
3. **Bakan, Sezen. 2024.** 'Legging legs' proves social media's days of body-image toxicity are far from over. *The News Daily.* [Online] 01. Únor 2024. [Citace: 21. Duben 2024.] <https://www.thenewdaily.com.au/life/2024/02/01/social-media-legging-legs>.
4. **Barlett, Christopher P. 2019.** *Predicting Cyberbullying Research, Theory, and Intervention.* Kansas : Elsevier Science, 2019. stránky 321-325. 9780128166550.
5. **Basinger, Erin D, a další. 2023.** What Do People Say About Coping Communally (Or Not) with Sexual Health Stress in Online Forums? *Western Journal of Communication.* 2023, DOI: 10.1080/10570314.2023.2251031, str. 58.
6. **Bateman, Patrick J a Gray, Peter H, Butler, Brian S. 2011.** Research Note—The Impact of Community Commitment on Participation in Online Communities. *Information Systems Research.* 4, 2011, 22, stránky 841-854.
7. **BBC. 2015.** BBC. *Would you be beautiful in the ancient world?* [Online] 10. Leden 2015. [Citace: 17. Březen 2024.] <https://www.bbc.com/news/magazine-30746985>.
8. **Bennett, Judith M. 2007.** *History Matters: Patriarchy and the Challenge of Feminism.* místo neznámé : University of Pennsylvania Press , 2007. 9780812220049.
9. **Bernard, P., Mangez, N., & Klein, O. 2014.** Obese people=Animals?: Investigating the implicit "animalization" of obese people. 2014, Sv. 16, 2, stránky 40-44.
10. **Bossi, Giada. 2021.** *Always Platinum Commercial Campaign 2021.* [YouTube]. [účink.] Zoe Lätizia Flindris. Always, 2021.
11. **Bourdeloie, Hélène a Larochelle, Dimitra Laurence. 2023.** Fatphobia: construction, representations and discourses. *Journal of Gender Studies.* 6, 2023, 32.

13. **Brignall, Thomas a Van Valey, Thomas. 2005.** The impact of Internet communications on social interaction. *Sociological Spectrum*. 2005, Sv. 25, 3, stránky 335-348.
14. **Brignall, Thomas W. 2005.** The impact of internet communications on social interaction. *Sociological Spectrum*. 2005, 25, stránky 335-348.
15. **Calogero, R. M., Boroughs, M. a Thompson, J. K. 2007.** The Impact of Western Beauty Ideals on the Lives of Women: A Sociocultural Perspective. *The Body Beautiful*. 2007, stránky 259-298.
16. **CNC. n.d..** Blesk. *Czech News Center*. [Online] n.d. [Citace: 1. Duben 2024.] <https://www.cncenter.cz/tituly/blesk>.
17. **Collins, Patricia Hill. 2019.** *Intersectionality as Critical Social Theory*. New York : Duke University Press, 2019. 9781478005421.
18. **cz.nic. n.d..** Komunikace přes Internet . *Jak na internet*. [Online] CZ.NIC, z. s. p. o., n.d. [Citace: 21. Duben 2024.] <https://www.jaknainternet.cz/page/1236/komunikace-pres-internet/>.
19. **ČTK. 2018.** Deník. *Babiš: Syn a jeho matka již pochopili, jak je novináři zneužili*. [Online] 18. Listopad 2018. [Citace: 6. Březen 2024.] https://www.denik.cz/z_domova/babis-syn-a-jeho-matka-jiz-pochopili-jak-je-novinari-zneužili-20181118.html.
20. **Davis, Grace. 2024.** History of Feminism. *Gender sexuality resource center*. [Online] Princeton, 2024. [Citace: 29. Březen 2024.] <https://www.gsrc.princeton.edu/history-of-feminism>.
21. **Engeln-Maddox, R. 2006.** Buying a beauty standard or dreaming of a new life? Expectations associated with media ideals. *Psychology of Women Quarterly*. 2006, 30, stránky 258-266.
22. **Ermida, Isabel. 2023.** *Hate speech in social media: linguistic approaches* . místo neznámé : Palgrave Macmillan, Cham, 2023. 9783031382482.
23. **eset. 2022.** eset: Digital Security Guide. *Co je to doxing a jak se mu bránit?* [Online] 3. Říjen 2022. [Citace: 6. Březen 2024.] <https://digitalsecurityguide.eset.com/cz/co-je-to-doxing-a-jak-se-mu-branit#h2-0>.
24. **Ezzy, Douglas. 2013.** *Qualitative analysis: practice and innovation*. 1. Londýn : Routledge, 2013. str. 50. 9781315015484.

26. **Farrell, Amy Erdman. 2011.** *Fat Shame: Stigma and the Fat Body in American Culture*. New York : NYU Press, 2011. stránky 82-100. 9780814728345.
27. **Fialová, Ludmila. 2001.** *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha : Karolinum, 2001. 9788024601731.
28. **Freedman, Estelle B. 2002.** *No Turning Back: The History of Feminism and the Future of Women* . místo neznámé : Profile Books Ltd, 2002. 9781861973450.
29. **Fuente del Campo, Antonio, MD. 2002.** Beauty: Who Sets the Standards? *Aesthetic Surgery Journal*. 2002, stránky 267-268.
30. **Fulwood, Alice. 2023.** Can being thinner make women richer? *The Economist*. [Online] 2. Červen 2023. [Citace: 20. Březen 2024.] <https://www.economist.com/films/2023/06/02/can-being-thinner-make-women-richer>.
31. **Gernsbacher, Ann. 2014.** Internet-based Communication. *Discourse Processes*. 2014.
32. **Giles, David. 2012.** *Psychologie médií*. Česko : Grada, 2012. str. 56. 9788024739212.
33. **Given, Florence. 2020.** *Women Don't Owe You Pretty*. místo neznámé : Andrews McMeel Publishing, 2020. 9781524857561.
34. **Golis, Ondřej. 2013.** Lidovky. *Zveřejnění čísel Nečase a spol. není trestným činem, řekla policie*. [Online] 3. Březen 2013. [Citace: 6. Březen 2024.] https://www.lidovky.cz/domov/za-zverejneni-cisel-necase-a-spol-policie-ztohoven-nepotresta.A130302_135829_in_domov_ogo.
35. **Griffin, Meredith, Bailey, K. Alysse a Lopez, Kiberly J. 2022.** #BodyPositive? A critical exploration of the body positive movement within physical cultures taking an intersectionality approach. *The History, Culture and Sociology of Sports*. 2022, 4.
36. **Griffin, Meredith, Bailey, K. Alysse a Lopez, Kimberly J. 2022.** #BodyPositive? A critical exploration of the body positive movement within physical cultures taking an intersectionality approach. *Front. Sports Act. Living*. 10. Říjen 2022, 4.
37. **Heinberg, Leslie J., Altabe, Madeline a Tantleff-Dunn, Stacey. 1999.** *Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance First Edition*. New York : Amer Psychological Assn, 1999. 978-1557985415.

38. **Hendl, Jan. 2023.** *Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace*. 5. Praha : Portál, 2023. 978-80-262-1968-2.
39. **Heroine. 2024.** Intersekcionalita. *Heroine*. [Online] 2024. [Citace: 24. Březen 2024.] <https://www.heroine.cz/slovník/intersekcionalita>.
40. **Himes, Susan M. a Thompson, J. Kevin. 2007.** Fat Stigmatization in Television Shows and Movies: A Content Analysis. *Obesity*. 3, 2007, 15, stránky 712-716.
41. **Holland, E. a Haslam, N. 2013.** Worth the Weight. *Psychology of Women Quarterly*. 2013, Sv. 37, 4, stránky 462-468.
42. **Howard, Jacqueline. 2018.** The history of the ‘ideal’ woman and where that has left us. *CNN*. [Online] 9. Březen 2018. [Citace: 21. Březen 2024.] <https://edition.cnn.com/2018/03/07/health/body-image-history-of-beauty-explainer-intl/index.html>.
43. **Chen, J., a další. 2019.** Association Between the Use of Social Media and Photograph Editing Applications, Self-esteem, and Cosmetic Surgery Acceptance. *AMA Facial Plast Surg*. 1. Zář 2019, Sv. 21, 5, stránky 361-367.
44. **Kellie, D. J., Blake, K. R. a Brooks, R. C. 2019.** What drives female objectification? An investigation of appearance-based interpersonal perceptions and the objectification of women. *PLoS ONE*. 2019, Sv. 14, 8.
45. **Kilbourne, Jean. 2021.** Jean Kilbourne: “Ads not only sell products; they sell concepts of love, success, sexuality, and normalcy.”. *The Overview*. [Online] 25. Srpen 2021. [Citace: 24. Březen 2024.] <https://theoverview.art/jean-kilbourne-the-image-of-women-in-advertising-sexism-stereotypes/>.
46. **KnowYourMeme. 2010.** Know your meme. *Trolling / Troll*. [Online] 2010. [Citace: 5. Březen 2024.] <https://knowyourmeme.com/memes/trolling-troll>.
47. **Kotvaldová, Anna. 2023.** Naše těla by krása definovat neměla. Body positivity už nestačí, přichází neutralita. *Heroine*. [Online] 11. Leden 2023. [Citace: 31. Březen 2024.] <https://www.heroine.cz/body-image/11849-nase-tela-by-krasa-definovat-nemela-body-positivity-uz-nestaci-prichazi-neutralita>.
48. **Krausová, Nina a Knollová, Josefina. 2021.** Internetem bezpečně. *HATE SPEECH A ANONYMITA*. [Online] 11. Listopad 2021. [Citace: 6. Březen 2024.] <https://www.internetembezpecne.cz/hate-speech-a-anonymita/>.

50. **Krulišová, Judith. 2018.** 100+1. *Femme fatale starověku: Kdo byla krásná Helena Trojská?* [Online] 30. Listopad 2018. [Citace: 17. Březen 2024.] <https://www.stoplusjednicka.cz/femme-fatale-staroveku-kdo-byla-krasna-helena-trojska>.
51. **Lindqvist, A., Sendén, Gustafsson, M. a Renström, E. A. 2021.** What is gender anyway: A review of the options for operationalising gender. *Psychology & Sexuality*. 2021, Sv. 12, 4, stránky 332-344.
52. **MaFra.cz.** Mladá fronta DNES. *Mediální skupina MAFRA*. [Online] [Citace: 14. Duben 2024.] <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-mfd.htm>.
53. —. Zpravodajský portál iDNES.cz. *Mediální skupina MAFRA*. [Online] [Citace: 1. Duben 2024.] <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-idnes.htm&cat=internet>.
54. **Mavis, Henriques a Debasis, Patnaik. 2020.** Social Media and Its Effects on Beauty. 2020, stránky 1-9.
55. **Meta. 2024.** Zásady komunity na Facebooku. *Transparency Center*. [Online] 2024. [Citace: 24. Únor 2024.] <https://transparency.fb.com/cs-cz/policies/community-standards/>.
56. **MightyNetworks. 2023.** What Is A Forum? *Mighty Networks*. [Online] 20. září 2023. [Citace: 30. leden 2024.] <https://www.mightynetworks.com/resources/online-forum>.
57. **Milkie, Melissa. 2002.** Contested Images of Femininity: An Analysis of Cultural Gatekeepers' Struggles with the "Real Girl" Critique. *Gender & Society*. 1. Prosinec 2002, 6.
58. **Miller, Courtney, Cohen, Sophie a Klug, Daniel. 2022.** "Did you miss my comment or what?" Understanding Toxicity in Open Source Discussion. 2022.
59. **Moore, Alfred. 2009.** Experts and Anecdotes The Role of "Anecdotal Evidence" in Public Scientific Controversies. *Science, Technology, & Human Values*. Září 2009, Sv. 34, 5, stránky 654-677.
60. **Morosini, Daniela. 2023.** How Ozempic Changed the Face of Beauty. *Business of fashion*. [Online] 30. Listopad 2023. [Citace: 19. Březen 2024.] <https://www.businessoffashion.com/articles/beauty/how-ozempic-changed-the-beauty-industry/>.

62. **Novinky.cz.** Tiráž. *Novinky.cz.* [Online] Seznam.cz. [Citace: 14. Duben 2024.] <https://www.novinky.cz/p/tiraz>.
63. **Nutter, Sarah, a další. 2023.** Changing the global obesity narrative to recognize and reduce weight stigma: A position statement from the World Obesity Federation. *Obesity Reviews.* 25, 17. Říjen 2023, 1.
64. **NZIP. 2023.** Národní zdravotnický informační portál Vyhledávací pole. *Normální váha.* [Online] 2023. [Citace: 21. Březen 2024.] <https://www.nzip.cz/rejstrikovy-pojem/3031>.
65. **Orel, Miroslav, Obereignerů, Radko a Mentel, Andrej. 2016.** *Vybrané aspekty sebepojetí dětí a adolescentů.* Olomouc : Univerzita Palackého, 2016. 978-80-244-4991-3.
66. **Park, Joonsuk, a další. 2012.** Park, J., Klingel, S., Cardie, C., Newhart, M.J., Farina, C., & Vallbé, J. (2012). Facilitative moderation for online participation in eRulemaking. Digital Government Research. *Digital Government Research.* 2012, str. 178.
67. **Pavlik, John V. 2008.** *Media in the Digital Age.* Velká Británie : Columbia University Press, 2008. p. 8. 9780231142083.
68. **Peyer, Nancy. 2024.** What is Plus Size? *Sumissura.* [Online] 28. Únor 2024. [Citace: 21. Březen 2024.] <https://www.sumissura.com/en-us/blog/what-is-plus-size>.
69. **Pluckrose, Helen a Lindsay, James. 2020.** *Cynical Theories.* místo neznámé : Swift Press, 2020. 9781800750043 .
70. **Policie, ČR. 2011.** Policie České republiky – KŘP Královéhradeckého kraje. *Víte co je KYBERŠIKANA?* [Online] P, 2011. [Citace: 4. Březen 2024.] <https://www.policie.cz/clanek/vite-co-je-kybersikana.aspx>.
71. **Povey, Kate. 2021.** Manifold. *Beauty Standards.* [Online] 2021. [Citace: 17. Březen 2024.] <https://uw.manifoldapp.org/read/beauty-standards/section/cff23c1e-aced-4e24-b14e-25a2728170d3>.
72. **Pressler, Melissa. 2023.** Post-Moderation The Pros and Cons. *Lasso Moderation.* [Online] 21. Březen 2023. [Citace: 23. Březen 2024.] <https://www.lassomoderation.com/blog/post-moderation-pros-and-cons/>.

74. —. **2023.** Pre-Moderation The Pros and Cons. *Lasso Moderation*. [Online] 21. Březen 2023. [Citace: 23. Březen 2024.] <https://www.lassomoderation.com/blog/pre-moderation-pros-and-cons/>.
75. —. **2023.** Proactive Moderation The Pros and Cons. *Lasso Moderation*. [Online] 21. Březen 2023. [Citace: 23. Březen 2024.] <https://www.lassomoderation.com/blog/proactive-moderation-pros-and-cons/>.
76. —. **2023.** Reactive Moderation The Pros and Cons. *Lasso Moderation*. [Online] 21. Březen 2023. [Citace: 23. Březen 2024.] <https://www.lassomoderation.com/blog/reactive-moderation-pros-and-cons/>.
77. —. **2023.** What is Content Moderation? The Ultimate Guide. *Lasso Moderation*. [Online] 23. Únor 2023. [Citace: 23. Březen 2024.] <https://www.lassomoderation.com/blog/what-is-content-moderation-the-ultimate-guide/#what-are-the-different-types-of-content-moderation>.
78. **Proženy.cz. 2024.** Domovská stránka. *Proženy.cz*. [Online] 14. Duben 2024. [Citace: 14. Duben 2024.] <https://www.prozeny.cz/>.
79. **Rampton, Martha. 2015.** Four Waves of Feminism. *Pacific University Oregon*. [Online] 25. Říjen 2015. [Citace: 29. Březen 2024.] <https://www.pacificu.edu/magazine/four-waves-feminism>.
80. **Ransom, Danielle C, a další. 2010.** Interpersonal interactions on online forums addressing eating concerns. *Int J Eat Disord.* . 2010, Sv. 2, DOI: 10.1002/eat.20629, stránky 161-170.
81. **Redstockings. (n.d.).** The Miss America Protest: 1968. *Redstockings*. [Online] (n.d.). [Citace: 29. Březen 2024.] <https://www.redstockings.org/index.php/themissamericaprotest>.
82. **Romm, Sharom. 1987.** Washington Post. *BEAUTY THROUGH HISTORY THE CHANGING IDEAL*. [Online] 26. Leden 1987. [Citace: 17. Březen 2024.] <https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/wellness/1987/01/27/beauty-through-history/301f7256-0f6b-403e-abec-f36c0a3ec313/>.
83. **Salminen, J., a další. 2020.** Topic-driven toxicity: Exploring the relationship between online toxicity and news topics. *PLoS ONE.* 2, 2020, 15, stránky 1-24.

85. **Sattler, Rober. 2020.** Čeští miliardáři a jejich média. Komu u nás patří klíčové stanice, vydavatelství a weby? *Forbes.cz*. [Online] Forbes, 10. Říjen 2020. [Citace: 6. Duben 2024.] <https://forbes.cz/cesti-miliardari-a-jejich-media-komu-u-nas-patri-klicove-stanice-vydavatelstvi-a-weby/>.
86. **SCS.** heteronormativita. *Slovník cizích slov*. [Online] [Citace: 29. Březen 2024.] <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/heteronormativita>.
87. **Seznam.cz. 2024.** Domovská stránka. *Seznam.cz*. [Online] 1. Duben 2024. [Citace: 1. Duben 2024.] <https://www.seznam.cz/>.
88. **Shi, Xiaolin, a další. 2009.** ResearchGate. *User Grouping Behavior in Online Forums*. [Online] Červen 2009. [Citace: 2024.] https://www.researchgate.net/publication/221653367_User_Grouping_Behavior_in_Online_Forums.
89. **Schneiderová, Soňa. 2016.** *Analýza diskurzu a mediální text*. Praha : Karolinum, 2016. 978-80-246-2971-1.
90. **Soffer, O., Adovasio, J. M. a Hyland, D. C. 2000.** The “Venus” Figurines Textiles, Basketry, Gender, and Status in the Upper Paleolithic. *Current Anthropology*. August-October, 2000, Sv. 41, 4, stránky 511-537.
91. **Stearns, Peter N. 2002.** *Fat History: Bodies and Beauty in the Modern West*. New York : NYU Press, 2002. 0814798241.
92. **Stellner, František. 2023.** *Úvod do studia historie*. Praha : Karolinum, 2023. str. 44. 9788024654768.
93. **Strandberg, Kim a Grönlund, Kimmo. 2012.** Online Deliberation and Its Outcome—Evidence from the Virtual Polity Experiment. *Journal of Information Technology & Politics*. 2012, Sv. 9:2, stránky 167-184. DOI: 10.1080/19331681.2011.637709.
94. **Suler, J. 2004.** The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*. 2004, Sv. 7, 3, stránky 321-326.
95. *Survival of the Prettiest*. **Etcoff, Nancy. 1999.** New York : New York Times, 1999. 0-385-47854-2.
96. **SZÚ. 2024.** Nadváha a obezita. *Státní zdravotní ústav*. [Online] 2024. [Citace: 21. Březen 2024.] <https://szu.cz/temata-zdravi-a-bezpecnosti/podpora-zdravi/nadvaha-a-obezita/>.

97. **Šponerová, Adéla. 2023.** Lék pro diabetiky zneužívají zdraví, aby zhubli. Ministerstvo už omezilo jeho předepisování. *ČT24*. [Online] 15. Červen 2023. [Citace: 19. Březen 2024.] <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/domaci/lek-pro-diabetiky-zneužívaji-zdravi-aby-zhubli-ministerstvo-uz-omezilo-jeho-předepisovani-5352>.
98. **Tiggemann, M., Polivy, J., & Hargreaves, D. 2009.** The Processing of Thin Ideals in Fashion Magazines: A Source of Social Comparison or Fantasy? *Journal of Social and Clinical Psychology*, . 2009, Sv. 28, 1, stránky 73–93
99. **Udris, R. 2014.** Cyberbullying among high school students in Japan: Development and validation of the Online Disinhibition Scale. *Computers in Human Behavior*. 41, 2014, stránky 253-261.
100. **Valentine, Matthew. 2021.** ‘Tested on real curves’: How Dove made us see beauty differently. *Marketing week*. [Online] 27. Srpen 2021. [Citace: 31. Březen 2024.] <https://www.marketingweek.com/inside-story-dove-real-beauty/>.
101. **Vincent, James. 2020.** Facebook is now using AI to sort content for quicker moderation. *The Verge*. [Online] 13. Listopad 2020. [Citace: 24. Únor 2024.] <https://www.theverge.com/2020/11/13/21562596/facebook-ai-moderation>.
102. **Voggeser, B. J., Singh, R. K. a Göritz, A. S. 2018.** Self-control in online discussions: Disinhibited online behavior as a failure to recognize social cues. *Frontiers in Psychology*. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.02372, 2018, Sv. 8, 2372, stránky 1-11.
103. **Wanniarachchi, Vajisha U, Scogings, Chris a Mathrani, Anuradha. 2022.** Fat stigma and body objectification: A text analysis approach using social media content. *Digital Health*. 15. Srpen 2022, 8.
104. **WHO. 2024.** Gender and health. *World Health Organization*. [Online] 2024. [Citace: 24. Březen 2024.] https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1.
105. **— . 2024.** Obesity and overweight. *World Health Organization*. [Online] 1. Březen 2024. [Citace: 21. Březen 2024.] <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>.
106. **Wintour, Anna. 2013.** Former Vogue editor: The truth about size zero. *The Gurdian*. [Online] 5. Červenec 2013. [Citace: 17. Březen 2024.] <https://www.theguardian.com/fashion/2013/jul/05/vogue-truth-size-zero-kirstie-clements>.

107. **Wright, S. a Street, J. 2007.** Democracy, deliberation, and design: The case of online discussion forums. *New Media & Society*. 2007, Sv. 9, 5, stránky 849-869.
108. **Wright, S. 2006.** Government-run online discussion fora: Moderation, censorship and the shadow of control. *BJPIR*. 4, 2006, Sv. 8, 4, stránky 551-563.
109. **Yamout, Fadi, Issa, Jenny a Ghaddar, Alia. 2019.** Beauty Standards set by Social Media and their Influence on Women's Body Image. *Proceedings of POM Beirut*. 2019, stránky 61-67.
110. **Yujie, Zhang, a další. 2022.** The Mediating Role of New Media Engagement in This Digital Age. *Frontiers in Public Health*. 2022, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.879530>, stránky 2, 8.

Články použité ve vzorku dat

Novinky.cz, sekce Žena a styl

Lažanská, L. NOVINKY.CZ, *Milánský týden módy ovládla přehlídka Dolce & Gabbana* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/zena-styl-milansky-tyden-mody-ovladla-prehlicka-dolce-gabbana-40424099>

Lažanská, L. NOVINKY.CZ, *Influencerka ukazuje, že se outfity slavných dají nosit i ve větší velikosti*. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/zena-styl-beata-rajska-nejsem-jen-navrharka-ale-i-ekonomka-40399232>. [cit. 2024-03-27].

Lažanská, L. NOVINKY.CZ, *Přehlídku značky Valentino ovládly ženy plnějších tvarů* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/zena-styl-prehlicku-znacky-valentino-ovladly-zeny-plnejsich-tvaru-40387242>

Šeflová, S. NOVINKY.CZ, *Beata Rajska: Nejsem jen návrhářka, ale i ekonomka* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/zena-styl-beata-rajska-nejsem-jen-navrharka-ale-i-ekonomka-40399232>

iDNES.cz, sekce Onadnes.cz

Hykl, M. IDNES, ONA DNES. *Máte boky jako skříň? Naučte se oblékat je s šarmem a elegancí* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/onadnes/moda/jak-se-oblekat-siroke-boky-zadecek.A220120_141820_jpz-krasa-moda_skld.

Hykl, M. IDNES, ONA DNES. *Modelka se začala mít ráda až s kily navíc, hrdě je ukazuje světu* Zdroj: https://www.idnes.cz/onadnes/moda/modelka-plus-size-postava-krivky-dieta-boubelka-slava.A220811_084140_modni-trendy_bib [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/onadnes/moda/asymetrie-trend-moda-inspirace-tyden-mody.A221122_141448_modni-trendy_syk.

Protivanská, L. IDNES, ONA DNES. *Při práci se tělo mění v nástroj. Vím, jak ho použít, říká plus size modelka* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/onadnes/moda/plus-size-modelka-modeling-natalie-debnarova-postava.A221206_151106_modni-trendy_albe.

Snellgrove, K. IDNES, ONA DNES. *Dejte šanci asymetrii. Dokáže zvýraznit křivky i skryt problematické partie* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/onadnes/moda/asymetrie-trend-moda-inspirace-tyden-mody.A221122_141448_modni-trendy_syk.

Snellgrove, K. IDNES, ONA DNES. Široké kalhoty sluší úplně všem, stačí jen vybírat podle typu postavy [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/onadnes/moda/siroke-kalhoty-modni-trendy-podle-postavy.A220110_174335_modni-trendy_syk.

Proženy.cz

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. *Vnadné křivky ve spodním prádle prodávají! Nová kampaň boří stereotypy a není sama* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/krasa-a-moda-moda-calvin-klein-predstavil-novou-tvar-sve-kampane-do-spodniho-pradla-svlekl-rapperku-85241>.

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. *Máte velikost 42 a výš? Nejkrásnější podzimní šaty, ve kterých vyniknou vaše ženské tvary.* Online. 2022. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/krasa-a-moda-moda-mate-velikost-42-a-vys-nejkrasnejsi-podzimni-saty-ve-kterych-vyniknou-vase-zenske-tvary-84576>. [cit. 2024-03-27].

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. *Plisované sukně jsou stále trendy a sluší každému! Sáhnout můžete po klasice i výrazných kusech.* Online. 2022. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/krasa-a-moda-moda-plisovane-sukne-jsou-stale-trendy-a-slusi-kazdemu-sahnout-muzete-po-klasice-i-vyraznych-kusech-84051>. [cit. 2024-03-27].

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. *Zvonáče vrací úder! Zkuste místo džínové klasiky sáhnout třeba po růžových či manšestrových.* Online. 2022. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/krasa-a-moda-moda-zvonace-vraci-uder-zkuste-misto-dzinove-klasiky-sahnout-treba-po-ruzovych-ci-mansestrovych-83727>. [cit. 2024-03-27].

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. *Nejhezčí spodní prádlo podzimu: Sexy budete v petrolejové, karamelové i růžové* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/krasa-a-moda-moda-nejhezci-spodni-pradlo-podzimu-sexy-budete-v-petrolejove-karamelove-i-ruzove-83428>.

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. *Přece je tam nenecháte! Nádherné šaty, které nyní najdete ve slevách. Začínáme už na 199 Kč* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/prece-je-tam-nenechate-nadherne-saty-ktere-nyni-najdete-ve-slevach-zaciname-uz-na-199-kc-82548>.

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. *Nejkrásnější krajkové podprsenky, v nichž se budete cítit i vypadat skvěle! Pro malá i velká nadra* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/nejkrasnejsi-krajkove-podprsenky-v-nichz-se-budete-citit-i-vypadat-skvele-pro-mala-i-velka-nadra-82421>.

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. *Nejhezčí letní šaty na ramínka: Sluší všem postavám!* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/nejhezci-letni-saty-na-raminka-slusi-vsem-postavam-81526>.

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. Nejhezčí bavlněné šaty na léto: pohodlnější to už být nemůže! [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/nejhezci-bavlnene-saty-na-leto-pohodlnejsi-to-uz-byt-nemuze-81503>.

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. Zimní kabáty, kožichy a bundy podle Kim Kardashian [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/zimni-kabaty-kozichy-a-bundy-podle-kim-kardashian-77444>.

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. Romantické halenky s nabíranými rukávy: jaké si mají vybrat ženy s větší velikostí a s čím je nosit. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/romanticke-halenky-s-nabiranymi-rukavy-jake-si-maji-vybrat-zeny-s-vetsi-velikosti-a-s-cim-je-nosit-79623>. [cit. 2024-03-27].

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. Nejhezčí šaty z plus size kolekci: jsou pohodlné a dokonale zvýrazní to, co zvýraznit mají [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/nejhezci-saty-z-plus-size-kolekci-jsou-pohodlne-a-dokonale-zvyrazni-to-co-zvyraznit-maji-79429>.

Drlíková, P. PROŽENY.CZ. Zvýrazní pas a zamaskují břicho: hledejte šaty s uzly či řasením. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/zvyrazni-pas-a-zamaskuji-brisko-hledejte-saty-s-uzly-ci-rasenim-79199>. [cit. 2024-03-27].

Müllerová, L. PROŽENY.CZ. Slavné dámy v průsvitných modelech [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/slavne-damy-v-prusvitnych-modelech-77878>.

Zborovská, J. PROŽENY.CZ. *Pro dámy s větší konfekční velikostí: Tyhle kousky teď ulovíte ve slevách a unesete je i na podzim!* [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/pro-damy-s-vetsi-konfekcni-velikosti-tyhle-kousky-ted-ulovite-ve-slevach-a-unosite-je-i-na-podzim-82365>.

Zborovská, J. PROŽENY.CZ. Nejhezčí plavky pro ženy s křivkami: Dvoudílné i v celku, výrazné vzory i jednobarevné [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/dvoudilne-i-v-celku-vyrazne-vzory-i-jednobarevne-nejhezci-plavky-pro-zeny-s-krivkami-81180>.

Zborovská, J. PROŽENY.CZ. Pro dlouhonohé i ženy se silnějšími stehny: jak si vybrat kraťasy, aby padly skutečně všem [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/kratasy-si-muzete-dovolit-s-jakoukoli-postavou-podle-ceho-vybrat-strih-aby-vam-padly-dokonale-80892>.

Zborovská, J. PROŽENY.CZ. Rafinovaný dekolt Jitky Čvančarové, nebo božský kabát Jennifer Lopez. Vyzkoušejte také zelenou!. Online. 2022. [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/rafinovany-dekolt-jitky-cvancarove-i-bozsky-kabat-jennifer-lopez-slavne-krasky-v-zelene-80320>.

Zborovská, J. PROŽENY.CZ. Overall podle typu postavy: vyberte si, který padne jak ulitý právě vám [online]. 2022 Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/overall-podle-typu-postavy-vyberte-si-ktery-padne-jak-ulity-prave-vam-79827>. [cit. 2024-03-27].

Zborovská, J. PROŽENY.CZ. Nejhezčí minišaty na jaro: slušet budou i plným křivkám. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/nejhezci-minisaty-na-jaro-sluset-budou-i-plnym-krivkam-79833>. [cit. 2024-03-27].

Zborovská, J. PROŽENY.CZ. Nosíte větší konfekční velikost? Nebojte se slimek ani moderních mom jeans, budou vám slušet [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/nosite-vetsi-konfekcni-velikost-nebojte-se-slimek-ani-modernich-mom-jeans-budou-vam-sluset-78842>.

Zborovská, J. PROŽENY.CZ. Móda pro ženy s křivkami: Vyberte si o polovinu levnější džíny, triko nebo sako [online]. 2022 [cit. 2024-03-27]. Dostupné z: <https://www.prozeny.cz/clanek/moda-pro-zeny-s-krivkami-vyberte-si-o-polovinu-levnejsi-dziny-triko-nebo-sako-78200>.

Teze Diplomové práce

SCHVÁLENO

7.10.23

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce													
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:													
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Mirka Jonášová	Razítko podatelny: <table border="1"><tr><td colspan="3">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne:</td><td>-7-09-2023</td><td>-1-</td></tr><tr><td>Čj:</td><td>202</td><td>Příloha:</td></tr><tr><td colspan="3">Přiděleno:</td></tr></table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	-7-09-2023	-1-	Čj:	202	Příloha:	Přiděleno:		
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd													
Došlo dne:		-7-09-2023	-1-										
Čj:		202	Příloha:										
Přiděleno:													
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2022/2023													
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: 70976658@fsv.cuni.cz													
Studijní program/forma studia: Mediální studia/kombinovaná forma													
Název práce v češtině: Na velikosti záleží: Kvalitativní analýza diskuzí pod články o plus-size módě v dámských online magazínech													
Název práce v angličtině: Size matters: a qualitative analysis of discussions under plus-size fashion articles in women's online magazines													
Předpokládaný termín dokončení: LS 2023/2024													
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): V digitálním věku se online platformy staly kritickým prostorem, který usnadňuje výměnu názorů na mnoho témat. Kromě informací je tak internet současně poskytovatelem prostoru pro demokratizaci hlasu, toxicitu a časté diskurzivní střety. Do centra pozornosti se v posledních letech dostává například fenomén online deliberace kolem zobrazování „body standards“ a reprezentace jedinců plus-size velikosti. Plus-size móda se totiž v posledních letech stává významnou součástí módního průmyslu a s tím i mediálního diskurzu. Přestože se stále častěji objevuje v mainstreamových médiích, její přijetí a reprezentace se stále setkává s určitým odporem a objevuje se jev zvaný fat shaming. Médium debat – online diskuze – totiž často umocňuje nezdvořilost a propůjčuje se fenoménu online toxicity. Téma plus-size reprezentace žen není jen debatou o estetice nebo osobních preferencích – protíná se s většími společenskými problémy, včetně nastavení genderových rolí, standardů krásy a samotné povahy společenské přijatelnosti. Předpokladem pro výzkum je, že genderové stereotypy ohledně standardů a zobrazování těl jsou často ovlivněny patriarchálními strukturami a že tyto standardy se mohou pravděpodobně odrážet i v online diskuzích. V kontextu mediálních studií se tento výzkum nezaměřuje přímo na postoje jednotlivců, ale analyzuje diskurz v online sféře kolem daného fenoménu na případové studii plus-size módy. Chci zjistit, jakým způsobem (česká) společnost diskutuje (a dále tak tvaruje) obraz plus-size žen v online prostředí. Celý výzkum bude zpracován feministickou optikou a důraz bude kladen na význam a roli online diskusních fór v širším mediálním rámci.													
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Tato práce se zaměřuje na analýzu diskurzu v diskuzích pod články (a příspěvky na Facebooku je sdílejícími) o plus-size módě v dámských online magazínech. Výzkum bude rozebírat online diskuze pod články věnovanými velikosti plus-size v oblasti módy – od outfitů plus-size celebrit až po doporučení vhodného oděvu. Odhalovány budou opakující se jevy v příspěvcích diskutujících, od konstruktivního dialogu po škodlivé stereotypy. Cílem mé práce je hloubkově prozkoumat a analyzovat prostředí online diskuzí týkající se plus-size módy v dámských online magazínech, a tak identifikovat hlavní argumenty a tendence v online komunikaci a postojích k plus-size ženám v kontextu feministické teorie. To mi pomůže zhodnotit, jaká													

je převažující konstrukce plus-size žen v české online veřejné sféře, což může mít zásadní dopady na sebepojetí a život mnoha lidí v české společnosti. Konkrétně se zaměřím na tyto výzkumné otázky:

- Jakým způsobem se v online diskuzích pod články a příspěvky na sociálních sítích diskutuje o body image a plus-size ženách? Jak je tělesnost diskutována v online diskuzích v kontextu plus-size módy?
- Jakou pozici zaujímají ženské a mužské hlasy v genderovém diskurzu v diskuzích o plus-size módě?
- Jaké volí mužské a ženské hlasy v diskuzi argumenty? Jak se od sebe odlišují?
- Odpovídají opakující se argumenty v online diskuzích společenským stereotypům o plus-size ženách?
- Jak se projevují genderové stereotypy v reprezentacích plus-size žen v online diskuzích?
- Jaký je vztah mezi online toxicitou a diskuzemi o plus-size módě a tělesnosti?

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. Teoretická část

- a. Vymezení základních pojmů a zpracování kontextu: Nová média, online diskuze, online deliberace, plus-size, standardy krásy
- b. Vymezení klíčových pojmů: fat shaming, dopad sociálních sítí na sebepojetí, online toxicita, společenské dopady online toxicity, stereotypizace, genderové role, genderové stereotypy, genderové stereotypy ve vizuálních médiích, objektivizace, feministické teorie spojené s body image: *Culture of thinness*, *Weight as power and control* a *Anxieties about female appearance*

2. Metodologie

- a. Tematická analýza
- b. Analýza diskurzu

3. Analytická část

- a. Sběr komentářů pro jednotlivá média – diskuze na webu a Facebooku
- b. Kódování komentářů
- c. Tematická analýza
- d. Analýza diskurzu

4. Výsledky výzkumu

- a. Interpretace výsledků kvalitativní analýzy
- b. Porovnání výsledků s teoretickým rámcem (Feministická teorie)

5. Závěr

- a. Shrnutí zjištění
- b. Doporučení na základě výzkumu

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

- Sledované online magazíny a databáze publikovaných článků: Blesk pro ženy (prozeny.blesk.cz/), Proženy (prozeny.cz/) a OnaDnes (idnes.cz/onadnes/), Novinky – kategorie Žena a styl (<https://www.novinky.cz/sekce/zena-styl-39>)
- Sledované období: **01.01.2022-01.01.2023** články publikované v období a příspěvky na Facebooku je sdílející, totožné období.
- Články budou ručně vybírány ze seznamu publikovaných článků podle klíčových slov (a jejich skloňovaných variant):
 - Plus-size / plus size,
 - Plnoštíhlá (postava),
 - Nadměrné velikosti,
 - Boubelka,
 - Krev a „mlíko“ / mléko,
 - XXL – a vyšší označení velikosti.

<ul style="list-style-type: none"> ○ Silnější. <ul style="list-style-type: none"> ● A zároveň obsahují alespoň jedno ze slov: móda / módní / oblékat / outfit / oblečení nebo se přímo věnuje módě (obsahuje jiná klíčová slova související s módou – např. šaty, plavky apod.). ● Příspěvky na Facebooku budou vybírány ručně – podmínkou je, aby byl sdílen text ze seznamu publikovaných článků ve sledovaném období.
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Teoretický rámec Popis historie feminismu s důrazem na feministickou teorii reprezentace a tělesnosti. Dále rozeberu několik klíčových pojmů, včetně objektivizace, intersekcionality, dynamiky moci, fat shamingu, genderových rolí, online toxicity, genderových stereotypů a genderových stereotypů ve vizuálních médiích. ● Sběr dat Shromažďování textových dat, v tomto případě online diskuzí souvisejících s tématy plus-size módy. Sledovány budou diskuze pod články a příspěvky je sdílející na sociální síti Facebook. ● Kódování Základem tohoto kvalitativního výzkumu je kódování, které zahrnuje organizování částí dat do tematických kategorií. (Například fat shaming a online toxicita, genderové stereotypy, objektivizace.) Umožňuje strukturovanou analýzu a pomáhá při identifikaci vzorců v datech a jejich kategorizaci. Kódování budu průběžně revidovat dle sesbíraných dat. ● Tematická analýza Po kódování budou data analyzována, abych identifikovala opakující se témata a vzorce v datech. Důraz je kladen na pochopení kontextu diskuzí, hledání témat a jejich konečné pojmenování. ● Analýza diskurzu Další metodologická vrstva, v níž budou analyzovány jazykové vzorce, často využívané obraty a bude sledováno, jak jazyk odráží genderové vnímání a předsudky, stereotypy.
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SALDANA, J. The coding manual for qualitative researchers. Sage, 2021 ISBN-13: 978-1473902497 Kniha zahrnuje řadu typů kódování, od základních po pokročilé, což zajišťuje její relevanci pro výzkumníky ve všech fázích. Saldaña se noří do témat, jako jsou analytické poznámky, procesy kódování a kategorizace kódu. 2. STRAUSS, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research techniques and procedures for developing grounded theory. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Text poskytující náhled do základních technik kvalitativního výzkumu v oboru sociálních věd a procesů při užívání zakotvené teorie. 3. RILEY, Sarah, Adrienne EVANS a Martine ROBSON. Postfeminism and Body Image. Routledge, 2022. ISBN 9780376172831. Kniha zpochybňuje konvenční pohledy na obraz těla v postfeministickém kontextu. Zabývá se současnými problémy souvisejícími s pozitivním vnímáním těla, imperativem transformace a "svalnatou" maskulinitou, přičemž zdůrazňuje paradoxní povahu moderních bojů o obraz těla. Text odhaluje, jak se utlačovatelské normy týkající se obrazu těla často maskují pod pozitivními alternativami. 4. PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální sítě: poststrukturalismus, diskurzivní analýza a genderová identita. Praha: Oeconomica, 2010. Průhledy (Academia). ISBN 978-80-245-1742-1. Antonín Pavlíček v díle "Nová média a sociální sítě: poststrukturalismus, diskurzivní analýza a genderová identita" představuje hloubkovou analýzu toho, jak nová média a sociální sítě ovlivňují a utvářejí naše chápání genderových identit a postavení v kontextu poststrukturalistického myšlení.

5. OSVALDOVÁ, B. *Česká média a feminismus*. Praha: Libri, 2004, ISBN 80-86429-31-8. Autorka publikace zpracovává problematiku feminismu a jeho podoby na české mediální scéně, přesněji v organizační, obsahové a historické oblasti působení českých tiskových médií.
6. OAKLEY, A. *Pohlaví, gender a společnost*. Přel. Milena Poláčková a Martin Poláček. Praha: Portál, 2000, 176 s. ISBN 80-7178-403-6. Tématika postupného vývoje postavení mužů a žen ve společnosti. Kniha patří ke klasickým textům disciplíny gender studies.
7. MONEY, C. N., 2017. *Do the Clothes Make the (Fat) Woman: The Good and Bad of the Plus-Sized Clothing Industry*. Siegel Institute Ethics Research Scholars, [online] 1(1). Available at: <https://digitalcommons.kennesaw.edu/siers/vol1/iss1/1/>. Cílem této práce je pochopit, zda průmysl účinně vychází vstříc této demografické skupině, nebo ji přehlídí. Cenné poznatky, jak velké ženy vnímají samy sebe a jak jsou zastoupeny v masmédiích, se záměrem zpochybnit společenské normy a podpořit sebevědomí těla.
8. LAUREN D. P.; *On Fat Clothes: Unraveling Plus-Size Design Discourse*. *Design Issues* 2022; 38 (1): 17–28. doi: https://doi.org/10.1162/desi_a_00667. O tom, jak je oblečení plus-size, jakožto podkategorie konfekce, hluboce spjato s historií diet, cvičení, standardizovaných velikostí a industrializace výroby oděvů v USA.
9. FARREL, A. E. (2011). *Fat shame: Stigma and the fat body in American culture*. New York University Press. Dílo přibližující kulturu fatshamingu v návaznosti na feminismus a gender v americké kultuře. Věnuje se také definici fatshamingu a kontextu v návaznosti na něj.
10. OSVALDOVÁ, B. a R. KOPÁČ, ed. *Co je bulvár, co je bulvarizace*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3229-2. Publikace mapující v jednotlivých kapitolách nekomplexněji bulvární historii současným českým bulvárním prostředím, zabývá se důvody bulvarizace médií, atraktivitou témat i postoji, odstupem nadhledem, které by měl čtenář k bulváru chovat.
11. FIALOVÁ, L. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-7. Kniha se zabývá nejen mýtem dokonalého, krásného těla, ale zejména analýzou českých médií, psychologického vlivu médií na vnímání vlastního těla a celkovým přístupem masmédií k zobrazování postavy a vztahu člověka a těla.
12. GROGAN, S. *Body image: psychologie nespokojenosti s vlastním tělem*. Praha: Grada, 2000. *Psyché (Grada)*. ISBN 80-7169-907-1. Mezi hlavní témata Body image v této publikaci patří idealizace štíhlosti. Nespokojenost žen s vlastním tělem, vliv veřejných sdělovacích prostředků, který je pro tuto práci stěžejní.
- Diplomové a disertační práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)
1. BEČVÁŘOVÁ, Lucie. *Obezita a fat shaming v médiích na příkladu Patricie Solafíkové a Super.cz*. 2019. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Krobová, Tereza.
 2. JIRKŮ, Veronika. *Fat Shaming in Children's Literature* [online]. Brno, 2020 [cit. 2023-06-01]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/jzogo/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce Pavla BUCHTOVÁ.
 3. KOCANDOVÁ, Vendula. *Proměna prezentace ženskosti v časopise Cosmopolitan mezi lety 1997 až 2019* [online]. Brno, 2020 [cit. 2023-06-01]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/jpgi4/>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Iva ŠMÍDOVÁ.
 4. KOLÁČKOVÁ, Martina. *Jak ženy v České republice reflektují způsob zobrazování žen v reklamě*. Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Vochocová, Lenka.
 5. KRAJČOVÁ, Jana. *Série publicistických interview na téma XL móda v České republice pro magazín Elle* [online]. Brno, 2015 [cit. 2023-06-01]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/of5se/>.

Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Lenka WASCHKOVÁ ČISAŘOVÁ.

6. MRÁZKOVÁ, Tereza. *Případová studie pořadu Tloušťci - reality show jako cesta ke štěstí*. Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Reifová, Irena.

Datum / Podpis studenta/ky

7. 10. 2023

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.

7. 10. 2023

PhDr. Lenka Vochočová, Ph.D.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PŘÍJÍMÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVÁLUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.

Seznam obrázků, tabulek a příloh

Obrázky

Obrázek 1 Ženy, které představovaly ideály tělesné krásy (zleva: Venuše, M. Monroe, Twiggy, K. Kardashian)

Obrázek 2 Siluety sošek Venuší

Obrázek 3 Helena Trójská (femme fatale starověku)

Obrázek 4 Obézní dospělí podle příjmového kvantilu

Obrázek 5 Hnutí Redstockings bojující za liberaci žen při protestu proti soutěži Miss America v roce 1971. Jedna z protestujících drží tabuli s nápisem: „Women are enslaved by beauty standards,“

Obrázek 6 Vizualizace vlivu objektivizace v prostředí sociálních sítí na jednotlivce

Obrázek 7 Ukázka „body positive“ kampaně od Dove zobrazující „reálné křivky“

Obrázek 8 Ukázka prezentace článku o plus-size módě v magazínu Proženy.cz, na úvodní fotce článku figuruje zpěvačka Lizzo v poloprůhledných šatech

Obrázek 9 Screenshot z reklamy na Always, kde figuruje plus-size modelka Zoe Lätizia Flindris

Obrázek 10 Koláž fotografií ze článku Influencerka ukazuje, že se outfity slavných dají nosit i ve větší velikosti

Obrázek 11 Koláž fotografií ze článku Přehlídka značky Valentino ovládly ženy plnějších tvarů (jeden komentující značku označil jako Válec Tino)

Tabulky

Tabulka 1 Obecně známé stereotypy

Tabulka 2 Přehled článků a relevance pro výzkum

Tabulka 3 Sledované informace a metriky v diskuzi

Tabulka 4 Velikost vzorku pro jednotlivé online magazíny

Tabulka 5 Poměr komentujících mužů a žen pro jednotlivé dámské online magazíny

Přílohy

Příloha 1 Screenshoty ze sociálních sítí, které zobrazují videa ohledně mikrotrendu „legging legs“

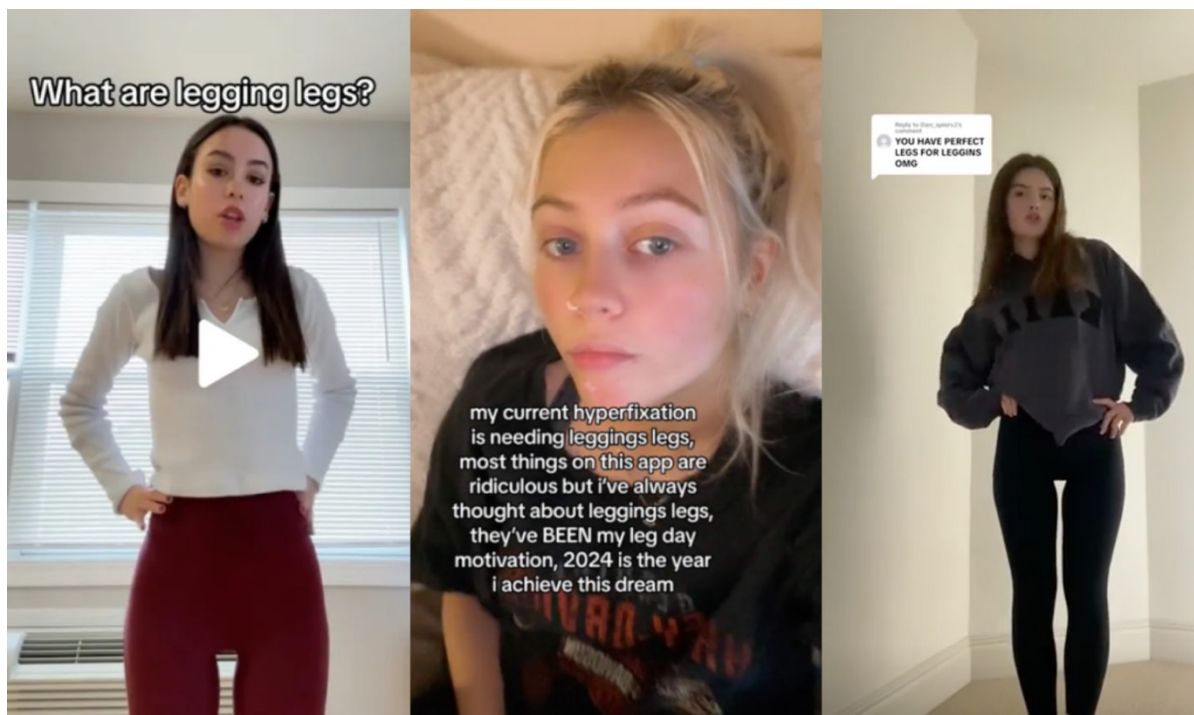
Příloha 2 Ukázka diskuze, kde se komentující žena přiznala k tomu, že píše z manželova profilu

Příloha 3 Ukázka flamingu v diskuzi, kde se střetává podporující hlas s kritickým a následně na sebe útočí

Sbíraná data z jednotlivých diskuzí jsou pro svůj rozsáhlý obsah k nalezení v osobním archivu autorky, dostupná jsou na vyžádání.

Přílohy

Příloha 1 Screenshoty ze sociálních sítí, které zobrazují videa ohledně mikrotrendu „legging legs“



Zdroj: Sociální síť TikTok

Příloha 2 Ukázka diskuze, kde se komentující žena přiznala k tomu, že píše z manželova profilu

██████████ Před 1 rokem

Žádný overal jsem nikdy (z praktických důvodů) nevlastnila a ani by mne nikdy nenapadlo si ho pořizovat. Uznávám ho pouze pro miminka a malé caparty. Přesto se mi nabídka (až na výjimky) líbí. Tou výjimkou je bílé zápasnické kimono (druhý model v pořadí) a pak pár pracovních úborů na způsob montérek (hlavně ty vojenské khaki s holinami). Ostatní modely působí velice pěkně, žensky, sexy... A až na jeden případ (s šerednými pánskými polobotkami) onomu ležérnímu stylu odpovídají i vhodné a pěkné botičky, které celý outfit nádherně doladí.. Takže závěrem shrnuto a potvrzeno - i když to sama nenosím, nabídka je (po dlouhé době) opravdu hezká, modely mají šmrnc a působí příjemně... Pouze malá noticka ohledně modelek. Všem zde zobrazeným to sluší, ale všechny (navzdory textu) mají štíhlé postavy. Pro ženy s postavou XL (a více) asi není overal úplně to pravé ořechové, pro ně bych volila spíš krásné lehké letní šaty, ve střihu, který jim sluší a cítí se v něm dobře. Střevičky ale, prosím, ponechat - tedy neměnit za kecky ! Můj názor... A hezký den a nadcházející víkend všem !

Odpovědět   17

██████████ Před 1 rokem

██████████ No nevím, jak by overal slušel panu ██████████. Umím si představit montérky.

Odpovědět    8

██████████ Před 1 rokem

██████████ Paní píše z manželova profilu.

Odpovědět   1

██████████ Před 1 rokem

██████████ Vy si myslíte, že mě to nenapadlo, ale potřebovala jsem si to ověřit. Vy to asi nevíte jistě, že?

Odpovědět    2

██████████ Před 1 rokem

██████████ Vím.

Odpovědět   3

██████████ Před 1 rokem

██████████ Ano, jsem žena, pouze z lenosti, pohodlnosti (a také částečnému odporu k počítačové technice) využívám (nebo i zneužívám) mužův profil. On na tyto stránky (stejně jako na bulvární plátky) nikdy nechodí... Děkuji za pochopení a přeji hezký den !

Odpovědět   1


Zdroj: Proženy.cz

Příloha 3 Ukázka flamingu v diskuzi, kde se střetává podporující hlas s kritickým a následně na sebe útočí

 Před 1 rokem
Každé "zboží" má svého kupce. Každopádně se mi líbí komentáře pánů, co tu křičí fuj, ale žádný se "nepochlubí" ani profilovou fotečkou. Většinou ti, co jsou nejvíc nároční, nemají sami co nabídnout 😏
Odpovědět · ❤️ 46

 Před 1 rokem
Jakože tlusta zenska je min tlusta, kdyz ji hodnoti tlustej chlap?
Taky bychom mohli udelat anketu, kdo z mistnich panu se predvadi jako model.
Zatimco tlushny "modelky" jsou vsude, nejak jsem si nevsiml, ze by se nekde promenadovali pupkouni po mole. Byl by na ne asi stejny pohled ...
Odpovědět · ❤️ 25

 Před 1 rokem
Ale já reagovala na tu potřebu to komentovat takovým stylem, jakým pánové v diskuzi hodnotili. Kdyby tady byly fotky tlustých pánů, můžu si myslet co chci, ale rozhodně nebudu psát fuj a podobně. Prostě to nemám zapotřebí 🙄 A z vlastní zkušenosti vím, že nejvíc keců mívají nevzhlední pánové, kteří by sami měli na sobě máknout, ale myslí si, že jsou neodolatelní 😏
Odpovědět · ❤️ 11

 Před 1 rokem
Typické placnutí do vody. To stim nesouvisí. Obezni baba, stejně jako obezni chlap by meli byt tercem posmechu a opovrzeni. Az na vyjimky, je to ukazka slabosti, malosti a nechutnosti.
Odpovědět · ❤️ 24

 Před 1 rokem
Obezita není rozhodně nic zdravého. Toť vše. Váš názor, že bych se takovým lidem měla smát je primitivní a vaši malost jste právě předvedl.
Odpovědět · ❤️ 26

Zdroj: Proženy.cz