

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra psychologie

**BODY IMAGE, STRAVOVACÍ NÁVYKY A ZKUŠENOST
S VYBRANÝM INTERNETOVÝM OBSAHEM U ČESKÉ
ADOLESCENTNÍ A MLADÉ DOSPĚLÉ POPULACE**

BODY IMAGE, EATING HABITS, AND EXPERIENCE WITH SELECTED
INTERNET CONTENT IN THE CZECH ADOLESCENT AND YOUNG
ADULT POPULATION



Diplomová práce

Autor:

Bc. Tereza Merhoutová

Vedoucí práce:

Mgr. Jaroslava Suchá, Ph.D.

Olomouc

2024

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla velice poděkovat vedoucí této práce Mgr. Jaroslavě Suché, Ph.D., za všechny čas, který mi v průběhu psaní práce věnovala a za cenné rady, které mi umožnily tuto práci napsat. Také ji děkuji za nesmírnou podporu a odborné vedení.

Dále bych chtěla poděkovat Mgr. Heleně Pipové, Ph.D., za čas, který věnovala konzultacím týkajících se této práce, a hlavně za její podnětnou zpětnou vazbu.

Mé díky patří všem zákonným zástupcům a vedením škol, kteří umožnili realizaci výzkumné části práce. Samozřejmě děkuji všem respondentům, kteří se zapojili. Bez nich by tato práce neexistovala.

Na závěr bych ráda poděkovala svému okolí, své rodině, svému příteli a nejbližším přátelům, za podporu, které se mi z jejich strany po celou dobu studia dostávalo.

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma: „Body image, stravovací návyky a zkušenost s vybraným internetovým obsahem u české adolescentní a mladé dospělé populace“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne 1. 4. 2024

Podpis

OBSAH

ÚVOD.....	5
TEORETICKÁ ČÁST.....	7
1 Ontogeneze.....	8
1.1 Pubescence.....	8
1.2 Adolescence.....	10
1.3 Mladá dospělost.....	12
2 Internetový obsah.....	15
2.1 Sociální sítě.....	15
2.2 Pro-ana a pro-mia komunity.....	17
2.3 Rizikový internetový obsah.....	17
2.4 Body positive obsah.....	20
2.5 Výzkumy z českého prostředí.....	21
3 Body image.....	25
3.1 Vymezení pojmu body image.....	25
3.2 Specifika body image v pubescentním věku.....	34
3.3 Specifika body image v adolescenci.....	36
3.4 Specifika body image v mladém věku.....	39
3.5 Vliv médií na body image.....	40
3.6 Negativní body image a související rizika.....	42
4 Vztah k jídlu.....	44
4.1 Poruchy příjmu potravy.....	45
4.2 Vztah k jídlu v pubescenci.....	46
4.3 Vztah k jídlu v adolescenci.....	48
4.4 Vztah k jídlu v mladém věku.....	48
5 Vztah internetového obsahu k body image a vztahu k jídlu.....	50
EMPIRICKÁ ČÁST.....	59
6 Výzkumný problém.....	60
6.1 Výzkumné cíle.....	61
6.2 Výzkumné hypotézy.....	61
7 Základní a výběrový soubor.....	64
8 Technický průběh výzkumu a etické aspekty.....	66
8.1 Tvorba dotazníku vlastní konstrukce.....	66
8.2 Sběr dat.....	66
8.3 Etické aspekty výzkumu.....	67
9 Metody analýzy a zpracování dat.....	69

10	Metody sběru dat	70
10.1	Dotazník užívání internetu (DUI)	70
10.1.1	Obsah zaměřený na cvičení	70
10.1.2	Obsah zaměřený na jídelníčky.....	71
10.1.3	Obsah zaměřený na hubnutí	72
10.2	Eating Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q).....	73
11	Popis a interpretace výsledků	76
11.1	Psychometrické vlastnosti dotazníku vlastní konstrukce	76
11.1.1	Zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení.....	76
11.1.2	Zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky	78
11.1.3	Zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí	81
11.2	Deskriptivní analýzy	84
11.2.1	Dotazník užívání internetu (DUI).....	84
11.2.2	Eating Disorder Examination (EDE-Q).....	91
11.3	Výsledky regresní analýzy	91
11.3.1	Nespokojenost s hmotností.....	92
11.3.2	Znepokojení kvůli jedení.....	94
12	Diskuse	98
13	Závěry	107
	SOUHRN	109
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ LITERATURY	114
	SEZNAM ZKRATEK	141
	SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ	142
	SEZNAM TABULEK	143
	SEZNAM PŘÍLOH	145

ÚVOD

V současnosti je digitální svět nedílnou součástí životů jak dospívajících, tak dospělých. Na internetu je možné narazit téměř na cokoliv. Mnohdy se můžeme setkat s obsahem, jehož cílem je nás přimět k přizpůsobení našeho vzhledu společenským ideálům krásy. Ať už cvičením, změnou jídelníčku nebo hubnutím pomocí diet. Je poměrně intuitivně jasné, že sledování takového obsahu bude mít souvislost s tím, jak se díváme na své tělo, a možná i na to, jak se k němu chováme.

V rámci své bakalářské práce na téma *Body image a vztah k jídlu u rodičů a jejich dcer* (Merhoutová, 2022) jsem se věnovala tomu, jak dospívající vnímají své tělo a jaký mají vztah k jídlu. Zaměřila jsem se na to, jak se tyto vztahy utvářejí v rámci primární rodiny. K tomu mě motivovalo hlavně to, jak časté jsou v populaci dospívajících potíže s body image, se vztahem k jídlu, či už přímo poruchy příjmu potravy. Při rešerši literatury jsem nacházela zajímavé poznatky, ve kterých se tato problematika kombinovala s dalším důležitým aktuálním tématem. Tím byly sociální sítě či prostředí internetu obecně. Toto téma mě zaujalo natolik, že jsem se ho rozhodla zkoumat v rámci své diplomové práce.

Souvislosti mezi sledováním takového obsahu a body image, případně vztahu k jídlu byly ale doposud zkoumány jen z některých úhlů pohledu. V České republice zatím nebyl proveden výzkum, který by se věnoval výše popsanému internetovému obsahu a současně by byl zaměřen na obecnou populaci. Proto je mým cílem se touto problematikou zabývat a získat data specifická pro české prostředí. Cílem je nabídnout hlubší vhled do toho, jak digitální média souvisí se stravovacím chováním a tělesným sebeobrazem českých dospívajících a mladých dospělých.

Jak je zmíněno výše, tématy body image a vztahu k jídlu jsem se zabývala už ve své bakalářské práci (Merhoutová, 2022). Konstrukty jsou sice v předkládané diplomové práci zkoumané v jiném kontextu, ale část teoretického pozadí zůstává shodná. Proto jsou pasáže některých kapitol převzaté ze zmiňované bakalářské práce. Jedná se především o podkapitolu 1.1. *Pubescence*, část kapitoly 3. *Body image*, část kapitoly 4. *Vztah k jídlu* a úvod kapitoly 5. *Vztah internetového obsahu k body image a vztahu k jídlu*.

Teoretická část této práce je pak doplněna hlavně přehledem současné literatury zaměřené na zkoumaný internetový obsah a vztah právě mezi tímto obsahem a body image, případně vztahem k jídlu.

Praktická část práce pak spočívá v dotazníkovém šetření, ve kterém bylo zjišťováno, jak česká dospívající a mladá dospělá populace sleduje vybraný internetový obsah, jaký má vztah k jídlu a svému tělu. Dalším cílem bylo na základě těchto dat zjistit, jestli mezi proměnnými existují nějaké vztahy.

Tato diplomová práce vznikla v rámci projektu nesoucího název „Vliv internetového obsahu a osobnostních charakteristik na stravovací návyky a poruchy příjmu potravy u českých adolescentů a mladých dospělých.“

TEORETICKÁ ČÁST

1 Ontogeneze

Věk respondentů výzkumu, který tvoří praktickou část této práce, se pohybuje v rozmezí 11 až 35 let. Různí autoři popsali navzájem se lišící periodizace lidského života.

Například Vágnerová (2017) používá pojmy starší školní věk neboli pubescence (11–15 let), adolescence (15–20 let) a mladá dospělost (20–30 let). Thorová (2015) užívá souhrnný název adolescence pro období 12–19 let, na ni navazuje období mladé dospělosti mezi 20 a 35 lety (Thorová, 2015). Langmeier a Krejčířová (2006) dělí dospívání na pubescenci a adolescenci. Pubescenci dále dělí na prepubertu (11–13 let) a vlastní pubertu (13–15 let). Adolescence podle nich pak probíhá od 15 do 20 let a časná dospělost od 20 do zhruba 30 let (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Pro úplnost je vhodné uvést i věková rozmezí, která pro vývojová období vymezily světové organizace. Světová zdravotnická organizace [WHO] určuje adolescenci jako období mezi 10 a 19 lety. Dále vymezuje skupinu „mladých“ (v originále „Youth“) věkovou hranicí 15 až 24 let (World Health Organization, n. d.).

Americká psychologická asociace [APA] adolescenci definuje jako období začínající pubertou a končící biologickou zralostí. Věkové hranice jsou většinou 10 a 19 let věku, ale přesné rozpětí se individuálně liší (American Psychological Association, n. d.a). Následující období se jmenuje mladá dospělost a trvá zhruba od 20 do 35 let (American Psychological Association, n. d.b). Věkových kategorií stanovených APA se držíme i v rámci této diplomové práce.

1.1 Pubescence

Pubescence je charakteristická hlavně začátkem fyzického dospívání. V tomto období se poprvé vyvíjejí sekundární pohlavní znaky. Začíná prvními známkami pohlavního dospívání a končí dosažením reprodukční schopnosti (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Věkové rozdělení ale není striktní (Janošová, 2017), protože celé období dospívání je charakteristické svou intraindividuální i interindividuální variabilitou (Langmeier & Krejčířová, 2006). V současnosti se navíc období dospívání jako takové celé prodlužuje, protože se snižuje věk pohlavního dospívání a zároveň se prodlužuje doba přípravy na dospělost (delší doba studia, profesní přípravy) (Macek, 2003).

V pubescenci v rámci **biologického vývoje** kromě nástupu pohlavního dospívání (menarche a růst prsou u dívek, prohloubení hlasu a noční poluce u chlapců a nárůst ochlupení u obou) probíhají i jiné tělesné změny. Vlivem hormonů se objevuje často i akné a jiné nedokonalosti pleti. Roste celé tělo, výrazně rychle vyrostou končetiny, dospívající pak může po určitou dobu působit neobratným dojmem. K vývoji dochází i na neurologické rovině a s těmito změnami může souviset zvýšená emoční labilita a těkavá pozornost (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Co se týče **emočního vývoje**, je období pubescence charakteristické svou bouřlivostí. Pohlavní dospívání způsobuje vnitřní nestabilitu jedince. Kvůli ní na podněty reaguje přecitlivěle a impulzivně (Langmeier & Krejčířová, 2006). Impulzivita, která se projevuje sníženou schopností sebeovládání, je spojena se zráním limbického systému (Janošová, 2017).

Tyto změny v prožívání jsou pochopitelně matoucí, jak pro okolí jedince, tak pro něj samotného. To způsobuje, že se dospívající uzavírá do sebe a více přemýšlí nad svými problémy. Následkem je celkové negativistické rozladění (Langmeier & Krejčířová, 2006). Dalším tíživým faktorem pro pubescenty je přechod na vyšší stupeň školy (druhý stupeň základní školy či osmileté gymnázium), kde se typicky setkávají s jinými a vyššími nároky. Výsledkem těchto faktorů jsou častější problémy v chování, konkrétně problémy s autoritami. Také jsou časté psychické problémy, například zvýšená úzkostnost (Janošová, 2017).

Co se týče **kognitivního vývoje**, dochází v dospívání k rozvoji již získaných schopností (Janošová, 2017). Podle Piagetovy teorie se myšlení posouvá do fáze formálních operací, kdy je dospívající schopný přemýšlet o samotném přemýšlení. Navíc se jedinec učí uvažovat abstraktně a na hypotetické úrovni (Piaget & Inhelder, 2014).

Pubescence je období, ve kterém se dospívající vyvíjí i **sociálně** a začíná se více orientovat na vztahy mimo rodinu. Vztahy s vrstevníky jsou pro dospívající významné, protože představují jistotu pro dospívajícího, který se postupně odpoutává od své primární rodiny. Zároveň slouží jako vzor pro budoucí významné vztahy, které jedinec bude navazovat později v životě (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Důležitým aspektem dospívání, a tedy i pubescence, je **vývoj identity a sebepojetí** (Langmeier & Krejčířová, 2006), který je hnán zvýšenou potřebou sebepoznání, hlavně v kontextu sociálních vztahů (Janošová, 2017).

Podle Eriksona (2002) v této době končí období konfliktu mezi **pracovitostí** a pocitem **méněcennosti** a začíná období, kdy je hlavním úkolem dospívajícího vytvořit si stabilní identitu. Jeho teorie psychosociálního vývoje je založena na základním konfliktu, který je potřeba v určitém věkovém rozmezí vyřešit. Pracovitost versus méněcennost (6–12 let) znamená, že dítě ve školním věku zažívá radost z dobře vykonané práce. Z tohoto důvodu se porovnává se svými vrstevníky v kolektivu. Přitom také zažívá pocity méněcennosti, se kterými se musí vyrovnat. Pokud jsou tyto pocity příliš silné, dochází u dítěte k přílišné soupeřivosti nebo k rezignaci a pasivitě. Následující fáze identita versus zmatečnost rolí dospívajícího provází až do dospělosti (12–20 let). Identita dospívajícího se vyvíjí a on objevuje sám sebe. Pomocí sebereflexe se musí vypořádat s pojetím vlastní osoby. Tento konflikt může způsobovat negativní emoční stavy, depresivní nálady a strachy.

Zmiňované porovnávání se s vrstevníky vede k prudkému poklesu sebehodnocení, které začíná pozvolna narůstat až s příchodem adolescence, kdy je identita už stabilnější a více dotvořená (Langmeier & Krejčířová, 2006). V pubescenci jsou hlavními zdroji sebehodnocení jedince jeho vzhled, oblíbenost v kolektivu (Vágnerová, 2017), výkony, kterých dosahuje, to, jak hodnotí své charakterové vlastnosti (Macek, 2003) a to, do jaké míry se identifikuje se svou genderovou rolí (Langmeier & Krejčířová, 2006).

V pubescenci jedinec hledá odpověď na otázky jako *kdo jsem?* a *kam patřím?* Na to, jak se vnímá, mají stále velký vliv soudy významných osob v jeho životě. Nově mají vliv na jeho sebepojetí i společenské normy, které se snaží naplňovat. Jedinec se snaží vytvořit si stabilní pojetí sama sebe, ve kterém budou integrované jak jeho přednosti, tak jeho nedostatky (Langmeier & Krejčířová, 2006).

1.2 Adolescence

Oproti pubescenci je adolescence obdobím určité stabilizace. Ta probíhá v oblasti emocí, biologického rozvoje, sebepojetí, vztahů k okolí, ale například i profesní orientace (Janošová, 2017). Období bývá definováno postupným dokončováním biologického růstu a zrání. Poměrně rychle se v tomto období mění společenské postavení jedince. Přejít ze základní školy na další stupně vzdělávání a následně do prvních zaměstnání je očekávaný, ale znamená většinou velkou změnu pro postavení i identitu dospívajícího (Langmeier & Krejčířová, 2006). Úkolem adolescenta je přijmout roli dospělého člověka, spolu s právy a povinnostmi, které z této role plynou. Většina adolescentů v tomto věku nenaplní všechny

aspekty dospělé identity (např. ekonomická nezávislost, rodičovství), ale už se na ně připravuje (Janošová, 2017).

Biologický vývoj v adolescenci spočívá v dokončování tělesného růstu a dosažení plné reprodukční zralosti. Délky těchto procesů jsou interindividuálně variabilní (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Větší biologická vyzrálost má vliv i na **emoční vývoj** jedince. Díky vyrovnaní hladin hormonů a dalšímu neurologickému vývoji dochází ke stabilizaci emočního prožívání. Dospívající získává nové emoční kompetence, mezi které patří větší porozumění vlastním i cizím emocím a také schopnost své emoce lépe regulovat. Zde má kromě biologie vliv i zkušenost, která adolescentovi ukázala, že nedostatečná regulace projevů emocí (hlavně těch negativních) může mít nepříznivé sociální následky (Vágnerová, 2017).

Co se týká **kognice**, adolescent podle Piageta (Piaget & Inhelder, 2014) zůstává v nejsložitější z fází, tedy ve fázi formálních operací, která na začátku adolescence vrcholí. Kognitivní schopnosti nabyté během dosavadního života se dále rozvíjejí a zdokonalují. Důležitá je mimo jiné schopnost metakognice. Umožňuje adolescentovi přemýšlet o svých pocitech a myšlenkách, a tím lépe poznat sám sebe. Toto sebepoznání vede k utváření ucelenější identity (Thorová, 2015).

Začátkem adolescence se dospívající snaží vymezit vůči rodičům, kteří často omezují jeho autonomii, po které touží. Ke konci období dochází k vyrovnaní tohoto rozporu. Z emoční závislosti na rodiči se stává více reciproční vztah, ideálně plný respektu, podpory a spolupráce (Thorová, 2015).

Vztahy s přáteli a vrstevníky obecně stále nabírají na důležitosti. Jsou významným zdrojem emoční a sociální opory (Vágnerová, 2017), pomáhají dospívajícímu i v budování identity (Thorová, 2015). Seltzer (1982) popisuje pomyslnou vrstevnickou arénu, která se skládá z vrstevníků, kteří adolescentovi poskytují testovací publikum nových způsobů jednání. Je mu poskytována zpětná vazba i emoční podpora. Typický je také nárůst důležitosti dyadických přátelství na úkor přátelství skupinových (Vágnerová, 2017).

Do období adolescence patří i rozvoj partnerských vztahů. Někteří dospívající mají za sebou zkušenosti s pokusnými partnerskými vztahy z období pubescence, většina ostatních zkušenosti získá během adolescence. K těmto partnerským vztahům patří už i první sexuální zkušenosti (Janošová, 2017).

Erikson (2002) věkovému období adolescence přisuzuje konflikt utvoření **identity** versus **zmatečnosti rolí** (12–20 let). Pokud není konflikt úspěšně vyřešen do konce období, může bránit úspěšnému vstupu do dospělého věku a řešení dalšího konfliktu, kterým je intimita versus osamělost.

Dle Vágnerové (2017) je hlavním tématem adolescence hledání a rozvoj vlastní identity. Dospívající si potřebuje vytvořit identitu, která bude přijatelná pro okolí i pro něj, tedy bude korespondovat s jeho hodnotami. Snaha o vytvoření identity se projevuje snahou o sebepoznání (Janošová, 2017). To se může odehrávat ve vrstevnických skupinách nebo třeba v prvních pokusných partnerských vztazích. Dalším aspektem přispívajícím k tvoření identity je seberealizace, jejíž možnosti se v adolescenci zvětšují. V tomto období se zvětšuje autonomie a možnosti vlastní volby. Těmito volbami se dospívající může vymezovat proti autoritám a také zkoušet různé způsoby jednání a zjišťovat, které do jeho identity zapadají a které ne (Vágnerová, 2017).

Naproti této potřebě po autonomii a seberealizaci stojí strach z finality některých rozhodnutí (např. volba budoucí profese), která se pojí s obdobím dospívání. Způsobem, jak se vyrovnat s těmito obavami, může být snaha co nejvíce prodloužit přechodné období mezi závislým dětstvím a zodpovědnou dospělostí. Erikson (1968) tuto tendenci nazývá adolescentní psychosociální moratorium.

1.3 Mladá dospělost

Mladá dospělost se od pubescence a adolescence, období plných fyzických změn, liší tím, že fyzické změny jsou zde minimální. Výraznější jsou ale psychické a sociální změny. Je to také období, kdy se životní trajektorie vrstevníků začínají ještě více rozbíhat, vlivem například volby povolání nebo profesní přípravy (Millová, 2017).

Období na začátku mladé dospělosti, které je typické zvykáním si na první sociální role příslušející dospělému člověku, se nazývá také **vynořující se dospělost** (emerging adulthood). Trvá zhruba od 18 do 25 let. Je charakterizovaná experimentováním s životními možnostmi, které naše společnost jedinci nabízí, zkoumáním své identity, nestabilitou a zaměřením se na sebe. Většina mladých dospělých tedy v tomto věku zkoumá své možnosti a až postupně dospívá k trvalejším a pevnějším rozhodnutím. Část mladých dospělých ovšem toto období zkoušení nezažívá. Může to být způsobeno tím, že nemají takovou možnost, nebo tím, že jejich osobnostní nastavení odpovídá spíše tomu co nejrychleji najít

životní dráhu, která jim vyhovuje, a už u ní zůstat. Vynořující se dospělost je koncept specifický pro industrializované společnosti právě kvůli tomu, že změny ve společnosti daly vzniknout demografickým změnám (např. zvýšení průměrného věku vstupu do manželství, zvýšení průměrného věku při narození prvního potomka), a tím pádem vznikl větší prostor pro exploraci (Arnett, 2000). Arnett uvádí, že většina mladých dospělých prožívá vynořující se dospělost pozitivně, ale zároveň je potřeba pamatovat na to, že v tomto věku jedinec naráží na náročné výzvy (Arnett, 2007).

Biologický vývoj je minimální. Dochází ovšem k dokončení myelinizace v prefrontální kůře, tento fakt souvisí s lepší kontrolou chování. Na vrcholu fyzických sil se jedinec nachází okolo 30. roku. Další fyzické změny souvisejí s individuálními volbami týkajícími se životního stylu. Tyto volby zahrnují stravu, fyzické aktivity, rizikové chování, užívání návykových látek, spánkový režim, také typ zaměstnání nebo studia a u žen přítomnost a počet těhotenství (Millová, 2017).

Emoční prožívání je v tomto období méně intenzivní než v dětství a dospívání (Thorová, 2015), ale zároveň je intenzivnější než v následujících obdobích života (Millová, 2017). Zhodnocení osobní pohody je založeno spíše na prožívání aktuálních pozitivních nebo negativních emocí než na racionálním zhodnocení životní situace (Mroczek & Kolarz, 1998). Pozitivní sebehodnocení souvisí s vyšším postavením v zaměstnání, dostatečným finančním příjmem, spokojeností se svými sociálními vztahy, zdravím a pracovní spokojeností (Millová, 2017).

Podle teorie fluidní a krystalické inteligence je mladá dospělost obdobím, kdy je fluidní složka inteligence na vrcholu (okolo 22. roku). Patří sem například reakční čas (Horn & Cattell, 1967), motoricko-kognitivní flexibilita a psychomotorická rychlost (Schaie, 2005). Piaget sice uvádí jako poslední fázi **kognitivního vývoje** stádium formálních operací, které nastává už v pubescenci (Piaget & Inhelder, 2014), ale jeho následovníci tvrdí, že až v mladém dospělosti se uvažování stává realistickým a pragmatickým. Různí autoři vytvořili nové koncepty etap kognitivního vývoje navazující na dílo Piageta (Piaget & Inhelder, 2014). Příkladem je post-formální myšlení (Commons et al., 1982) nebo fáze dialektického myšlení (Pascual-Leone, 1987).

Mladí dospělí začínají fungovat nezávisle na rodičích. Tento proces bývá pozvolný (Thorová, 2015). Postupně si osvojují samostatnost emoční, postojovou, fyzickou (samostatné bydlení) a ekonomickou (Thorová, 2015). Největší omezení kontaktu a blízkosti

s primární rodinou je mezi 20. a 25. rokem, poté jsou kontakty častější a vztahy bližší (Millová, 2017). Se **sociálními** vztahy souvisí i konflikt, který pro toto věkové období definuje Erikson (2002). Hlavním úkolem mladého dospělého je podle něj vytvoření blízkého, emočně bohatého partnerského vztahu, a tím naplnit svou potřebu intimity. Pokud se to mladému člověku nepodaří, dochází k izolaci neboli osamělosti (Erikson, 2002). Přátelské vztahy jsou nadále pro jedince velmi důležité. Podporují životní pohodu, poskytují emoční a sociální oporu. Jsou důležité po celou dobu mladé dospělosti, ale jejich důležitost stoupá v období, kdy jedinec nemá partnerský vztah (Millová, 2017).

Poznatky uvedené v dalších kapitolách (hlavně v kapitolách o body image a vztahu k jídlu) je třeba vždy interpretovat v kontextu vývojových aspektů nastíněných v této kapitole.

2 Internetový obsah

V této kapitole budou krátce představeny nejpoblárnější sociální síte a následně bude popsán vybraný internetový obsah, který souvisí s poruchami příjmu potravy [PPP].

2.1 Sociální síte

Sociální síte (*social networking sites*, SNS) používá něco málo přes polovinu světové populace, přičemž nejvyšší procentuální podíl uživatelů je v Austrálii, Evropě a Americe (We Are Social & Hootsuite, 2021a; We Are Social & Hootsuite, 2021b). Co se týká České republiky, na nějaké ze sociálních sítí má profil 97,54 % dospívajících z věkové kategorie 11–19 let (Dolejš et al., 2022) a 59 % jedinců z věkové kategorie 16–74 let (Český statistický úřad, 2021).

Naprostá většina (99 %) uživatelů užívá sociální síte na svých mobilních zařízeních, což vede k tomu, že jsou uživateli dostupné téměř 24 hodin denně. Průměrná doba strávená na sociálních sítích se samozřejmě liší dle demografických skupin, ale průměrný uživatel stráví na SNS dvě a půl hodiny denně (We Are Social & Hootsuite, 2021b).

Na všech sítích se objevuje text i audiovizuální materiál, liší se ale podle toho, co je primárním účelem. Sociální síte můžeme obecně dělit na ty, které jsou zaměřené více na textový obsah (X), a ty, které jsou zaměřené primárně na vizuální obsah neboli na vzhled, těmi jsou například TikTok nebo Instagram (Burnette et al., 2017).

SNS mají věkově omezený přístup, většina z nich uvádí, že je mohou používat pouze lidé starší 15 let. Data nicméně jasně ukazují, že omezení jsou obcházena a sociální platformy jsou používány mladšími uživateli (Rideout, 2015). Jedinci ve věku rané adolescence častěji používají síte založené na vzhledu než ty založené na textu (Pew Internet American Life, 2015, in Burnette et al., 2017).

Specifikem SNS jsou algoritmy. Jedná se o mechanismus, který na základě analýzy informací o pobytu uživatele na sociální síti (co sleduje, co vyhledává, co lajkuje, co posílá ostatním uživatelům, jaký obsah sám vytváří), také jeho demografických údajů a informací o tom, kde se nachází, filtruje, jaký obsah bude uživateli prezentován (Eg et al., 2023). Zážitek je pak upraven přesně na míru uživatele. Teoreticky by mu měl ukazovat pouze věci, které ho baví a zajímají. Cílem algoritmů je, aby uživatelé na SNS trávili co nejvíce času (Kopecký & Krejčí, 2023).

V následujících odstavcích budou krátce představeny vybrané nepoužívanější SNS. Jejich výčet není kompletní, ale pro účely této kapitoly je dostatečný.

YouTube je momentálně nejpopulárnější sociální sítí mezi českými adolescenty. Využívá ji 93 % z nich (Kopecký et al., 2022). YouTube je založen na obsahu v podobě videí. Buď klasických libovolně dlouhých, anebo v rámci poměrně nové funkce *YouTube Shorts*, která umožňuje sdílet až 60sekundová videa. Oproti jiným SNS je zde menší poměr uživatelů, kteří obsah vytvářejí. Naprostá většina uživatelů sleduje videa jiných lidí a následně na ně může reagovat. Také je na této platformě kladen menší důraz na vztahy mezi jednotlivými uživateli (Khan, 2017), například není ani možné napsat jinému uživateli soukromou zprávu.

Instagram je mezi českými dospívajícími druhou nejoblíbenější SNS. Používá ho necelých 80 % adolescentů (Kopecký et al., 2022). Instagram je platforma založená primárně na fotografiích s textovými popisky. Později byla na platformu přidána i videa. Uživatel má možnost sám fotografie či videa přidávat, reagovat na obsah tvořený ostatními uživateli a také jiné uživatele soukromě kontaktovat. Z funkcí této SNS je potřeba zmínit *Instagram Stories*, která spočívá ve sdílení fotografií a videí, ale jen na omezenou dobu (24 hodin). Populární je také *Instagram Reels*, kde je uživateli prezentován nekonečný seznam krátkých videí (do 90 sekund) (Kopecký & Krejčí, 2023).

TikTok v roce 2023 každý měsíc používá více než miliarda a půl uživatelů a očekává se, že na konci roku 2024 toto číslo dosáhne 1,8 miliardy (Iqbal, 2024). Z českých dospívajících 68 % používá TikTok (Kopecký et al., 2022). Podstatou platformy je sdílení, a především sledování videí. Dříve se jednalo pouze o videa do délky 60 sekund a ty stále tvoří většinu obsahu na platformě, ale uživatelé mají možnost vytvářet videa až deset minut dlouhá. Obsah je možné, stejně jako na jiných platformách, sledovat, lajkovat, komentovat či sdílet (Kopecký & Krejčí, 2023). I tady je možné kontaktovat jiné uživatele. Zajímavé je, že dospívající uvádějí inspiraci na recepty a stravování jako jeden z důvodů, proč používají TikTok, a zároveň si myslí, že sledování obsahu souvisejícího s jídlem na TikToku je povzbuzuje ke zdravějšímu stravování (Wang et al., 2022).

Všechny tři výše uvedené SNS, které jsou nejpopulárnější mezi českými dospívajícími, jsou primárně vizuálně zaměřené a na všech je možnost sledování nekončícího proudu krátkých videí.

Sociální síť **Facebook** se mezi dospívajícími netěší přílišné popularitě, využívá ji pouze 40 % českých adolescentů (Kopecký et al., 2022). Starší generace ale stále Facebook používají a počet jeho uživatelů stále roste. Facebook umožňuje klasické funkce SNS – přidávat příspěvky, reagovat na jiné příspěvky a kontaktovat jiné uživatele. V současné době nejvyužívanější funkcí Facebooku je *Messenger*, což je chatovací aplikace (Kopecký & Krejčí, 2023).

Sociální síť **X**, více známá pod bývalým názvem **Twitter**, je SNS založená na principu blogu. Uživatel může přidávat textové statusy, ohraničené limitem 280 znaků. Součástí příspěvků mohou být i fotografie či videa. Také umožňuje uživatelům reagovat na jiné příspěvky a kontaktovat ostatní uživatele (Kopecký & Krejčí, 2023).

2.2 Pro-ana a pro-mia komunity

Specifickým typem médií ovlivňujících body image [BI] jsou tzv. **pro-anorexie** („**pro-ana**“) a **pro-bulimie** („**pro-mia**“) blogy. Jsou to internetové stránky, které se zabývají poruchami příjmu potravy a vytvářejí komunitu pro jedince, kteří se snaží zhubnout způsoby, které jsou pro dané PPP typické. Hlavní demografickou skupinou navštěvující tyto stránky jsou dívky ve věku 12 až 24 let. Část z nich přímo PPP trpí, část z nich má „jen“ závažně narušený způsob stravování a negativní BI (Levine & Chapman, 2011).

Dvě studie (Bardone-Cone & Cass, 2006; 2007), ve kterých byl experimentálně zkoumán vliv těchto internetových stránek na BI a sebevědomí, zjistily, že v porovnání s dívkami, které byly vystaveny stránkám neutrálním či s módním obsahem, měly dívky vystavené pro-ana nebo pro-mia blogům nižší sebevědomí, nižší důvěru ve vlastní schopnosti a vnímaly se jako fyzicky objemnější.

Tyto stránky vévodily internetovému obsahu o hubnutí a cvičení spíše začátkem milénia (Boero & Pascoe, 2012). V posledním desetiletí s rozvojem sociálních sítí vznikají nové typy internetového obsahu a kolem nich nové komunity uživatelů, kteří hledají způsoby, jak změnit vzhled svého těla (Saul et al., 2022).

2.3 Rizikový internetový obsah

Thinspiration (přibližný překlad zní „hubená inspirace“) je typ internetového obsahu, který je spojený s pro-ana komunitami. Obecně se jedná o fotografie, grafiky nebo textové příspěvky, které záměrně propagují a glorifikují hubený ideál. Často je spojen i s radami,

jak takového ideálu dosáhnout, a to většinou nezdravými cestami, jako jsou například extrémní diety (Ghaznavi & Taylor, 2015). Thinspiration se nejčastěji objevuje na SNS, jako například na Instagramu, Pinterestu, X, dříve také na Facebooku a MySpace (Alberga et al., 2018). Fotografie spadající do této kategorie často zobrazují extrémně hubené ženy nebo ženy s podvážou. Často v sexuálně sugestivních pózách, ve kterých je kladen důraz na pánev a břicho (Ghaznavi & Taylor, 2015; Ging & Garvey, 2018). Thinspiration obsah mnohdy také naráží nebo přímo zobrazuje depresivní projevy, sebepoškozování a suicidální ideace či tendence (Ging & Garvey, 2018).

Fitspiration (přibližný překlad do českého jazyka je „fit inspirace“) byl původně zamýšlen jako jistá protiváha thinspiration. Měl inspirovat uživatele ke zdravému životnímu stylu prostřednictvím motivujících obrázků a textů týkajících se cvičení a stravy (Alberga et al., 2018). Z výzkumů však vychází zjištění, že příspěvky fitspiration zdůrazňují jako důvody ke cvičení spíše vzhled a atraktivitu než zdraví a kondici (Deighton-Smith & Bell, 2018; Simpson & Mazzeo, 2017). Příspěvky také častěji podněcují čtenáře k chování, jehož účelem je snížit hmotnost, oproti chování, které by vedlo ke zlepšení celkového zdraví jedince. Ženy na fitspiration fotografiích jsou často velmi hubené a sexuálně objektivizované (Simpson & Mazzeo, 2017). Velká část příspěvků obsahuje postavy, které pózují tak, aby vypadaly hubenější nebo menší než ve skutečnosti (Boepple et al., 2016). Analýza fitspiration příspěvků na sociální síti Pinterest ukázala, že analyzované příspěvky kladly stejně často důraz na hubenost jako na svaly a kondici (Simpson & Mazzeo, 2017).

Oproti thinspiration se u fitspiration ideál krásy posunul tak, že zdůrazňuje jak extrémní štíhlost, tak sílu a kondici (Alberga et al., 2018). Kvůli problematickému důrazu na štíhlost a prezentování fyzické atraktivity jako motivace ke cvičení, je sledování fitspiration obsahu pravděpodobně stejně problematické jako sledování thinspiration obsahu (Simpson & Mazzeo, 2017).

Ve výzkumu zaměřeném na každodenní zkušenosti jedinců s thinspiration a fitspiration byla týden každý den sledována zkušenost skupiny studentů s tímto obsahem. Ženy za tento týden v průměru narazily na thinspiration osmkrát a na fitspiration desetkrát. Oproti nim muži narazili na thinspiration dvakrát a na fitspiration pětkrát za týden (Griffiths & Stefanovski, 2019).

Bonespiration je dalším typem internetového obsahu, který je oproti thinspiration ještě více zaměřen na idealizování hubených těl. Je sice méně častý, ale je o to závažnější a má těsnější vazbu na pro-ana obsah (Talbot et al., 2017).

Výzkum, který porovnával bonespiration, thinspiration a fitspiration nalezenou na třech SNS (X, Instagram a WeHeartIt) ukázal, že se mezi sebou tyto internetové obsahy liší. Obsah thinspiration a bonespiration obsahoval hubenější a více objektivizovaná těla ve srovnání s fitspiration, kde převažovala více svalnatá těla. U bonespiration bylo častější zobrazování vystouplých kostí, konkrétně se často jednalo o žebra, páteř a klíční kosti (Talbot et al., 2017).

Výzkum (Hung, 2022) provádějící analýzu obsahu videí na sociální síti TikTok označených #fitspiration, #th1nspo~ a #kcaltok zahrnul do analýzy i komentáře u daných videí. V 75 % komentářů se objevovalo srovnávání sebe s obsahem videa. Stejně velká část komentářů také zmiňovala hubnutí. Většina komentářů s těmito obsahy se opět objevovala u videí v kategorii thinspiration. V komentářích uživatelé psali své míry a hmotnost a také své cíle – o kolik kilogramů by si přáli zhubnout. Dále vyjadřovali přání zhubnout, aby vypadali dobře v určitých typech oblečení a aby byli chváleni od svých vrstevníků. V komentářích u thinspiration příspěvků se objevovala také chvála hubenosti a úspěšného hubnutí (Hung, 2022).

Dalším zdrojem internetového obsahu, který je potenciálně problematický z pohledu PPP, mohou být *trendy*. Jedná se o určité téma, hashtag, klíčové slovo nebo typ příspěvku, který se stane populárním na jedné nebo více SNS (Buffer, n. d.). Je pak po nějakou dobu více vyhledáván a také vytvářen uživateli.

Příkladem takového *trendu* jsou příspěvky (hlavně ve formě videí či fotografií), které nesou název #WhatIEatInADay nebo „Co sním za den“ (Davis et al., 2023). Obsahem bývají fotografie a popisy jídel a pití, které autor zkonzumuje za daný den. V některých případech bývají připojeny i kalorické hodnoty jednotlivých jídel. Některé analýzy těchto příspěvků ukázaly, že podstatná část z nich propaguje zdravé stravovací návyky a nese označení #EDRecovery, v překladu *uzdravování se z PPP* (Herrick et al., 2021). Část takto označených videí vyzdvihovala pozitivní přístup k jídlu, část zase popisovala, jaké problémy s jídlem autorovi přinesla PPP. V jiném výzkumu se ukázalo, že zhruba třetina příspěvků klade důraz na hubenost (např. „Co sním moje hubená sestra za den“ a „Co sním za den, abych zhubla“). V tom samém výzkumu zhruba pětina videí zobrazovala nějaký typ narušeného

jídelního chování, šlo například o přejídání, zneužívání projímadel, vynechávání jídla, konzumace velmi malých porcí. Také se objevilo chování, které mělo minimalizovat objem jídla. Například servírování jídla na dětských malých talířích, jezení po velmi malých soustech, pití určitého objemu vody před jídlem apod. (Davis et al. 2023). Na základě těchto výzkumů můžeme soudit, že nelze příspěvky #WhatIEatInADay označit obecně jako škodlivé nebo prospěšné, ale záleží na konkrétním autorovi (a konzumentovi).

Většina SNS reaguje na tyto typy obsahu tím, že blokuje určité hashtagy (#) tak, že nelze vyhledávat a ani nelze hashtag použít při označování příspěvku. Cílem je omezit šíření takového obsahu mezi uživateli sítě. Taková opatření přijímá například Instagram (Chancellor et al., 2016) nebo TikTok (Davis et al., 2023). Uživatelé se na zákazy ale rychle adaptují a během krátké doby po zablokování hashtagu vzniká hashtag nový, který ho nahradí. Jedná se většinou o upravenou verzi starého hashtagu (Chancellor et al., 2016). Příkladem takové úpravy je „l“ místo „i“ ve slově (Hung, 2022), přehození písmen ve slově, psaní „y“ místo „i“ anebo zdvojení či ztrojení posledního písmena ve slově (Pater et al., 2016).

2.4 Body positive obsah

Obsahová analýza příspěvků na sociální síti X přinesla zajímavé výsledky. Sice se mezi příspěvky objevily příspěvky podporující hubnutí a PPP (např. inspirující citáty o hubnutí), ale většina příspěvků byla ve své podstatě proti PPP. Výzkumníci je rozdělili do následujících kategorií: *informace o zdraví* (upozorňování na zdravotní rizika PPP), *osobní zkušenosti varující před PPP*, *nabídky pomoci* (přímo nabídky pomoci nebo šíření zdrojů profesionální pomoci, kam se dá obrátit), *informování veřejnosti* (šíření informací, boření mýtů a vzdělávání v oblasti týkající se PPP) a *varování před pro-ana obsahem* (Viguria et al., 2020).

Na základě tohoto výzkumu vidíme, že rozhodně ne všechny příspěvky týkající se PPP, na které na internetu narazíme, jsou pro-ana, pro-mia nebo jinak rizikové. Existují příspěvky a někdy celé webové stránky či profily na sociálních sítích, které se snaží proti takovým vlivům bojovat. Obecně tento obsah zastřešuje pojem **body positive obsah** [BoPo], jehož hlavním cílem je šířit pozitivní vnímání těla (Cohen et al., 2020).

BoPo je populární hlavně na sociální síti Instagram (Cwynar-Horta, 2016). V březnu 2024 se na síti nacházelo více než 19 milionů příspěvků označených #bodypositive, více než

12 milionů označeno #bodypositivity a více než jeden milion s označením #bopo. Ty samé hashtagy jsou na sociální síti TikTok výrazně méně populární. K březnu roku 2024 je zhruba 750 tisíc příspěvků označených jako #bodypositive, 3 miliony jako #bodypositivity a okolo 60 tisíc jako #bopo.

V obsahové analýze 640 instagramových příspěvků z populárních BoPo profilů se ukázalo, že nejčastějším obsahem těchto příspěvků jsou fotografie těl různých velikostí. Obecně jde o typy těl, které jsou jinak na většině jiných profilů nedostatečně zastoupeny (Cohen et al., 2019). Většina (94 %) těl zobrazených v příspěvcích se pohybuje v rozmezí od normální hmotnosti po obezitu a necelá polovina (40 %) má atributy, které neodpovídají ideálům krásy, jako je celulitida, strie a břicho, které není ploché. Takové fotografie jsou doprovázeny popisky o přijímání svého těla a o různých podobách krásy (Cohen et al., 2019).

Specifickým typem BoPo je **fatspiration**. Jedná se o pokus vytvořit protiváhu obsahu fitspiration a thinspiration (Afful & Ricciardelli, 2015). Příspěvky spadající do kategorie fatspiration často zobrazují přijetí větších těl prostřednictvím módy a stylizovaných kompozicí (Webb et al., 2017). Zde je potřeba zmínit, že fatspiration obsah bývá zneužit částí pro-ana komunity a je šířen jako „varování“ před tím, co se jedinci stane, pokud se nebude aktivně snažit o hubnutí za každou cenu (Gibson, 2021).

Jako další, třetí typ pohledu na vzhled vznikl přístup *body neutrality* neboli neutralita těla. Měl by představovat jistou střední cestu mezi nenáviděním a milováním svého těla (Cohen et al., 2020). Zatímco cílem BoPo je změnit definici krásy oceňováním všech tvarů a velikostí těla, cílem body neutrality je změnit hodnotu, která je kráse ve společnosti přisuzována. Snaží se podporovat jedince, aby svému fyzickému vzhledu přisuzovali menší důležitost (Rees, 2019). Jedná se o velmi ambiciózní cíl vzhledem k tomu, jaký prostor je v naší společnosti věnován ideálům krásy a kolik času, energie a peněz velká část lidí věnuje úpravám svého vzhledu (Betz & Ramsey, 2017).

2.5 Výzkumy z českého prostředí

Výzkumy, které byly realizovány v českém nebo česko-slovenském kontextu, jsou zaměřené hlavně na obsah týkající se poruch příjmu potravy. Jedná se především o obsahové analýzy různých pro-ana a pro-mia obsahů. Také se objevují výzkumy, které se snaží o získání úhlu pohledu samotných autorů pro-ana obsahu. Třetí skupinou české literatury jsou

výzkumy, které se dívají na internetový obsah z pohledu uživatelů, které v minulosti nebo v současnosti mají některou z PPP.

Vaisová (2016) se pokusila o obsahovou analýzu českých pro-ana blogů. Již v roce 2015, kdy výzkum realizovala, byla velká část pro-ana blogů neaktivních. Zároveň ale stále byla umístěná na internetu a kdokoliv měl možnost si jejich obsah prohlížet.

V rámci obsahové analýzy identifikovala tři hlavní skupiny prvků, které byly společné pro jí zkoumané pro-ana blogy. První skupinou je *referování o životosprávě*. Sem patří popis jídelníčků, i s kalorickými hodnotami, výdej v podobě sportu. Také popis různých diet, denní vstupy ve formě deníčku o tom, jak se diety daří držet, dietní kalendáře. Dále tipy a triky, jak hubnout, doporučení na farmaka, které je možné použít ke snížení hmotnosti, a tipy na cvičení. Další skupinou prvků je *prezentace pro-ana identity*, která spočívá ve sdílení pocitů. Radosti, když se autorce zrovna daří „držet pro-ana pravidla“, a negativních pocitů, když se jí nedaří. Tyto negativní pocity jsou pocity selhání, sebenenávisti, někdy se objevuje i popis sebepoškozování. Dále se prezentace identity projevuje sdílením cílů, vytvářením slibů, tedy nějakých veřejných závazků k dodržování diet, referováním o průběhu snažení. Objevuje se i sdílení vlastních fotografií (nejčastěji nohy, břicho) a tělesných měř. Dalším aspektem identity je sdílení pro-ana inspirujících citátů, mluvení k „Aně“ jako k živé bytosti, sdílení pro-ana materiálů s ostatními. Poslední skupinou je komunikace s *pro-ana komunitou*, která často probíhá v rámci komentářů a mnohdy přerůstá i v osobní komunikaci na jiných platformách (Vaisová, 2016).

Autorka také realizovala rozhovory s autorkami pro-ana blogů. Blogy nesly pro dívky význam motivace k dosažení cílů. Závazek vůči sledujícím pomáhal dodržet, co chtěly splnit, a podporoval sebekázeň. Mnohdy se totiž stávalo i to, že za selhání nebo nedostatečnou snahu byly svými čtenáři kritizovány v komentářích. Vedení blogu jim přinášelo pocit výjimečnosti a obdiv ostatních. Pro-ana blogy popisují jako životní styl (Vaisová, 2016).

Mourová (2009) se zaměřila na důvody autorek k tomu, proč přestaly přispívat na svůj ana-blog. Prvním hlavním důvodem respondentek bylo, že se jim nedařilo hubnout a měly pocit, že nepatří do komunity a že si nezaslouží pozornost ostatních. Druhým hlavním důvodem bylo rozhodnutí vyléčit se. Pro úspěšnou léčbu popisovaly jako důležité ukončit kontakt s ostatními z komunity.

Jiný výzkum se zaměřil na obsahovou analýzu diskusního fóra v rámci webové stránky eMimino (www.emimino.cz). V rámci této stránky bylo zanalyzováno 13 diskusí, které se týkaly PPP. Nejčastější téma jednotlivých příspěvků bylo šíření povědomí o PPP. Dále dávání rad, jak s PPP bojovat, nabídky poskytnutí pomoci, sdílení zkušenosti s PPP a diskuse ohledně stravovacích návyků. Při rozdělení příspěvků na ty primární a ty, které figurovaly jako odpovědi, se ukázalo, že vyšší procentuální zastoupení příspěvků zaměřených pro-ana (oproti těm, co šířily povědomí) bylo ve skupině primárních příspěvků než ve skupině příspěvků odpovídajících (Hudáková, 2021). I tady tedy v současné době není příliš častý explicitně pojmenovaný pro-ana obsah.

Drtilová (2022) se zaměřovala na uživatelky internetu, které měly diagnózu PPP. Internet je pro respondentky zdrojem informací o PPP, zdravém životním stylu a body image, které nelze najít nikde jinde. Faktory, které umocňují důležitost internetu, jsou jeho okamžitá dostupnost, přístup k informacím z bezpečí domova, dostupnost širokého spektra informací a anonymita. Internet navíc zprostředkovává kontakt s dalšími lidmi se zkušeností s PPP. To je důležité, protože v off-line prostředí je tato možnost komplikovaná stigmatizací a studem. Postoj žen se zkušeností s PPP k internetu je v některých případech pozitivní, někdy negativní, ale nejčastěji smíšený. Jejich postoj se vyvíjí v závislosti na postoji vůči nemoci celkově. Nezáleží tedy vždy na obsahu, na který na internetu narazí, ale i na fázi nemoci, ve které se zrovna nacházejí. Jako nepříjemné vnímají, když se objeví obsah, o který nemají zájem. Při nemoci to jsou informace o léčbě, při remisi je to pro-ana nebo pro-mia obsah. Respondentky popisují bludný kruh, kdy PPP diktuje jejich online chování (co vyhledávají apod.), a to se na základě algoritmů následně promítá do toho, jaký obsah jim internet nabízí, a to opět umocňuje jejich nemoc. Tento bludný kruh často začne prvotním vyhledáváním si informací o hubnutí, cvičení a poruchách příjmu potravy (Drtilová, 2022).

Ženy se zkušeností s PPP často využívají internet kromě vyhledávání informací také k vytváření sociálních vazeb, ke srovnávání se, k získání a poskytování podpory a k získání zpětné vazby. Důležité je i sdílení svých pocitů a příběhů, ať už v rámci průběhu PPP, nebo v průběhu uzdravování (Drtilová, 2022).

Výzkum dalších autorů si kladl za cíl prozkoumat zkušenosti žen s PPP na internetu. Pomocí rozhovorů se výzkumníci zajímali o pozitivní a negativní dopady internetu na průběh PPP. Ženy popisují mnoho výhod i nevýhod, které jim různé internetové platformy mohou poskytnout. Ve všech fázích nemoci mohou online platformy podpořit dvě hlavní

tendence: zhubnout a uzdravit se. Výzkum ukazuje, že i platformy vedené neprofesionály zaměřené na uzdravení, platformy poskytující odbornou pomoc a platformy zaměřené na jídlo, stravu a cvičení mohou podporovat udržení PPP. Na druhou stranu, ve fázi uzdravování mohou i pro-ana platformy sloužit jako probuzení a výzva, která posílí motivaci se uzdravit. Závěrem výzkumu tedy je, že pokud jde o ženy trpící PPP, nejde vliv internetu posuzovat podle typu obsahu, ale spíše podle současné motivace (Šmahelová et al., 2019b).

Také bylo zkoumáno, jaké faktory mají vliv na to, jak ženy se zkušeností s PPP vyhodnocují, jaké internetové zdroje informací o PPP jsou důvěryhodné a relevantní. Jako důležité faktory se ukazují proměnné na straně ženy (fáze nemoci, proces léčby, motivace k vyléčení). Další faktory se týkaly už přímo internetových zdrojů. Mezi důležité patří stáří zdroje, hodnocení zdroje sociálním okolím, vizuální vzhled a grafická úprava webové stránky. Výsledky studie ukazují důležitost toho, aby se profesionálové informovali o tom, z jakých zdrojů jejich klienti čerpají informace o PPP (Drtilová et al., 2022).

Zajímavý pohled na internetový obsah týkající se jídla a hubnutí přináší výzkum jehož cílem bylo zhodnotit, jak profesionálové pracující s PPP zohledňují používání internetu jejich klienty při vytváření strategií léčby. Názory profesionálů se značně liší. Pohybují se od postoje, že informace o pobytu na internetu pro léčbu nejsou vůbec relevantní, přes názor, že informace o obecném používání technologií se hodí znát, až po názor, že je potřeba vědět konkrétně, co klient či pacient na internetu sleduje (Šmahelová et al., 2019a).

3 Body image

V této kapitole bude představen koncept body image a krátce budou zmíněny vybrané faktory, které ho utvářejí. Následně budou popsána specifika body image ve vývojových obdobích pubescence, adolescence a mladé dospělosti.

3.1 Vymezení pojmu body image

Pojmy týkající se vnímání vlastního těla nejsou sjednoceny. Důvodem je četnost teoretických koncepcí i empirických výzkumů. V této práci operujeme s pojmem *body image*, jeho českým ekvivalentem by mohlo být *tělesné sebepojetí* (Fialová, 2001).

Jak český překlad napovídá, body image je součástí celkového sebepojetí jedince a je často považováno za jednu z jeho nejdůležitějších součástí. Sebepojetí se dá jednoduše definovat jako postoj k vlastnímu Já. Postoj je relativně stálá psychologická tendence mít přijímající či odmítavý vztah k určitému objektu v našem prostředí a obsahuje složku kognitivní, konativní a emocionální (Výrost, 2008). Kognitivní složka sebepojetí zahrnuje sebepoznání vycházející ze zpětné vazby, které nám poskytuje okolí. Integruje podněty z minulosti, současnosti i budoucnosti (Fialová & Krch, 2012). Což znamená, že jedinec má obraz toho, jaký byl, jaký je a do jisté míry také jaký bude. Emocionální složka sebepojetí je tvořena sebehodnocením dílčích částí Já a také hodnocením globálním, tedy sebeúctou. Konativní složka sebepojetí spočívá v uplatňování mechanismů seberegulace (Fialová & Krch, 2012).

Tělesné sebepojetí, nebo tedy body image, lze definovat jako postoj k vlastnímu tělu (Fialová & Krch, 2012). Patří sem všechny představy a myšlenky, které se týkají jedincova těla (Fialová, 2001). Na tělesné sebepojetí působí mnoho faktorů a zároveň samo ovlivňuje hodně věcí, včetně jedincovy sebeúcty.

Rittner a Mrazek (1986) rozdělili body image na tři základní složky: vzhled, zdatnost a zdraví. Vzhledem je myšlena atraktivita. Tu můžeme definovat jako míru naplňování současných ideálů krásy existujících v kultuře, ve které jedinec žije. Zdatností je myšlena funkčnost a výkonnost těla. Patří sem fyzická síla, sportovní kompetence a kondice. Poslední složkou je zdraví. Sem je zahrnuto kromě zdraví fyzického i zdraví psychické (Fialová & Krch, 2012).

Kognitivně-behaviorální přístup k body image není jednotnou teorií. Má snahu aplikovat teorie sociálního učení a podmiňování na koncept body image a pomocí nich vysvětlit jeho jednotlivé složky a to, jak na sebe navzájem působí.

Faktory působící na body image jsou děleny na historické a proximální. Je třeba brát v potaz, že toto rozdělení je spíše arbitrární a hranice mezi tím, co je současný vliv a co už je vliv z minulosti, je nejasná. Historické vlivy jsou minulé události ze života jedince, zážitky ovlivňující jeho myšlení, prožívání a chování vůči jeho tělu. Mezi významné historické vlivy patří kulturní socializace, interpersonální interakce, fyzický vzhled a jeho proměny v čase a také atributy jedincovy osobnosti. Obecně přijímané principy sociálního učení způsobují, že tyto historické faktory determinují postoje související s body image, včetně hodnocení vlastního body image a míry investice do body image (Cash, 2011).

Mezi proximální faktory patří současné události, které mají vliv na body image. Jsou to informace, které jedinec právě zpracovává, jeho vnitřní dialogy, emoce související s body image a autoregulační aktivity (Veale, 2004).

Vliv na body image má i samotné tělo. To, jak tělo jedince vypadá, potažmo do jaké míry splňuje kulturní požadavky, ovlivňuje, jak na jedince reaguje okolí. Nižší atraktivita nebo viditelné tělesné odlišnosti tedy mohou pro jedince znamenat častější apatické, či přímo antipatické reakce okolí. To ovlivňuje nejen jeho interpersonální vztahy, ale i sebeobraz (Wertheim et al., 2004).

Hmotnost není jediný aspekt těla, který má vliv na body image. Naše tělo nezůstává celý život stejné a jeho změny v čase také působí na body image. Součástí adolescence je vyspívání i po fyzické stránce a rapidní změny vzhledu probíhající v tomto období mohou velmi ovlivnit vývoj body image. V tomto období je rizikovým faktorem například i adolescentní akné. Další ontogenetické období, ve kterém se mění tělo, je stáří. Přibývající hmotnost, úbytek vlasů a zhoršení kondice pokožky typické pro toto období také velmi ovlivní jedincovo body image (Cash, 2011).

Neopomenutelnou částí body image jsou postoje týkající se vlastního těla. Mezi hlavní postoje, které jsou zahrnuty v body image, patří hodnocení vlastního těla. Hodnocení těla vychází přímo z toho, jak moc se liší tělo, jak ho jedinec sám vnímá, od jeho zvnitřněných (internalizovaných) ideálů krásy. Další z hlavních postojů týkajících se body image je už zmíněná míra investice do body image. Tedy jak moc jedinec staví sebehodnocení na svém

fyzickém vzhledu. Tato míra přímo souvisí s přesvědčením o tom, jak moc obecně vzhled člověka ovlivňuje v životě, jak moc je pro život důležitý (Cash, 2011).

Spojením těchto postojů vzniká takzvané self-schéma. Toto self-schéma způsobuje, že přijaté informace týkající se určitého aspektu self (v tomto případě těla a fyzického vzhledu) jsou zpracovány jistým způsobem a jsou ovlivňovány už stávajícími postoji (Cash, 2011).

Jak už bylo řečeno, self-schéma se týká určitého aspektu vnímání sama sebe. V případě vnímání svého těla je toto schematické zpracování informací spouštěno následujícími událostmi: pohled na vlastní tělo, pohled do zrcadla, nošení určitých typů oblečení, vážení se, cvičení, zpětná vazba ostatních lidí na tělo, změny nálad nebo změny fyzického vzhledu (Veale, 2004).

Výsledkem schematického kognitivního zpracování tohoto vnějšího vlivu je vnitřní dialog (někdy nazýván soukromá řeč s tělem). Tyto dialogy obsahují emocemi nabitě automatické myšlenky, interpretace, závěry a soudy o vlastním těle. Jejich pozitivní či negativní povaha záleží na tom, zda je celkové body image spíše pozitivní nebo negativní (Cash, 2011).

Součástí body image jsou behaviorální i kognitivní strategie, které jedinec provozuje, aby se vyrovnal se znepokojivými myšlenkami o svém těle (Veale, 2004). Copingové strategie byly rozděleny do třech hlavních skupin. První strategie je vyhýbání se. Kromě vyhýbání se myšlenkám a pocitům, které by mohly být nepříjemné, sem patří i záměrné zakrývání těla. Druhá strategie je upravování vzhledu, patří sem rituály týkající se úpravy a snahy změnit aspekty vzhledu, se kterými jedinec není spokojen. Třetí strategií je pozitivní racionální přijetí, které spočívá ve využití pozitivního interního dialogu, přijetí vlastních zkušeností a v aplikování péče o tělo. Další vyrovnávací chování je časté kontrolování vzhledu a vyhledávání ujištění o své atraktivitě od jiných osob. Tyto činnosti přinášejí jedinci momentální úlevu a útěk od negativních myšlenek (Cash, 2011).

Tyto auto-regulační činnosti nejsou vždy nutně maladaptivní a užívané ke vylepšování špatného body image (Cash, 2011). Jsou to i každodenní aktivity obsahující péči o vlastní vzhled, týkají se výběru oblečení a šperků apod. Upravený zevnějšek je pro velkou část lidí zdrojem pozitivních pocitů o sobě a zlepšení sociálního postavení.

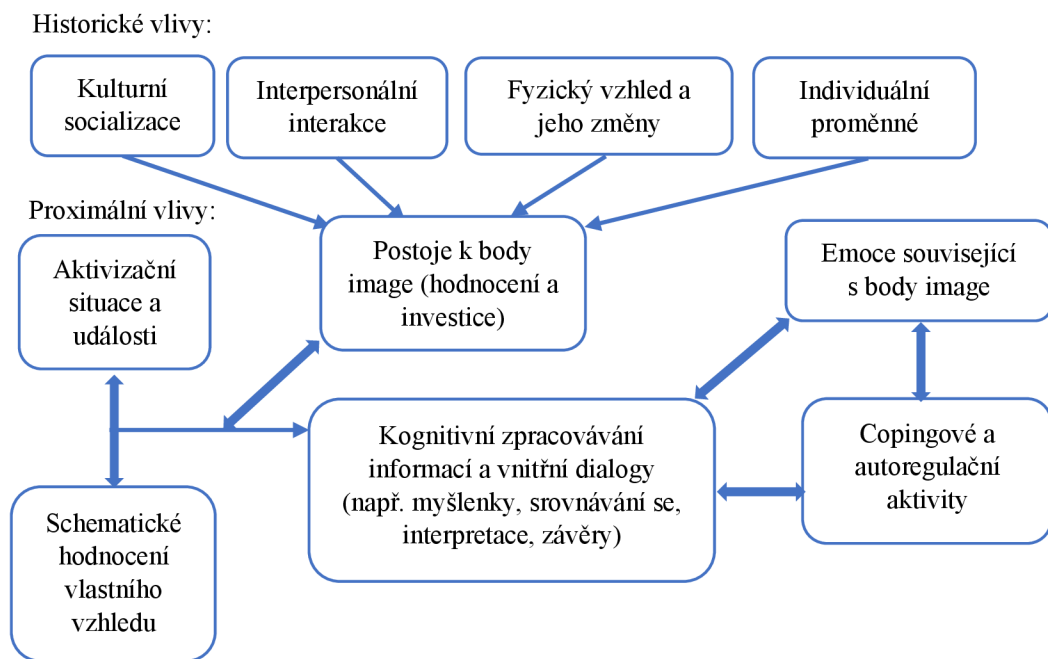
Další velkou skupinou faktorů ovlivňujících body image jsou individuální proměnné. Některé z nich jsou spíše faktory rizikovými, ohrožujícími vývoj body image. Jiné naopak

mohou fungovat jako faktory protektivní. Mezi tyto protektivní určitě patří pozitivní sebeobraz a podporující sociální síť. Naopak faktor ohrožující body image je perfekcionismus, hlavně pokud jde o sebereprezentaci v sociálním prostředí (Wertheim et al., 2004). Tato vlastnost zvyšuje riziko nespokojenosti s vlastním tělem. K tomu vede i zvýšená tendence kontrolovat a pozorovat svoje tělo a fyzický vzhled (Cash, 2011).

Vliv na body image má i styl attachmentu podle koncepce Bartholomewa a Horovitze (1991), která je rozšířenou verzí koncepce Bowlbyho teorie attachmentu (Bowlby, 1979). S pozitivním BI koreluje vazba bezpečná.

Obrázek 1 orientačně představuje, jak na sebe vzájemně působí různé výše zmíněné faktory.

Obrázek 1: Schéma vlivů na body image podle kognitivně-behaviorálního pojetí



Zdroj: Cash, 2011, s. 41; upraveno

Kulturní vlivy

V rámci kultury, ve které žijeme a socializujeme se, si také internalizujeme její normy. Normy jsou nějaké standardy, které většina členů kultury považuje za normální stav. Tyto kulturní normy jsou různorodé a týkají se všech oblastí života. Týkají se tedy samozřejmě i vzhledu těla. Tyto normy určují, jak vypadá ideální tělo ženské a mužské, jaké fyzické atributy jsou atraktivní, a jaké ne. Kulturní normy také určují, jaké následky z toho vyplývají,

když naše tělo nemá podobu toho ideálního, a jaké následky, když ano. Jedná se o odměny jako vyšší sociální status, lepší možnosti ve výběru partnera a přátel apod. a o tresty, jako je nižší sociální status či nějaká forma sociální ostrakizace. Internalizace těchto norem pak formuje, jak jedinci hodnotí své tělo (Cash, 2011). Internalizovaný ideál krásy se stává záchytným bodem, se kterým jedinci porovnávají své vlastní tělo. A protože jsou tyto ideály nerealistické, vzniká v jedincích nespokojenost plynoucí z rozporu mezi ideálem a reálným vzhledem těla. Spokojenost s vlastním tělem je tedy dána mírou naplňování těchto ideálů (Tiggemann, 2011).

Normy nám také určují, jakým způsobem se máme snažit dosáhnout těchto standardů krásy. V západní kultuře mezi přijatelné způsoby rozhodně patří dietní stravování, cvičení, kosmetická a plastická chirurgie. Pokud se jedinec snaží ideálu dosáhnout způsobem, který je patologický (drastické diety, extrémně fyzicky náročné cvičení apod.), objevují se u něj projevy narušeného způsobu stravování (McCabe & Ricciardelli, 2003; Tiggemann, 2011). Popsaný model by sám o sobě znamenal, že každý jedinec je silně nespokojen se svým tělem a volí nezdravé způsoby k odstranění této nespokojenosti. V populaci tomu ale tak není. Důvodem jsou moderující proměnné, které ovlivňují například to, do jaké míry si jedinec kulturně dané ideály internalizuje. Do těchto proměnných patří například celkové sebepojetí. Jedinci s pozitivním a stabilním sebepojetím jsou méně ovlivňováni kulturními standardy krásy (Tiggemann, 2011).

Tři hlavní zprostředkovatelé, kteří jedince vystavují těmto ideálům krásy, jsou rodiče, vrstevníci a média. Mezi další, méně stěžejní činitele patří učitelé, sportovní trenéři a pracovníci ve zdravotnictví (Tiggemann, 2011).

Interpersonální vlivy na body image

Lidé jsou sociální bytosti a vztahy s ostatními nás ovlivňují do velké míry. Ovlivňují všechny aspekty našeho života, včetně toho, jak se vnímáme. Konkrétně i to, jak vnímáme svoje vlastní tělo. Jak již bylo řečeno, mezi hlavní faktory ovlivňující body image patří rodiče a vrstevníci. V prvních letech vývoje body image je nejdůležitější vliv rodičů. Jak jedinec stárne a dostává se do období prepuberty a adolescence, stoupá důležitost vrstevníků. Poměr důležitosti těchto dvou hlavních zdrojů a také období, ve kterém ke změně dochází, se liší podle kultury a také podle kvality navázaných vztahů (Jones, 2011). Rodiče jsou tak významným činitelem z toho důvodu, že v období utváření postoje k vlastnímu tělu se s nimi děti identifikují a fungují i jako hlavní modely pro osvojování genderových rolí (Rodgers &

Chabrol, 2009), zároveň poskytují dětem zpětnou vazbu na všechny aspekty jejich osobnosti, včetně vzhledu (Jones, 2011). Rodiče vytvářejí dětské přesvědčení a postoje ke vzhledu obecně, učí je, jak důležitý je vzhled v životě jedince, zčásti utvářejí a ovlivňují názor dítěte na jeho vlastní tělo (Phares et al., 2004).

Působení rodičů můžeme rozdělit do dvou hlavních oblastí. Je to působení přímé, sem patří zpětná vazba, kterou rodiče podávají dětem na jejich vzhled, škádlení na téma vzhledu a požadavky na to, aby dítě svůj vzhled nějakým způsobem upravilo („zhubni“, „jez méně“ apod.) (Phares et al., 2004; Rodgers & Chabrol, 2009). Druhým způsobem je mechanismus modelování chování (Phares et al., 2004; Rodgers & Chabrol, 2009). V tomto ohledu děti ovlivňuje způsob, jakým se rodič vyjadřuje o vzhledu svém, druhého rodiče a obecně dalších třetích osob. Také tím, jaké životní zvyky dodržuje ohledně jídla, dietního stravování a cvičení, a tím, jaké zvyky dětem vštěpuje (Jones, 2011). Způsoby, jakými se rodiče vyjadřují o vzhledu obecně, o vzhledu svém i druhého rodiče (Abraczinskas et al., 2012), slouží jako příklady pro děti i adolescenty, jak ocenit nebo kritizovat vzhled svůj i ostatních. Jak a jestli vůbec rodiče cvičí a stravují se podle různých diet, slouží jako vzor, podle kterého děti modelují svoje chování v oblasti fyzické aktivity a omezování příjmu jídla (Jones, 2011). Děti také ovlivňuje to, jak spokojení jsou rodiče s vlastním tělem a jakou důležitost přisuzují své fyzické hmotnosti (Abraczinskas et al., 2012).

Mezi proměnné moderující vztah mezi vlivem rodičů a dopady na jejich děti patří míra internalizace sociálních norem a mechanismus sociálního srovnávání (Keery et al., 2004; Van den Berg et al., 2002). Na BI dětí má vliv i jejich vztah s rodiči. Obecně méně podporující a více konfliktní vztahy s rodiči predikují více dietního stravování a horší BI u dětí (Archibald et al., 1999; Ata et al., 2007). Méně blízké vztahy s rodiči se také ukázaly u dívek trpících PPP oproti kontrolní skupině (Swarr & Richards, 1996). Podporující vztah s rodiči naopak funguje jako protektivní faktor před nespokojeností s tělem (Bearman et al., 2006).

Speciální skupinou vrstevníků jsou sourozenci. Výzkumy ukazují, že sourozenci často mívají podobné body image. Sourozenci se také často navzájem ovlivňují ve vztahu k tělu a k jídlu, například škádlením. Škádlení na téma hmotnosti se mezi sourozenci objevuje často, nejčastěji ze strany starších bratrů. Sourozenci se častěji kvůli vzhledu škádlí v těch rodinách, kde totéž dělají rodiče. Chování sourozenců a jejich vliv na BI jedince je z velké části odrazem postoje rodičů a celkového klimatu rodiny (Jones, 2011).

Pokud se mluví o tom, jak BI dítěte ovlivňují vrstevníci, je stále třeba mít na paměti, že postoje vůči ideálům krásy těchto vrstevníků jsou do velké míry ovlivněny postoji jejich rodičů. V kolektivu se tedy setkávají všechny hodnoty, které si jeho členové nesou ze svých primárních rodin, a navzájem se mísí a ovlivňují. Tak se vytvářejí hodnoty skupiny vrstevníků, a ty pak ovlivňují chování a citění jednotlivců (Jones, 2011).

Přátelé mají tendence mít podobné, či dokonce stejné postoje k ideálům krásy (Levine et al., 1994) a používat podobné strategie k jejich dosažení (diety, cvičení apod.) (McCabe & Ricciardelli, 2003). Pokud je ve skupině přátel kladen důraz na vzhled těla a sdílené ideály krásy odpovídají těm podporovaným kulturou, u členů skupiny se objevuje větší nespokojenost s vlastním tělem (Carlson Jones, 2004). Jedním z ukazatelů toho, jak moc velký důraz je na vzhled kladen, je počet konverzací, které se mu věnují. Analogicky tedy prepubertální děti i adolescenti, kteří se o vzhledu a strategiích jeho změny baví s kamarády častěji, jsou více nespokojeni se svým tělem (Jones, 2011; Levine et al., 1994).

Body image je ovlivňováno i přímou zpětnou vazbou, kterou jedinci na své tělo získávají od přátel. Ve výzkumu, který se věnoval tomu, jaké zpětné vazby na tělo si poskytují vrstevníci, přátelé obou pohlaví poskytovali více zpětné vazby dívkám než chlapcům. Také více podporovali dívky ve změně těla. Chlapečtí kamarádi více podporovali v nabírání hmotnosti i svalů, dívčí kamarádky více podporovaly v nabírání svalů a snižování hmotnosti, bez ohledu na pohlaví podporovaného (McCabe & Ricciardelli, 2003).

Stejně jako ze strany sourozenců, i od kamarádů a vrstevníků děti často slyší škádlení kvůli váze a vzhledu. Studie (Ata et al., 2007; Jones, 2011; Oliver & Thelen, 1996; Phares et al., 2004) ukazují, že časté škádlení je spojeno s horším body image u všech dětí, bez ohledu na pohlaví. Chlapci a dívky jsou škádleni přibližně stejně často a škádlení ze strany dívčích i chlapeckých kamarádů má na BI stejný vliv (Oliver & Thelen, 1996). Jedinci, kteří uvedli, že je vrstevníci škádlí, více vnímali rozdíl mezi svým tělem a ideálním vzhledem těla (Ata et al., 2007). To, že je škádlení nejen signifikantní, ale také časté, dokazuje fakt, že 72 % žen studujících na vysoké škole uvádí, že byly v dětství škádleny kvůli vzhledu (Cash, 1995).

Body image je závislé na tom, jak moc má jedinec pocit, že je přijímán vrstevníky. Pokud má pocit, že přijetí vrstevníky závisí na tom, jak moc jeho tělo odpovídá ideálům krásy, je vystaven vyššímu riziku negativního BI. Některé studie uvádějí, že pocit dosažitelnosti oblíbenosti je nejvlivnější faktor ze všech týkajících se vrstevníků (Oliver &

Thelen, 1996). Ve vrstevnických kolektivech, jako je školní třída, je ukazatelem sociální prestiže popularita. Ostatní studenti se k populárním studentům vztahují jako ke zdroji ideálů. Podle očekávání koreluje vysoká popularita v kolektivu s menší velikostí těla a nižší hmotností. U chlapců kromě hubeného těla, koreluje s popularitou i svalnatá postava. Výzkumy také ukázaly, že napříč střední školou se nejvíc dietně stravovali žáci, kteří patřili mezi ty populární (Jones, 2011).

Další důležitý aspekt vztahů s vrstevníky jsou romantické vztahy. Dívky, které v rané adolescenci začaly být sexuálně aktivní, mají vyšší nespokojenost s vlastním tělem a častěji se stravují dietně. V adolescenci chlapci více než dívky považují za důležitý vzhled, a především vzhled těla potenciálního partnera/partnerky. I to je důvod, proč obézní dívky ve věku adolescence mají méně zkušeností s romantickými vztahy než jejich vrstevnice. To samé ale neplatí pro obézní chlapce (Jones, 2011).

Gender a body image

Velkou proměnnou ovlivňující body image jedince je pohlaví. Ve schématu 1 je uvedeno, že tělesné sebepojetí je ovlivněno kulturní socializací. V rámci té si lidé osvojují i různé normy. Normy týkající se těla nazýváme standardy krásy. Ukazuje se, že nemá až tak velký vliv to, zda jedincovo tělo daným normám odpovídá, ale spíše na tom, jestli on má pocit, že jim odpovídá (Cash, 2011). U žen je dosažení tohoto standardu spojováno s vyšší kvalitou života, vyšším sociálním postavením (Murnen, 2011), míra dosažení standardu zároveň koreluje s vnímáním vlastní hodnoty (McKinley, 2011).

Tyto ideály krásy jsou velmi odlišné pro ženy a pro muže a mění se i v průběhu let. Současný ideál ženského těla je promítán do vzhledu většiny populárních panenek. Část z nich by (být živou bytostí) nemohla kvůli svým proporcím ani stát (Murnen, 2011). Její tělo je hubené, má dlouhé nohy, velká prsa, zaoblené hýždě, úzký pas. Její vzhled dokreslují plné rty a dlouhé vlasy a řasy.

Ideál krásy zahrnuje i péči o tělo. U žen to je make-up, úprava vlasů, depilace ochlupení těla, nošení oblečení, které zvýrazňuje ty části těla, ve kterých se liší od mužů. Do péče o tělo spadá i plastická a kosmetická chirurgie. Operace, které v rámci nich ženy nejčastěji podstupují, korespondují s ideály krásy a jde v první řadě o augmentaci (zvětšení) prsů a poté liposukci (odsání tuku) (Murnen, 2011).

Mužským ideálem je tělo ve tvaru „V“, tvořené širokými rameny, úzkým pasem a dobře vyvinutým břišním svalstvem. Celá postava je štíhlá a svalnatá. Má hodně vlasů a naopak hrud' je bez ochlupení. Všechny tyto znaky dohromady vzbuzují dojem dominantního maskulinního muže. Velkou součástí mužského ideálu body image je i fyzická síla (Murnen, 2011).

Můžeme říci, že velký rozdíl v ideálech je, že u mužů se mluví i o tom, jak má tělo fungovat, u žen jen o tom, jak má tělo vypadat. To vede k objektifikaci ženského těla, která je přítomná hlavně v médiích (Murnen, 2011). Objektifikace je jev, kdy jedinec vnímá jiného člověka jako předmět, objekt. Také s ním jako s objektem zachází a vyjadřuje se o něm tak (Papadaki, 2010). Podle teorie objektifikace vede častý výskyt tohoto pohledu na ženské tělo u mnoha žen k sebeobjektifikaci, která způsobuje, že ženy své tělo pozorují bedlivěji a přirovnávají ho k ideálu. Toto přirovnávání k nerealistickému ideálu velmi často vede k nespokojenosti s tělem a frustraci (Fredrickson & Roberts, 1997).

Nespokojenost s vlastním tělem se objevuje u žen i u mužů. Vyskytuje se ale více u žen a velký rozdíl mezi pohlavím se dostavil v osmdesátých a devadesátých letech 20. století. Během let devadesátých narostla nespokojenost s vlastním tělem napříč ženskou i mužskou populací (Murnen, 2011).

Podle pohlaví se liší i gender role, které si osvojujeme v rámci socializace a které jsou také ovlivněny kulturou. Součástí ženské role už se stalo i očekávání určitého standardu péče o své tělo a vzhled obecně. Je očekáváno, že ženy věnují čas, energii a peníze do svého fyzického vzhledu. Dosáhnutí ideálu krásy je pro mnoho žen spojeno s větší úspěšností v pracovním životě i v intimních partnerských vztazích. Novodobější role „superženy“, která zvládá všechny úkoly v pracovním i rodinném životě a přitom všem dokáže vzhledem odpovídat ideálu krásy, klade na ženy ještě větší nároky a taktéž vede k nespokojenosti s vlastním tělem, protože se jedná o nedosažitelný ideál (Murnen, 2011).

Výzkumy (Lennon et al., 1999; Murnen & Smolak, 2009; Snyder & Hasbrouck, 1996) ukazují, že ženy, které ve svých vztazích prosazují tradiční genderové role, mají silněji internalizované (zvnitřněné, přijaté za vlastní) kulturně podmíněné standardy krásy a mají horší postoje vůči svému tělu, naopak feministické postoje fungují jako protektivní faktor a ženy, které se s nimi identifikují, mají lepší BI.

3.2 Specifika body image v pubescentním věku

Body image nezůstává celý život stejné a mění se s tím, jak jedinec roste, dospívá a stárne. Velký důraz je ve výzkumech kladen na body image v adolescenci a v mladé dospělosti. V těchto obdobích je body image velmi specifické, ale byla by chyba předpokládat, že na obdobích, které jim předcházejí, nezáleží. Pro komplexnost bude v této kapitole zmíněno i období předcházející pubescentní věk.

V mladším školním věku je pro body image dítěte stěžejní výkon. Dítě se po nástupu do školy srovnává se spolužáky a je pro něj důležité, aby dokázalo podat stejný nebo lepší výkon než oni. Týká se to nejen výkonu intelektuálního, ale i sportovního. Tělesné sebepojetí je chápáno jako „jsem to, co dovedu“ (Fialová & Krch, 2012). V tomto období se dětské sebehodnocení skládá ze čtyř částí: akademický úspěch, sociální kompetence, fyzická zdatnost a fyzický vzhled (Smolak, 2011). V mladším školním věku děti už srovnávají svá těla s těly vrstevníků. Toto srovnávání je součástí tvorby identity a způsobuje, že je toto období zvláště náročné pro jedince, kteří se svými nedostatky viditelně odlišují od svých vrstevníků (Langmeier & Krejčířová, 2006). Už v šesti letech se strachují o svou hmotnost a tvar těla a vyjadřují přání být hubenější (Lowes & Tiggemann, 2003). Už u dětí v tomto věku existují rozdíly podle pohlaví. Z českých dětí, které navštěvovaly 4. až 6. třídu ZŠ, 29 % chlapců a 14,5 % dívek chtělo být větších (přibrat na váze) a 34 % chlapců a 44 % dívek chtělo svou hmotnost snížit (Smolak, 2011).

Výzkumy ukazují, že 40–50 % dětí ve věku 6–12 let je nespokojeno s tím, jak vypadá, nebo s nějakým aspektem svého vzhledu (Smolak, 2011). Nespokojenost s tělem roste, jak děti stárnou, bez ohledu na jejich hmotnost (Bearman et al., 2006). Další výzkum, zkoumající děti ve věku 10 až 11 let, zjistil, že všechny děti, které se ho účastnily, si přály být hubenější (Sands, et al., 1997). V literatuře se obecně uvádí, že 40–50 % prepubertálních dívek si přeje, aby bylo hubenějších (Wertheim et al., 2009).

Jak dítě stárne a dostává se do prepubertálního věku, začíná mu kromě výkonu záležet i na vzhledu. V období prepuberty dochází k výrazné změně těla, mění se proporce a tělo se připravuje na přechod do adolescence. U dívek se tělo chystá na nástup menstruace a vývin sekundárních pohlavních orgánů a ochlupení. Spolu se změnou samotného těla dochází logicky i ke změně body image. Dítě se učí vnímat své tělo, které začíná vypadat jinak než doposud (Fialová & Krch, 2012). Změny, které se dějí tělu vlivem blížící se puberty, mohou pro některé být i symbolem ztráty kontroly nad vlastním tělem. Fyzické změny jsou

psychicky náročné hlavně pro jedince, které jimi procházejí v jiném věku než jejich vrstevníci. Pokud u jedince nastoupí dospívání dříve nebo později než u jeho vrstevníků, je možné, že bude vyčleňován z kolektivu. Naopak pubescenti, kteří dospívají ve stejný čas jako jejich vrstevníci, zažívají větší sociální oporu (Janošová, 2017). S tím je spojený zvýšený zájem o vzhled, který v tomto období dospívající zažívají. Více svůj vzhled zkoumají, nalezené nedostatky jsou prožívány velmi intenzivně. Ve věku prepuberty už může dospívající procházet některými změnami, které jsou typické až pro období puberty. Mezi tyto změny u dívek patří také nástup menstruace, která je často doprovázená zvýšením hmotnosti. Dřívější menarche je prediktorem zhoršení body image. Jiná studie ukázala, že korelace mezi body image matek a jejich menstruuujících dcer je vyšší oproti dvojicím matek a jejich nemenstruuujících dcer, patrně protože menstruuující dívky silněji sdílejí ideály krásy přejímané od svých matek (Usmiani & Daniluk, 1997). Pokud matky jedí dietní stravu, menstruuující dívky mají tendenci se stravovat stejným způsobem (Wertheim & Paxton, 2011).

Faktory ovlivňující body image u prepubertálních dětí jsou podobné jako u adolescentů a dospělých jedinců (Smolak, 2011). Na body image mají vliv nejen změna těla, ale i rodiče (jejichž vliv pomalu slábne), vrstevníci a média. Dítě v tomto období pasivně přijímá názory druhých na sebe samého a nedochází ke kritickému hodnocení. Stejným způsobem dítě nakládá s hodnotami, které vidí v médiích (Fialová & Krch, 2012).

Dalším faktorem, specifickým pro dětské body image, jsou hračky. Velká část hraček jsou lidské postavy, které dětem ukazují, jak by dospělé tělo mělo vypadat. Mezi dívkami jsou nejrozšířenější takové panenky, které mají nerealistické tělesné proporce (Smolak, 2011). Když výzkumníci nechali dívky v prepubertálním věku hrát si s panenkou Barbie, zjistili, že jejich body image bylo horší po hře než před ní. Skupině dívek, která si hrála buď s panenkou s realistickým tělem nebo s autíčkem, se body image nezměnilo (Boothroyd et al., 2021). Výzkum není ojedinělý a je jasné, že hračky mají velmi velký vliv na body image u dětí.

Dalšími faktory, které působí pozitivně, jsou autonomie a celkové sebehodnocení (Smolak, 2011). Negativně působící faktory jsou míra, do které má prepubescent internalizovaný ideál hubenosti (Keery et al., 2004), a to, jak často je používán mechanismus srovnávání se s vrstevníky (Keery et al., 2004; Vander Wal & Thelen, 2000). Významným protektivním faktorem je odmítnutí ideálů krásy, které jsou prezentované v médiích. Dívky,

kterým se nelíbily fotky hubených celebrit, měly lepší body image než jejich vrstevnice (Smolak, 2011).

Nespokojenost s hmotností a tělem v prepubertálním věku podle výzkumů vede k zvýšené nespokojenosti s vlastním tělem, dietnímu stravování, bulimickému chování a záchvatovému přejídání se v rané a střední adolescenci (Wertheim et al., 2009). Vypadá to, že jakmile nespokojenost s tělem u jedince existuje, nezmizí s věkem.

Z výsledků studie (Phares et al., 2004) zabývající se body image u preadolescentních dětí (věk participantů se pohyboval od 8 do 11 let) vyplývá, že rozdíl mezi BI u dívek a chlapců se objevuje už před adolescencí. U dívek se objevovala vyšší míra starostí o svou hmotnost a regulování stravování kvůli váze. Zároveň více toužily být hubené (*drive for thinness*, DFT) a po úbytku na váze. Tyto obavy byly u dívek spojeny s více faktory než u chlapců. Jmenovitě to byly problémové postoje k jídlu v rodině, vliv vrstevníků, škádlení a obecná míra sebeúcty. S dívkami také rodiče častěji mluvili o váze a dietách (Phares et al., 2004).

3.3 Specifika body image v adolescenci

Na pubescenci navazuje období adolescence, které trvá zhruba do 19 let. Hlavní oblasti body image, se kterými jsou adolescenti nespokojeni, jsou velikost a tvar těla (Wertheim & Paxton, 2011). To samé platí i pro jiná vývojová období, včetně dospělosti. Pro období adolescence je ale typické to, že kromě těchto oblastí často považují dospívající za problematické i jiné aspekty svého těla. Mezi ně patří například vzhled tváře, vzhled pokožky na obličeji i na těle, tvar nosu a dalších částí obličeje a velikost a vzhled pohlavních znaků (Wertheim & Paxton, 2011).

Kromě toho jsou v posledních letech stále častější pocity nedostačivosti v oblasti síly. Obavy ohledně velikosti svalů jsou častější u dospívajících chlapců, ale nevyhýbají se ani dívkám. Kromě síly se dospívající zajímají i o svou výšku, rychlost, výdrž a celkovou fyzickou kondici.

I nadále probíhají biologické změny, které mají za následek změny vzhledu těla a se kterými se adolescent musí vyrovnat a adaptovat na ně svůj sebeobraz a tělesné schéma (Vágnerová, 2017).

Až 70 % adolescentních dívek si přeje být hubenějších. Zvýšit svou hmotnost si naopak přeje pouhých 10 % a většinou se jedná o dívky, které splňují kritéria zdravotně rizikové podváhy (Wertheim et al., 2009). Velká část dospívajících dívek je přesvědčená, že menší tělo by znamenalo, že budou šťastnější, zdravější a budou lépe vypadat. Tomuto přesvědčení odpovídá fakt, že velká část adolescentních dívek s vyšší hmotností má nižší sebevědomí a jsou se sebou méně spokojené než jejich vrstevnice. V návaznosti na tato přesvědčení velká část dospívajících dívek podniká aktivní kroky ke snížení své hmotnosti. Až třetina dospívajících dívek k tomu využívá metod, které obecně můžeme považovat za nefunkční a nezdravé. Patří tam držení půstů, extrémních diet, zvracení nebo zneužívání farmak za účelem redukce hmotnosti (Wertheim & Paxton, 2011).

Adolescence patří k obdobím, kdy je vliv vrstevníků vyšší než kdy jindy. Paxton a kolegové (2005) zjistili, že u adolescentních dívek nespokojenost s vlastním tělem souvisela s přesvědčením, že hubenost je největším faktorem, který určuje, zda dívka připadá chlapci atraktivní. Toto přesvědčení v dané studii sdílelo i 85 % zúčastněných chlapců. Body image v adolescenci je tedy poprvé do určité míry ovlivňováno i romantickými vztahy. Vliv mají samozřejmě i skupiny přátel, které často mívají podobné body image. Pokud blízcí přátelé dospívající dívky drží diety, je větší pravděpodobnost, že se u ní rozvinou pochyby o vlastním těle (Wertheim & Paxton, 2011).

Co se týká vlivu pohlaví v adolescenci, studie zkoumala rozdíl mezi body image u adolescentních dívek a chlapců. Participantů ve věku 13 až 19 let se podle pohlaví velmi lišili v různých aspektech body image. Dívky zaujímaly mnohem negativnější postoje vůči částem svého těla a také vnímaly velký rozdíl mezi tím, jak vypadají, a tím, jak by mělo vypadat ideální ženské tělo. Projevily touhu po tom, aby jejich tělo bylo celkově menší. Chlapci i dívky měli společné to, že byli nespokojeni s horní polovinou svého těla a toužili po jejím zvětšení. Dívky popisovaly častější škádlení ze strany rodinných příslušníků a pocit nátlaku ke zhubnutí ze strany rodiny i kamarádů. Dívky také vnímaly intenzivnější tlak médií (Ata et al., 2007).

Dobrým prediktorem pozitivního body image u adolescentů se zdá být nízká internalizace sociokulturního ideálu krásy (Nanu et al., 2013; Thompson et al., 2004). Ve studii zkoumající vlivy na body image adolescentů, vysvětlovala internalizace ideálu krásy spolu s kritikou vzhledu vrstevníky 45,7 % rozptylu nespokojenosti s tělem (Lawler & Nixon, 2010). V další studii měla největší vliv na body image internalizace ideálů krásy

spolu s vnímaným tlakem se těmto ideálům přizpůsobit (Knauss et al., 2007). Jiné studie našly jako hlavní proměnnou při utváření body image místo míry internalizace například sociální srovnávání, mluvení o hmotnosti a tvaru těla nebo šikana spojená s hmotností (Lampard et al., 2014; Puhl & Luedicke, 2012; Voelker et al., 2015).

Dalším prediktorem pozitivního body image je silná interpersonální identita a s ní spojené stabilní vztahy s vrstevníky, které se objevují spíše ke konci období adolescence (Wängqvist et al., 2013). Také menší identifikace s tradičními gender rolemi souvisí s menší mírou investice do splňování ideálů krásy, a tedy s pozitivnějším body image (Smolak & Stein, 2010).

Podobně jako v období pubescence, i u adolescentů je BMI faktorem významně ovlivňujícím body image (Caccavale et al., 2012; Calzo et al., 2012). Dopady BMI na body image se zdají být dlouhodobé, a tak vyšší BMI během pubescence a adolescence předpovídá nespokojenost s vlastním tělem v mladé dospělosti (Bucchianeri et al., 2013; Quick et al., 2013).

Negativní body image u adolescentů souvisí mimo jiné s poruchami příjmu potravy, vyhýbáním se fyzické aktivitě a dysfunkčním cvičením (Voelker et al., 2015). Adolescence je období, ve kterém je nejvyšší riziko rozvoje poruch příjmu potravy. Tyto se velmi často vyvíjejí z narušeného a negativního body image. Nejběžnější z PPP, mentální anorexie, se nejčastěji rozvíjí v časné či pozdní adolescenci a druhá nejběžnější porucha, mentální bulimie, má nejčastější začátek v pozdní adolescenci (Wertheim & Paxton, 2011).

Neumark-Sztainer a kolegové ve své studii o 2516 adolescentních participantech zjistili souvislost mezi nespokojeností se svým tělem a nižší fyzickou aktivitou (Neumark-Sztainer et al., 2006). Na opačné straně spektra můžeme najít kompulzivní a nadměrné cvičení. Toto chování patří k nejčastějším strategiím na redukci hmotnosti, kompenzaci přijatých kalorií, změně velikosti nebo tvaru těla (Hausenblas et al., 2008). Dysfunkčnost takového nadměrného cvičení spočívá v jeho kvantitě i kvalitě. Kromě toho také zahrnuje emoce spojené s cvičením (např. pocity viny při odpočinku), myšlenky týkající se cvičení a motivaci k cvičení (Taranis & Meyer, 2011). V běžné populaci se závislost na cvičení odhaduje na 3 % (Sussman et al., 2011). U jedinců, kteří trpí některou z PPP, se tato prevalence zvedá na 33–100 % (Mond & Calogero, 2009). Takové cvičení je jedním z největších prediktorů relapsu při léčbě PPP (Steinglass et al., 2011). Zároveň má souvislost

se zhoršenou pozorností, zvýšenou únavou, poruchami nálady, zvýšeným výskytem zranění, sociální izolací a zhoršením interpersonálních vztahů (Hausenblas et al., 2008).

3.4 Specifika body image v mladé dospělosti

Longitudinální studie ukazuje na význam dospívání pro body image v mladé dospělosti. Například Quick a kolegové (2013) zjistili, že nízké sebevědomí, nespokojenost s vlastním tělem, vyšší BMI a výskyt depresivních symptomů v období adolescence predikovalo vyšší nespokojenost s vlastním tělem v mladé dospělosti.

Body image zůstává v rámci dospělosti stabilní v tom, zda je pozitivní či negativní. Tedy nemění se spokojenost s tělem (Stevens & Tiggemann, 1998; Thompson et al., 1998), s jeho jednotlivými částmi (Wilcox, 1997), s hmotností (Grogan, 2016; Harris & Carr, 2001; Swami et al., 2010), ani touha být hubenější (Allaz et al., 1998). Změny v body image co do jeho ostatních aspektů ale během dospělého života probíhají (Tiggemann, 2004).

Celý proces funguje tak, že s věkem se ženská těla vzdalují od ideálu krásy. Zároveň s tím ale klesá důležitost vzhledu těla pro celkové sebepojetí. Tyto dva procesy se navzájem vybalancují a výsledkem je stabilní body image v průběhu dospělého věku a jeho zlepšení ve věku vysokém (Tiggemann, 2004).

Faktor, který se na zlepšení podílí, vychází z teorie sebeobjektifikace. Ženy jsou podrobeny objektifikaci nejvíce v reprodukčním věku. Když žena stárne, její tělo je objektifikováno méně často a ona se zbavuje pohledu na své tělo jako na objekt. S tím souvisí i to, že své tělo méně pozoruje. A méně si tedy všímá rozdílů mezi tím, jak vypadá, a tím, jak by ideálně vypadat mělo (Fredrickson & Roberts, 1997; Tiggemann & Lynch, 2001). S tím souvisí i postupný pokles monitorování těla a úzkosti týkající se vzhledu v průběhu dospělosti (Tiggemann & Lynch, 2001).

Většina výzkumů zkoumajících body image u dospělých jedinců se orientuje na ženy. Zkoumat u mužů BI je obtížnější, protože výzkumníci dlouho předpokládali u mužů stejný lineární vztah mezi BMI a BI, jaký existuje u žen (Bassett-Gunter et al., 2017).

Z výzkumů, které existují, vycházejí rozporuplné závěry. Jedna studie uvádí, že BI u mužů zůstává stabilní během věku (Quittkat et al., 2019), jiná studie uvádí, že spokojenost s vlastním tělem je vyšší u mužů mladšího věku (Ålgars et al., 2009), a další studie uvádí,

že spokojenost s vlastním tělem je vyšší u mužů staršího věku (Feingold & Mazzella, 1998; Mellor et al., 2010).

Studie se shodují v tom, že muži v průběhu dospělosti prožívají nižší míru nespokojenosti s vlastním tělem než ženy (Demarest & Allen, 2000; Tiggeman, 2004).

Mladé ženy a mladí muži se neliší jenom ve valenci body image, ale i v konkrétních oblastech, které vnímají jako problémové. Ženy se častěji zabývají tvarem či velikostí svého těla a muži se častěji zabývají svalovou hmotou než tvarem těla (Hoffmann & Warschburger, 2018).

I v období mladé dospělosti výzkumy nacházejí souvislost mezi vyšším BMI a negativnějším body image, tato souvislost je výraznější u žen (Mintem et al., 2015; Streeter et al., 2012). Longitudinální studie (Bucchianeri et al., 2013) sledující skupinu jedinců od pubescence do mladé dospělosti ukázala na vliv změny BMI v průběhu dospívání jako nejvlivnější příčinu změny body image. Výsledky ukazují na souvislost zvyšování BMI se zhoršováním spokojenosti s vlastním tělem.

3.5 Vliv médií na body image

Velkým činitelem, který ovlivňuje body image, jsou média. Za média považujeme například televizi (televizní reklamy), časopisy, videohry, filmy, internet, sociální sítě. Tedy každý obsah, který je vytvářen pro velké množství lidí a je šířen masově. Většinou je jejich účelem pobavit své konzumenty. Vliv médií na BI spočívá v předávání informací o ideálech krásy, zobrazování těl, které odpovídají ideálům krásy, a šíření informací o dietách a dalších strategiích ke změně hmotnosti (Keery et al., 2004). Média mají na jedince dvojitý vliv, vliv přímý, a navíc vliv nepřímý v podobě ovlivňování osob jedinci blízkými (López-Guimerà et al., 2010).

Ideály krásy, které se v médiích objevují, jsou ovšem nezdravé a většinou nerealistické. Průměrná hmotnost modelky je o 25 % nižší než průměrná hmotnost ženy nemodelky (Derenne & Beresin, 2006). Dosažení ideálů krásy je dáváno do souvislosti s potěšením, morálností a atraktivitou jedince. Je zdůrazňováno, že tohoto ideálu lze dosáhnout pouhou snahou (Levine & Chapman, 2011), nejsou brány v potaz například genetické faktory.

Opakované vystavování se médiím je rizikový faktor vzniku nespokojenosti s vlastním tělem, nadměrným zabýváním se svou hmotností a rozvinutí narušených způsobů stravování (López-Guimerà et al., 2010; Tiggemann & Pickering, 1996).

Vliv médií velmi dobře reprezentuje výzkum provedený na ostrově Fiji. Na ostrově nebyla až do roku 1995 televize. Za tři roky od jejího zavedení se na Fiji zvedla prevalence PPP z 0 na 69 % (Becker et al., 2002).

Čas, který adolescentní dívky věnují sledování médií zaměřených na vzhled (médiá, ve kterých se objevují výhradně nebo většinou fotografie osob), koreluje s mírou nespokojenosti s vlastním tělem, mírou internalizace hubeného ideálu a intenzitou DFT (Levine & Chapman, 2011). Celých 70 % adolescentních dívek uvádí, že je jejich představa o ideálním těle ovlivňována fotkami v časopisech a téměř v polovině z dospívajících dívek obrázky vyvolávají nespokojenost s tělem a motivaci snížit hmotnost (Field et al., 2001; Levine & Chapman, 2011). Adolescentní dívky, které byly experimentálně vystavené fotografiím žen průměrné velikosti, vykázaly zlepšení BI (Levine & Chapman, 2011). V jiné studii (Ashikali et al., 2014) vystavení dívek ve věku 15–18 let pořadu o kosmetických operacích souviselo s horší spokojeností s hmotností a vzhledem než u kontrolní skupiny.

Média mají vliv i na BI u mužů. Čtení časopisů o mužské módě a fitness koreluje s vyšší nespokojeností s tělem a užíváním steroidů. Korelace mezi vystavením médiím a BI je menší než u žen, ale s rostoucím věkem muže se zvětšuje. Mužský ideál krásy je v médiích více zdůrazňován od osmdesátých let minulého století. Je kladen důraz na cvičení a vzpírání, tento svalnatý ideál krásy se promítá i do podoby postav z akčních filmů (Levine & Chapman, 2011).

Důležitá jsou také média, jejichž cílovou skupinou jsou děti. Patří sem animované seriály, filmy a pohádky, video hry, akční figurky a knihy pro děti. V těchto médiích je také výrazný ideál krásy a je v nich zdůrazňována důležitost fyzického vzhledu. V animovaných příbězích jsou postavy s průměrnou nebo vyšší než průměrnou hmotností velmi často neatraktivní, podprůměrně chytré a vyčleněné z kolektivu. Tento efekt je zvláště častý u ženských postav (Smolak, 2011).

Proměnnými, které moderují vztah mezi vlivem médií a dopadem na jedincovo body image, jsou míra internalizace ideálu hubenosti (Fardouly et al., 2017; Keery et al., 2004; Levine & Chapman, 2011), míra emoční investice do médií (Levine & Chapman, 2011), sociální srovnávání (Fardouly et al., 2017; Keery et al., 2004), rychlost aktivace

schematického zpracování těla, sebeobjektifikace, vnímaný rozdíl mezi tělem, které jedinec má, a tělem, jaké by chtěl mít (Levine & Chapman, 2011). Dívky ve věku rané adolescence vnímají vliv médií nejhůře, protože u nich existuje velký nesoulad mezi jejich aktuální postavou a těly, která jsou prezentována v médiích (Levine & Smolak, 2002, in Ata et al., 2007). Negativní vliv médií je signifikantně silnější u dívek a žen, které už zažívají nějakou nespokojenost s vlastním tělem. Důvodem je to, že jedinec, který je nespokojený s vlastním tělem, častěji své tělo porovnává s ostatními těly. To je způsobeno tím, že jeho schematické zpracování těla je spouštěno častěji (Levine & Chapman, 2011).

Protektivním faktorem před vlivem médií je mediální gramotnost (media literacy). Preventivní programy, které se gramotností zabývají, jsou efektivnější pro věkovou kategorii prepubertálních a mladších dětí než pro mladé dospělé. Internet se zároveň stal nástrojem pro šíření prevence a intervence v oblasti body image a vztahu k jídlu (Levine & Chapman, 2011). Mediální gramotnost zahrnuje vědomosti o potenciálních rizicích, o tom, že fotografie na internetu jsou často retušované a upravené (Burnette et al., 2017), kompetence přijímat informace z médií kriticky a nesrovnávat se s obsahem, který v nich jedinec vidí (Keery et al., 2004). Ve studii s dívkami ve věku 12–14 let, kde byla gramotnost identifikována jako velký protektivní faktor, se participantky aktivně v prostředí sítí vyhýbaly obsahu, o kterém tušily, že by mohl být škodlivý. Dobrým prostředím pro nabytí těchto znalostí může být škola (Burnette et al., 2017). Informace o rizikových faktorech sociálních sítí musí být i v televizi a na internetu, aby byly skutečně. Dalším protektivním faktorem může být přístup rodičů. Rodiče by měli limitovat čas, který jejich děti stráví na sociálních sítích, a měli by se s dětmi bavit o obsahu, který tam děti vidí (Derenne & Beresin, 2006).

3.6 Negativní body image a související rizika

To, jaký vztah má jedinec ke svému tělu, jak ho vnímá a jakou důležitost mu přisuzuje, ovlivňuje více aspektů jeho života. Body image vysoce koreluje s kvalitou života a také hodnocením vlastního fyzického zdraví (Nayir et al., 2016).

Negativní body image, tedy nespokojenost s vlastním tělem, koreluje z psychologických aspektů s depresivní symptomatikou (Brausch & Gutierrez, 2009; Paxton et al., 2006) a nižším sebevědomím (Paxton, et al., 2006). Z aspektů behaviorálních koreluje s volbou dietních strategií k redukci tělesné hmotnosti, nižším příjmem ovoce a zeleniny a menší fyzickou aktivitou (Bucchianeri & Neumark-Sztainer, 2014). V kombinaci

s narušeným způsobem stravování se negativní body image stává rizikovým faktorem pro suicidální jednání (Brausch & Gutierrez, 2009).

Narušené body image (*body image disturbance*, BID) je rizikovým faktorem pro vznik poruch příjmu potravy. Jedinci trpící mentální anorexií, mentální bulimií a tělesnou dysmorfickou poruchou vykazují zvýšenou míru BID oproti kontrolním skupinám (Cash & Deagle, 1997), mezi sebou se skupiny příliš neliší (Hrabosky et al., 2009).

BID se projevuje narušením následujících oblastí:

- percepce (narušení mentálního obrazu svého těla, neodpovídající realitě, narušené mohou být také pocity spojené s bytím ve vlastním těle, např. pocit zabírání místa),
- kognice (přesvědčení o vlastním těle jsou narušena, přesvědčení, že je extrémně neatraktivní, přesvědčení o důležitosti atraktivity pro kvalitu svého života),
- emoce (pocity zhnusení, trapnosti, rozpačitosti a cítění se tlustě, a to zvláště v situacích, které vyvolávají myšlenky na vzhled, např. pohled na své tělo nebo když se někdo jiný dívá na jedincovo tělo) (Delinsky, 2011),
- chování (častější pozorování a kontrolování svého těla, vyhýbání se svému tělu a pohledu na něj) (Shafran et al., 2004) nebo
- kombinace předchozích (Delinsky, 2011).

4 Vztah k jídlu

V této kapitole bude představen koncept vztahu k jídlu. Krátce jsou představeny nejčastější PPP. Následně budou popsána specifika vztahu k jídlu ve vývojových obdobích pubescence, adolescence a mladé dospělosti.

Jedincův vztah k jídlu popisují jeho stravovací názory a návyky (*dietary beliefs and behaviours*, DBB). Jsou to jeho postoje ohledně stravování, výživy a s tím spojené chování. Můžou být obecně adaptivní, tedy prospěšné, nebo maladaptivní, tedy neprospěšné či škodlivé (Lazarou et al., 2008). Základy DBB se tvoří již v nízkém věku (Fisher et al., 2009).

Maladaptivní DBB nazýváme narušené způsoby stravování (*disordered eating*, DE). Mezi faktory související s DE řadíme zvýšenou depresivitu (Brausch & Gutierrez, 2009; Nagata et al., 2018), myšlenky na sebevraždu a její plánování (Brausch & Gutierrez, 2009; Brown et al., 2015), užívání psychoaktivních látek, rozvoj PPP a dlouhodobé zvyšování tělesné hmotnosti (Nagata et al., 2018).

DE jsou také spojeny s tělem a BI. Dívky, které mají negativní BI, výrazně častěji trpí DE než dívky, které mají zdravý vztah ke svému tělu (Attie & Brooks-Gunn, 1989). Protože tyto způsoby stravování z dlouhodobého hlediska vedou spíše k přibírání na váze, dívky se ještě více vzdalují od svého ideálního vzhledu, jejich BI se zhoršuje a ocitají se v bludném kruhu. Adolescenti, kteří jsou obézní nebo mají nadváhu, mají větší pravděpodobnost, že si osvojí DE, než adolescenti s podprůměrnou či průměrnou hmotností (Nagata et al., 2018).

DE jsou v populaci přitom velmi rozšířené. Polovina adolescentů se snaží o redukci své hmotnosti, 15 % přitom má zdravou hmotnost. Čtvrtina adolescentních dívek volí extrémní metody k dosažení redukce hmotnosti. Patří sem užívání psychofarmak, záměrné zvracení, vynechávání jídel a jedení potravinových náhražek místo jídla (Brown et al., 2016).

Mezi DE patří omezování příjmu potravy. Jde o kognitivní strategii, která má za účel kontrolu a omezení příjmu jídla a kontrolu hmotnosti těla (Hood et al., 2000). Projevuje se třeba i počítáním kalorií (Johnson & Birch, 1994).

Dalším z DE je disinhibice. Jde o ztrátu zábran, jedinec přestane kontrolovat, co a kolik toho jí. Projevuje se záchvatovitým přejídáním. Spouštěčem epizody záchvatovitého přejídání často může být specifické jídlo či stresující zážitek (Hood et al., 2000).

Dále mezi DE řadíme například opakované a časté stravování se podle restriktivních diet. Dietní způsob stravování vede k opakovanému vzorci deprivace sebe sama. Ten pak

může vyústit v záchvatovité přejídání, přibírání na váze a následné zhoršování sebeobrazu (Derenne & Beresin, 2006). Další DE jsou například držení půstů, záměrné zvracení, vynechávání jídel a zneužívání farmak k hubnutí (Nagata et al., 2018).

4.1 Poruchy příjmu potravy

Hlavním rizikem narušeného vztahu k jídlu je rozvinutí PPP (Nagata et al., 2018). Poruchy příjmu potravy jsou v rámci Mezinárodní klasifikace nemocí 11 [MKN-11] (WHO, 2024) zahrnuty v kategorii Poruchy příjmu potravy a stravovacího chování (6B8). Poruchy stravovacího chování se liší od PPP tím, že nejsou spojeny s obavami o tělesnou hmotnost a tvar.

Dle MKN-11 jsou poruchy příjmu potravy definovány následovně: „*zahrnují abnormní příjem potravy a stravovací chování, které nelze vysvětlit jiným onemocněním, není vývojově přiměřené nebo neodpovídá vývojovým kulturním zvyklostem ... Poruchy příjmu potravy zahrnují abnormální stravovací chování a nadměrné zaobírání se jídlem, spolu s výraznými obavami ohledně tělesné hmotnosti a tvaru těla*“ (WHO, 2024, Poruchy příjmu potravy a stravovacího chování).

Mentální anorexie (MA, vedená pod kódem 6B80) je jedna z nejčastějších PPP. Někdy v průběhu života jí trpí 4 % žen a 0,3 % mužů (van Eeden et al., 2021). Charakteristická je úmyslným hubnutím, strachem z tloustnutí, nadměrnou tělesnou aktivitou a minimálním energetickým příjmem. Může se objevovat vyvolávání zvracení a průjmu či užívání anorektik a diuretik. Důsledkem je významně nízká hmotnost. Diagnostická hranice je BMI nižší než 18,5 kg/m². MA může být diagnostikována, i pokud není naplněno BMI kritérium, a to za podmínky, že jedinec ztratil více než 20 % své celkové tělesné hmotnosti během šesti měsíců. U dětí a dospívajících se ale MA může spíše než dramatickým úbytkem hmotnosti projevit tím, že u nich neproběhne očekávaný váhový přírůstek (WHO, 2024). Je to nemoc život ohrožující, nejen kvůli častým zdravotním komplikacím, ale také vysokému výskytu suicidů. Je spojena se zvýšenou mírou depresivní a anxiózní symptomatiky. Charakteristické je odmítání udržování normální tělesné hmotnosti a popírání toho, že nízká hmotnost s sebou přináší komplikace. Jedinec trpící mentální anorexií velkou část svého sebepojetí staví na svém fyzickém vzhledu a hlavně hmotnosti, proto vzdání se své ideální hmotnosti může způsobit pocity selhání a ztráty osobní identity a hodnoty (Delinsky, 2011).

Další z častých PPP je mentální bulimie (MB, vedená pod kódem 6B81). Někdy za svůj život tímto onemocněním trpí až 3 % žen a zhruba 1 % mužů (van Eeden et al., 2021). Charakterizována je opakovanými epizodami záchvatovitého přejídání a nadměrnou kontrolou své tělesné hmotnosti v podobě nevhodného kompenzačního chování. Během epizody záchvatu přejídání ztrácí jedinec kontrolu nad jídlem, jí významně více než obvykle a není schopný přestat jíst nebo ovlivnit druh konzumovaného jídla. Po epizodě přejídání následuje zvracení či užívání projímadel, může jít i o nadměrné cvičení (WHO, 2024). Epizodě často předchází snaha o omezení příjmu stravy a negativní emoce (Crowther & Williams, 2011). Podobně jako u MA i tady jsou hmotnost a tvar těla hlavním faktorem jedincova sebehodnocení (WHO, 2024).

Záchvatovitým přejídáním (vedené pod kódem 6B82) někdy v životě trpí 1,5 % žen a 0,3 % mužů (Keski-Rahkonen, 2021). Je charakterizováno častým záchvatovitým jedením abnormálního množství jídla. Při přejídání jedinec pociťuje ztrátu kontroly. Podobně jako u MB i zde jedinec není schopen ovlivnit množství ani druh jídla (WHO, 2024). Jí i přes absenci hladu, většinou rychlejším tempem než normálně. Typická je snaha skrývat před okolím množství jídla a prožívání znechucení, viny a depresivních pocitů týkajících se stravování. Jedinci trpící touto poruchou mají nižší kvalitu života, která je způsobena i zdravotními komplikacemi, protože přejídání je často spojeno s obezitou (Hrabosky, 2011). Psychogenní přejídání je také spojeno s vyšší nespokojeností s vlastním tělem a vyšší mírou investice do svého vzhledu (Hrabosky et al., 2007, in Hrabosky, 2011).

4.2 Vztah k jídlu v pubescenci

V období dětství a pubescence je vztah k jídlu ovlivňován primárně rodinou. Rodiče ovlivňují svoje děti v oblasti stravování a výživy hned několika způsoby. Za prvé rozhodně tím, jaká jídla jim připravují, jaká jídla nakupují, a jaká jídla mají tím pádem děti k dispozici. Za druhé tím, jak děti k jídlu motivují, v některých případech donucují. Za třetí je někdy nevědomě ovlivňují i tím, jak se sami stravují a jaký mají přístup k jídlu (Clark et al., 2007; Hood et al., 2000; Johnson & Birch, 1994; Scaglioni et al., 2018).

Vliv má i to, jaké postoje rodiče zaujímají vůči ideálům krásy a zdraví. Pokud je mají silně zvnitřněné, budou se více snažit, aby je jejich děti naplňovaly. V rámci rodiny rodiče svým dětem předávají jak způsoby stravování, tak i postoje týkající se jídla a mohou jim předat i problémy, které sami s jídlem mají (Canals et al., 2009).

Co se týká rozdílů mezi dívkami a chlapci u předávání stravovacích návyků, existují již od útlého věku. Tyto rozdíly souvisejí se společenským ideálem krásy a zdraví, který se liší pro dívky a chlapce. Dívky jsou omezovány v příjmu potravy již od předškolního věku (Johnson & Birch, 1994).

Studie (Marchi & Cohen, 1990) zkoumající vývoj jídelní patologie od útlého dětství až do pubescence ukázala, že vztah k jídlu v dětství má velký vliv na následující období v životě člověka. Všechny druhy jídelní patologie byly velmi stabilní po celou zkoumanou dobu. Výskyt některých konkrétních patologií předpovídal výskyt MA nebo MB v dospívání. Konkrétně pika, neboli požívání nepoživatelných věcí, predikovala mentální bulimii (Mezinárodní zdravotnická organizace, 2024). Vybíravost a problémy s trávením jídla zase predikovaly mentální anorexii. Vybíravost byla častější u dívek než u chlapců (Marchi & Cohen, 1990).

Kromě primární rodiny má na stravovací návyky dětí vliv i kultura a celá společnost. Ta ovlivňuje způsob, jakým rodiče své děti krmí.

Společenské vlivy způsobují, že na výživové strategie rodičů má vliv jejich socioekonomický status. Existuje rozdíl v tom, jak se stravují děti v domácnostech, které mají nejistý přístup k jídlu (*food insecure households*), a těch, kde je přístup k jídlu jistý. Nejistý přístup k jídlu znamená, že mají členové domácnosti limitovaný nebo nestálý přístup k nutričně výživným a zdravým jídlům (Kral et al., 2017). Většinou se domácnost ocitá v takové situaci z finančních důvodů.

Děti z těchto domácností mají pětikrát větší pravděpodobnost, že budou obézní, než děti z rodin, kde je přístup ke kvalitnímu jídlu jistota. Také více jedí i po tom, co zasytí svůj hlad. Rodiče, kteří mají nejistý přístup k jídlu více při krmení svých dětí využívají strategii restrikce a hmotnost jejich dítěte jim dělá větší starosti (Kral et al., 2017).

Důvodů, proč existuje tento rozdíl, je hned několik. Zdravá jídla jsou finančně nákladnější, takže jsou pro socioekonomicky ohroženější rodiny dostupnější potraviny s vyšším obsahem cukrů a tuků. Dále častěji volí strategii střídání vynechání jídla a najedení se více, než potřebují, v naději, že tím ušetří peníze za jídlo. Rodiče, kteří nemají jistý přístup k jídlu volí takové strategie, které maximalizují příjem kalorií jejich dětí (Kral et al., 2017).

4.3 Vztah k jídlu v adolescenci

Období adolescence je z pohledu vztahu k jídlu většinou považováno za nejrizikovější a nejproblematictější. Tento fakt se odráží i v tom, že nejčastější začátek nemoci se u mentální anorexie pohybuje mezi 15 a 19 lety (Bulik, 2002).

Longitudinální studie sledující dospívající od jejich 15 do 18 let ukázala, že nejrizikovější faktor pro vyvinutí PPP u této věkové skupiny je držení restriktivních diet. Hned druhým nejrizikovějším faktorem vzniku PPP byla u souboru přítomnost nějaké psychiatrické diagnózy (Patton et al., 1999).

Z těchto důvodů byla věnována zvýšená pozornost výzkumu stravovacích návyků dospívajících. Častými jevy v životosprávně adolescentů jsou nedostatečný příjem ovoce a zeleniny (Story et al., 2002), mléčných výrobků (Videon & Manning, 2003), vyšší příjem potravin bohatých na tuk (Story et al., 2002). Velmi časté je také vynechávání jídel, převážně snídaní (Story et al., 2002; Videon & Manning, 2003).

Story a kolegové (2002) identifikovali čtyři skupiny faktorů majících vliv na stravování adolescentů. První skupinou jsou individuální vlivy, do kterých řadí psychosociální a biologické faktory. Další skupinou jsou vlivy sociální, které určuje sociální prostředí jedince. V dospívání roste vliv vrstevníků na úkor vlivu rodiny. Třetí jsou vlivy prostředí. Zde je prostředí myšleno jako fyzický prostor, ve kterém se jedinec pohybuje. To určuje, jaké jídlo je pro adolescenta dostupné. Zvažujeme tedy, jaké jídlo nabízí školní jídelna, restaurace a obchody s potravinami, které se nacházejí v jeho blízkosti. A poslední skupinu vlivů tvoří makrosystém, ve kterém se jedinec nachází, neboli společnost. Zde jde hlavně o masmédiá, reklamy, sociální a kulturní normy a ideály krásy (Story et al., 2002).

Vliv rodičů na stravování adolescentů spočívá v tom, že si adolescenti uchovávají stravovací návyky, které jim rodiče předali v období dětství. Dále také například adolescenti, kteří večeří se svými rodiči, mají obecně nižší míry jídelní patologie (vyváženější strava, častější jedení snídaně) než jejich vrstevníci večeřící sami (Videon & Manning, 2003).

4.4 Vztah k jídlu v mladé dospělosti

V longitudinální studii (Heatherton et al., 1997), která se pokoušela zachytit vývoj dietního stravování v průběhu mladé dospělosti, se ukázalo, že u žen frekvence držení

restriktivních diet a jiných jídelních patologií klesala s přibývajícím věkem. U mužů naopak s věkem došlo k mírnému nárůstu v prevalenci dietního stravování (Heatherton et al., 1997).

V období mladé dospělosti jsou rozdíly v míře jídelních patologií mezi muži a ženami. Ovšem při stejné míře výskytu patologie jsou ženy více motivované chtít a vyhledat profesionální pomoc (Lewinsohn et al., 2002).

Dobrou prevencí proti jídelním patologiím se ukazuje intuitivní stravování neboli řízení se tělesnými signály těla, které jedinci říkají, že má hlad, že je již sytý, a v některých případech i to, jaký typ živiny tělo zrovna potřebuje (Denny et al., 2013). Intuitivní stravování zároveň funguje jako účinný způsob regulace hmotnosti. Naslouchání signálům hladu a sytosti souvisí s nižším BMI, nižší mírou jídelní patologie, nižší frekvencí dietního chování a epizod záchvatovitého přejídání. V průměru se principy intuitivního stravování řídí více mužů než žen (Denny et al., 2013).

Studie, která se zabývala tím, jaké překážky, a naopak facilitátory mladí dospělí vnímají, pokud jde o zdravou životosprávu, zjistila následující. Jako překážky byly identifikovány nezdravá strava sociálního okolí, očekávaná konzumace nezdravých potravin v určitých situacích, relativně nízká cena nezdravých potravin, nedostatek času na plánování, nakupování, přípravu a vaření zdravých jídel, snadná dostupnost nezdravých potravin a nedostatek motivace ke zdravému stravování. Naopak mezi podpůrné faktory patřily zdravá strava přátel a rodiny a jejich podpora jedince ve zdravém stravování, snaha zlepšit svůj zdravotní stav a sebevědomí, snaha regulovat svou hmotnost, touha po zvýšení atraktivity a motivace ke zdravému stravování. K následkům nezdravé životosprávy patří jídelní patologie, obezita i PPP (Munt et al., 2017).

5 Vztah internetového obsahu k body image a vztahu k jídlu

Poměrně novým typem médií jsou sociální sítě, které jsou blíže popsány v kapitole 2.

Vliv sociálních sítí na BI je ještě závažnější než vliv tradičních médií (Holland & Tiggemann, 2016). Negativní vliv sociálních sítí na dětské BI je jasný z toho, že čas strávený na sociální síti Facebook koreluje s negativním body image u dívek ve věku 10 až 12 let více než čas strávený kdekoliv jinde na internetu (Tiggemann & Slater, 2014).

Podobně jako v časopisech, i zde jsou fotografie lidí často graficky upravené tak, aby nebyly patrné jejich nedokonalosti a přílišná odlišnost od ideálu krásy. Sledování takových fotografií souvisí s negativním body image (Cohen et al., 2021; Faelens et al., 2021; Fardouly & Vartanian, 2016; Saiphoo & Vahedi, 2019).

Účty na sociální síti Instagram, které patří k těm nejpůlárnějším, jsou často vlastněny lidmi, kteří splňují ideály krásy (Dixon, 2023). Algoritmus sociální sítě TikTok vyzdvihuje videa lidí, kteří splňují ideály krásy (de Valle et al., 2021) a i zde profily uživatelů, kteří tyto ideály splňují, patří k těm nejsledovanějším (Ceci, 2023).

Kromě celebrit, které uživatelé vnímají i v jiných médiích, zde mohou vidat i své vrstevníky. Proces sociálního srovnávání je tu velmi výrazný a má větší vliv na BI než v případě jiných masových médií, protože se jedinec vztahuje k idealizovaným verzím členů své sociální skupiny (přátelé, spolužáci, kolegové apod.) (Holland & Tiggemann, 2016).

V experimentální studii u žen sledování fotografií hubených žen ze sociálních sítí vedlo k negativní náladě a také ke snížení spokojenosti se svým tělem a tváří, oproti kontrolní skupině žen, která sledovala fotografie průměrně vypadajících žen (Tiggemann et al., 2020).

Používání (frekvence návštěv i délka těchto návštěv) sociálních sítí souvisí u mladých dospělých se zvýšenou mírou jídelní patologie (Sidani et al., 2016). Závislost na sociálních sítích souvisí s narušenými způsoby stravování. (López-Gil et al., 2023).

Metaanalýza studií, které se zabývaly mladými dospělými, odhalila, že negativní konverzace o vlastním těle a hledání ujištění v prostředí sociálních sítí zvyšují riziko negativního body image a také negativně ovlivňují výběr potravin. Negativní vliv na BI a výběr potravin mělo i vystavení fotografiím, které splňují ideály krásy a/nebo se týkají fitness (Rounsefell et al., 2019).

Ve studii, která zkoumala souvislosti sledování obsahu týkajícího se hubnutí a cvičení na sociálních sítích s poruchami příjmu potravy, byly měřeny symptomy PPP u souboru respondentů, kteří na sociálních sítích aktivně sledují obsah o poruchách příjmu potravy. Necelá polovina (48 %) výzkumného souboru splňovala diagnostická kritéria některé z poruch příjmu potravy (Fitzsimmons-Craft et al., 2020).

Typy sociálních sítí

Sociální sítě můžeme dělit na sítě zaměřené na vzhled (sítě, jejichž hlavním obsahem jsou fotografie, např. Instagram) a na sítě zaměřené na text (jejich hlavní obsah jsou textové příspěvky, např. X) (Burnette et al., 2017).

Vyšší vliv na body image a vztah k jídlu obecně mají na vzhled zaměřené SNS. Největší souvislosti se objevují u sociálních sítí Instagram, TikTok a Snapchat, menší vliv je pak pozorován u textových sítí, jakou je X (Åberg et al., 2020; Couture Bue, 2020; Engeln et al., 2020; Griffiths et al., 2018; Karsay et al., 2021; Wilksch et al., 2020).

V dřívějších výzkumech byl Facebook často řazen do skupiny SNS zaměřených na vzhled (Griffiths et al., 2018; Meier & Gray, 2014; Tiggemann & Slater, 2014), ve výzkumech z posledních let je stále častěji řazen do skupiny textových SNS a mezi ty zaměřené na vzhled je řazen hlavně Instagram, TikTok a Snapchat (Sanzari et al., 2023; Vandebosch et al., 2022). Výsledky dřívějších výzkumů také častěji ukazují na Facebook jako na jednu z těch SNS, které mají na BI a vztah k jídlu velký vliv (Griffiths et al., 2018; Meier & Gray, 2014; Tiggemann & Slater, 2014); v některých novějších studiích naopak patří Facebook k těm méně vlivným SNS (Åberg et al., 2020; Karsay et al., 2021; Wilksch et al., 2020).

V metaanalýze studií zkoumajících vliv sociálních sítí na jídelní návyky se ukázalo, že k nejvlivnějším sítím patřily Facebook a Instagram. To nejen v šíření nezdravých stravovacích návyků (restriktivní diety, relapsy PPP, reklamy na tučné a vysoce kalorické jídlo), ale například i ve zvyšování příjmu ovoce a zeleniny (Chung et al., 2021).

Významnější efekt SNS zaměřených na vzhled je vysvětlován tím, že se více zaměřují na vizuální příspěvky, a proto na nich uživatelé častěji zveřejňují obsah zaměřený na vzhled, a tím pádem je pravděpodobné, že si budou obsah zaměřený na vzhled i prohlížet (Karsay et al., 2021). Tento obsah uživatele více nabádá k internalizaci ideálů krásy, sebeobjektifikaci a srovnávání se s ostatními uživateli (Fredrickson & Roberts, 1997).

Čas strávený na sociálních sítích

Výzkumy se rozcházejí v odpovědi na otázku, jestli samotný čas strávený na sociální síti má vliv na body image a další zkoumané proměnné.

Metaanalýza výzkumů ukázala, že používání sociálních sítí souvisí s negativním body image a narušeným způsobem stravování. Jako obzvláště problematické se ukázalo prohlížení a nahrávání fotografií na SNS (Holland & Tiggemann, 2016).

Další studie uvádí, že čas strávený na sociálních sítích souvisí s narušenými způsoby stravování (Harrison & Cantor, 1997; Wilksch et al., 2020), DFT, nespokojeností s vlastním tělem (Harrison & Cantor, 1997), vyšší mírou jídelní patologie, zabýváním se svým tvarem a hmotností (Mabe et al., 2014), vyšší mírou sebeobjektifikace (Fardouly et al., 2018). Marengo a kolegové ve svém výzkumu zjistili, že více než dvě hodiny času denně stráveného na SNS zaměřených na vzhled má negativní vliv na body image (Marengo et al., 2018). Studie zkoumající vztah sociálních sítí a symptomů PPP u 13letých žáků ukázala, že pouhé vlastnění účtu na sociální síti souviselo s intenzivnějšími projevy PPP (Wilksch et al., 2020).

U mužů čas strávený na sociálních sítích souvisel s nespokojeností s tělem, narušenými způsoby stravování a myšlenkami na anabolické steroidy (Griffiths et al., 2018).

Na druhé straně jiné studie uvádí, že pouze čas strávený na sociálních sítích nesouvisí s body image ani jídelní patologií (Cohen et al., 2017; Dondzilo et al., 2023; Maes & Vandebosch, 2022; Meier & Gray, 2014; Stein et al., 2021). Upřesňují, že vliv mají jiné, konkrétnější aspekty užívání sociálních sítí. Například čas strávený na sociálních sítích, které jsou zaměřeny na vzhled; sledování Instagramových profilů, které jsou zaměřené na vzhled; míra interagování s fotografickými příspěvky na Facebooku (Cohen et al., 2017; Meier & Gray, 2014); tendence konzumovat veřejný obsah doporučený algoritmem (Stein et al., 2021); interagování (komentování, přeposílání, komunikace o něm s jinými uživateli) s obsahem zaměřeným na vzhled nebo jídlo (Dondzilo et al., 2023).

Při třech sběrech dat v časových odstupech užívání Instagramu ani TikToku nepredikovalo změny v body image ani v míře internalizace ideálů krásy. Vyšší DFT ale predikovala vyšší užívání Instagramu (Maes & Vandebosch, 2022).

Výzkumů, které zkoumají vliv času stráveného na sociálních sítích, je poměrně hodně. Je ale nedostatek výzkumů, které by měřily, kolik času uživatelé tráví jakou aktivitou (například sledováním fotografií, které odpovídají hubenému ideálu krásy, komentováním

fotografií jiných lidí apod.). Každý druh aktivity totiž pravděpodobně ovlivňuje body image a vztah k jídlu jiným způsobem (de Valle et al., 2021).

Metaanalýza longitudinálních studií (de Valle et al., 2021) ukazuje, že dlouhodobé používání sociálních sítí vede k mírnému zhoršování body image. Nebylo ale možné zjistit, jaký typ aktivity, kterou uživatelé dělají na sociálních sítích, má největší efekt. Bylo zjištěno, že z různých obsahů, na který na internetu uživatelé narážejí, má největší vliv obsah zobrazující lidi, kteří splňují ideály krásy. Metaanalýza studií, které zkoumaly vlivy sledování internetového obsahu zaměřeného na poruchy příjmu potravy, zjistila, že sledování zvyšovalo nespokojenost se svým tělem (potvrzeno v pěti z devíti studií) a zvyšovalo pravděpodobnost, že jedinec bude držet různé diety (potvrzeno v šesti studiích) (Rodgers et al., 2015).

Komentáře a „lajky“

Vliv komentářů a „lajků“ na vlastním nebo cizím příspěvku na sociální síti není zatím příliš jasný. Některé studie uvádí, že pozitivní komentáře zvyšují míru sebeobjektivace (Vendemia & DeAndrea, 2021). Jiné nenacházejí žádný vliv komentářů a počtu „lajků“ na body image (Lowe-Calverley & Grieve, 2021). Některé výzkumy ukázaly, že náboj komentáře (pozitivní vs. negativní) umocňuje, nebo naopak oslabuje vliv příspěvku na uživatele, který si ho prohlíží (Kim, 2021; Lowe-Calverley & Grieve, 2021), hlavně u obsahu, který odpovídá ideálům krásy (Vandenbosch et al., 2022).

Čtení komentářů zaměřených na vzhled u Instagramových příspěvků snižovalo spokojenost s vlastním tělem. V kontrolní skupině, která četla komentáře zaměřené na jiné aspekty příspěvků, tato spokojenost nepoklesla (Tiggemann & Barbato, 2018).

Proměnná, která vliv komentářů a „lajků“ upravuje, by mohla být míra investice uživatele SNS. Větší míra investice do počtů „lajků“ na Instagramu (tedy když na počtu „lajků“ jedinci více záleželo) souvisela s vyšší tendencí svůj vzhled srovnávat a také s vyšší nespokojeností se svým obličejem (Tiggemann et al., 2018).

Mediátory

Výsledky vícero výzkumů vypovídají o tom, že uživatelé na sociálních sítích srovnávají svůj vzhled se vzhledem ostatních lidí a že to souvisí s horším body image (Chang et al., 2019; Jarman et al., 2020; Mink & Szymanski, 2022; Sherlock & Wagstaff, 2019). Pokud se znovu obrátíme na teorii sebeobjektivace (Fredrickson & Roberts, 1997), víme,

že sociální sítě poskytují příležitosti k sexuální objektivizaci těl, což může způsobit internalizaci pohledu pozorovatele na sebe sama. Výsledkem je časté sledování a kontrolování svého těla a pochybnosti ohledně vzhledu, které vedou ke studu a úzkosti. Sebeobjektifikace a sledování těla jsou spojeny s časem stráveným na Facebooku (Manago et al., 2015), používáním Instagramu (Fardouly et al., 2018), zúčastňováním se konverzací o vzhledu na sociálních sítích (Trekels et al., 2018; Wang et al., 2020) a zveřejňováním sexualizovaných fotografií sebe sama na sociálních sítích (Bell et al., 2018; Ruckel & Hill, 2017).

Efekt tendence srovnávat se byl pozorován i u experimentálního vystavení fotografiím celebrit a vrstevníků. Toto vystavení u participantů snižovalo náladu a zvyšovalo nespokojenost s vlastním tělem a efekt byl ovlivněn tendencí srovnávat se (Brown & Tiggemann, 2016). Zkoumaná byla i přímo tendence srovnávat se s celebritami, a ta se také ukázala jako mediátor vlivu sociálních sítí na body image (Fardouly et al., 2018).

Kromě srovnávání se s ostatními i vyšší míra investice do zpětné vazby, která se dostává fotografiím vlastního obličeje nebo těla, které byly umístěny na sociální síť, patří k mediátorům vlivu sociálních sítí. Tato míra investice souvisí s vyšší nespokojeností s vlastním tělem, DFT a projevy narušeného jídelního chování. Nesouvisí ale s tendencemi k bulimickému chování (Butkowski et al., 2019).

Dalším mediátorem mezi užíváním sociálních sítí a spokojeností s vlastním tělem je míra internalizace ideálů (Fardouly et al., 2018; Thompson & Heinberg, 1999). U uživatelů Facebooku, Instagramu i Snapchatu byl vliv sociálních sítí na narušené způsoby stravování prohlouben sledováním svého těla (Saunders & Eaton, 2018). Mediační vliv má i celkové sebehodnocení uživatele SNS. Negativní efekt sledování obsahu na sociální síti na spokojenost s vlastním tělem byl výraznější u jedinců s nižším sebehodnocením (Ahadzadeh et al., 2017).

Kromě proměnných na straně uživatele může mít vliv i způsob používání SNS. Ve studii (Pan et al., 2023) porovnávající vliv aktivního a pasivního používání sociální sítě TikTok na body image se ukázalo, že zatímco pasivní užívání má negativní vliv na spokojenost s vlastním tělem, aktivní používání souvisí s větší spokojeností s vlastním tělem (Pan et al., 2023).

Fitspiration

Fitspiration obsah, který původně vznikl jako jistá „protiváha“ thinspiration obsahu, a měl by tedy teoreticky mít protektivní účinky, má podle většiny studií účinek přesně opačný. Sledování takového obsahu vede ke zvýšené nespokojenosti s vlastním tělem (Seekis et al., 2020; Tiggemann & Zaccardo, 2015), s častějším porovnáváním se (Pryde & Prichard, 2022), negativním body image (Fardouly et al., 2018) a horší náladou (Tiggemann & Zaccardo, 2015). Tyto efekty potvrdily i výzkumy experimentální (Barron et al., 2021; Dignard & Jarry, 2021; Fioravanti et al., 2021; Rounds & Stutts, 2021).

Vytváření fitspiration internetového obsahu, který je následně přidáván na sociální sítě, souvisí s vyšším DFT, bulimickým chováním, touhou po tom být svalnatý a kompulzivním cvičením. Necelých 20 % ze skupiny žen, které takový obsah vytvářejí, splňovalo diagnostická kritéria některé z PPP (Holland & Tiggemann, 2017).

Existují i výzkumy, které zjistily omezený nebo žádný negativní efekt fitspiration obsahu. Například Pryde a Prichard (2022) zjistili, že sledování fitspiration souviselo s častějším porovnáváním se, ale ne s vyšší nespokojeností s vlastním tělem, ani s internalizací ideálu krásy. Další studie (Slater et al., 2017) nenašla žádné rozdíly mezi sledováním neutrálního obsahu a fitspiration obsahu na sociálních sítích.

Experimentální studie, kdy byl mužům prezentován fitspiration obsah (konkrétně fotografie hrudí svalnatých mužů), obsah týkající se módy a obsah týkající se přírody, ukázala, že jen některé závěry, které byly experimentálně zjištěny u žen, lze aplikovat i na muže. Muži, kteří sledovali fitspiration, vykazovali nižší spokojenost s vlastním tělem oproti ostatním skupinám. Skupiny se mezi sebou ale nelišily v míře srovnávání se s modelem, touhou jíst zdravěji nebo více cvičit, ani se nelišily v míře internalizace svalnatého ideálu krásy (Tiggemann & Anderberg, 2020a). Naopak v jiné studii sledování fitspiration obsahu souviselo u mužů s vyšší idealizací svalnatého ideálu krásy a tendencí srovnávat se. Tyto dvě proměnné pak souvisely s menší spokojeností s vlastním tělem, motivací ke cvičení více založené na vzhledu a méně na zdraví (Fatt et al., 2019).

Body positive obsah

Sledování klasického BoPo obsahu je spojováno se zlepšováním body image (Barron et al., 2021; Hendrickse et al., 2021; Mulgrew et al., 2020; Politte-Corn & Fardouly, 2020;

Rodgers et al., 2021; Vandenbosch et al., 2022), zvyšováním spokojenosti s tělem (Cohen et al., 2019; Stevens & Griffiths, 2020) a oceněním svého těla (Cohen et al., 2019).

Experimentálně byl zkoumán vliv příspěvků, které se snaží přiblížit uživatelům rozdíl mezi SNS a realitou, např. „Instagram vs. Reality“. Ukázalo se, že sledování těchto příspěvků snižovalo tendence respondentů se srovnávat s ostatními a také jejich nespokojenost s tělem oproti skupině, která byla vystavena pouze stylizovaným příspěvkům (Tiggemann & Anderberg, 2020b).

Přiložení BoPo citátů k fotografiím postav, které odpovídaly ideálům krásy, mělo pouze podle jedné studie pozitivní efekt na sebevědomí uživatelů sociální sítě (Davies et al., 2020). Ostatní studie ukázaly, že takové citáty neměly efekt žádný (Barron et al., 2021; Hendrickse et al., 2021). Citáty, které se netýkaly vzhledu těla, ale soucitu se sebou samým, měly pozitivní následky. Tyto následky zahrnovaly vyšší spokojenost s tělem, ocenění těla a vyšší soucit se sebou samým (Slater et al., 2017).

Ani u BoPo obsahu ale nemůžeme počítat pouze s pozitivními následky. Ve studii, kde byly účastníci vystaveni obsahu o hubnutí, BoPo obsahu a neutrálnímu obsahu, se sice ukázalo, že obsah o hubnutí měl oproti BoPo obsahu více negativní vliv na body image, ale oba druhy obsahu způsobily zvýšení míry sebeobjektifikace. Ta zůstala stejná pouze u neutrálního obsahu (Cohen et al., 2019). Studie zkoumající, zda BoPo obsahu může fungovat jako protektivní faktor proti negativním účinkům thinspiration a fitspiration obsahu, došla k závěru, že nikoliv (Sanzari et al., 2023).

Není příliš mnoho výzkumů, které se zaměřovaly na problematické aspekty BoPo obsahu (např. Brathwaite & DeAndrea, 2022; Vendemia & DeAndrea, 2021). Ale víme, že pokud je BoPo obsah tvořen špatně, může mít i negativní účinek na body image. I webové stránky a profily na sociálních sítích, jejichž primární účel je pomáhat jedincům v léčbě PPP a jsou obsahově v pořádku, se mohou stát něčím, co symptomy zhoršuje, pokud na ně narazí jedinec, který není motivován k léčbě (Šmahelová et al., 2019).

Ve výzkumech vlivu sociálních sítí na body image a vztah k jídlu jsou často účastnicemi mladé ženy, většinou studentky vysokých škol. Pro lepší aplikovatelnost závěrů, lepší porozumění problematice a efektivnější nastavení prevence je třeba rozšířit zkoumanou populaci o muže, jiné věkové kategorie a jiné socioekonomické skupiny (Harriger et al., 2023).

Některé studie se ale zaměřily i na muže. Obecně by se dalo říci, že vliv SNS v oblasti BI a vztahu k jídlu je u žen a mužů podobný (Holland & Tiggemann, 2016). To i v případě porovnávání vlivu SNS zaměřených na vzhled a SNS zaměřených na text (Åberg et al., 2020; Karsay et al., 2021). Efekt sledování fitspiration obsahu je také podobný pro ženy i muže (Barron et al., 2021; Griffiths & Stefanovski, 2019).

Rozdíly, které jsou mezi pohlavími pozorovány, jsou většinou menšího rozsahu. Například ve studii od Harrisona a Cantora (1997) u žen čas strávený na sociálních sítích predikoval narušené způsoby stravování, DFT a nespokojenost s vlastním tělem. U mužů čas strávený na sítích predikoval dodržování restriktivních diet a také souvisel s hubeným ženským ideálem krásy. U obou pohlaví sledování obsahu o hubnutí souviselo se symptomatologií PPP (Harrison & Cantor, 1997).

Málo prozkoumanou oblastí jsou protektivní faktory. Za protektivní faktor ve vztahu sociálních sítí a body image můžeme považovat silné feministické postoje (Feltman & Szymanski, 2018), ale výzkumů je minimum a další protektivní faktory zatím nebyly identifikovány.

Cokoliv týkající se internetu a sociálních sítí je dynamicky vyvíjející se problematika. Studie (Sanzari et al., 2023) porovnávající dvě věkové kohorty (měření proběhlo v letech 2015 a 2022) ukázala rozdíly v užívání SNS tehdy a teď. Účastníci studie v roce 2022 měli negativnější body image, častěji využívali zvracení a užívání projímadel a trávili více času na větším počtu účtů na sociálních sítích, přičemž výrazně častěji používali sociální sítě zaměřené na vzhled, jako jsou Snapchat, TikTok a YouTube. Typ konzumovaného obsahu, nikoliv množství času stráveného na sociálních médiích nebo počet sociálních sítí, souvisel s narušením body image a vztahu k jídlu. Konkrétně s horším hodnocením vlastního těla, vyššími obavami z negativního hodnocení vzhledu a častějším přejídáním bylo spojeno sledování obsahu o hubnutí.

Rounsefell a kolegové (2019) upozorňují, že ve snaze o osvětu prostřednictvím SNS v oblasti stravování a PPP se mohou někteří profesionálové nevědomky stát tím, co udržuje negativní BI a narušené stravování u uživatelů SNS. Z jejich metaanalýzy vycházejí možná doporučení, kterých by se profesionálové mohli držet. Doporučují nepoužívat hmotnost jako ukazatel zdraví, zaměřovat se více na funkčnost těla oproti jeho vzhledu a podporovat soucit se sebou samým. Profesionálům v oblasti péče o mentální zdraví je doporučováno, aby při

lčbě poruch pŕijmu potravy brali v potaz aktivitu klienta na internetu a sociálních sítích (Saul et al., 2022).

Další méně prozkoumanou problematikou je to, jak se liší vliv různých druhů obsahu na sociálních sítích. Většina studií se zaměřuje pouze na čas strávený na sociálních sítích (de Valle et al., 2021) a už nerozlišují, jak tento čas respondenti na SNS strávili. Proto jsme se na toto rozlišení různých druhů obsahu a porovnání jejich vlivů na uživatele zaměřili ve výzkumné části této práce.

EMPIRICKÁ ČÁST

6 Výzkumný problém

Tato práce se zaměřuje na jeden z rizikových aspektů online prostředí, které je v současnosti již neodmyslitelnou součástí životů dospívajících i dospělých. V teoretické části byla představena problematika internetového obsahu, který je zaměřen na stravování a cvičení. Obecným cílem tohoto internetového obsahu je vést jeho konzumenty k přiblížování jejich těla ke společensky uznávaným ideálům krásy.

Z předchozích výzkumů vychází zjištění, že pobyt na sociálních sítích může mít následky na oblasti body image a vztahu k jídlu (např. Cohen et al., 2021; Faelens et al., 2021; Fardouly & Vartanian, 2016; Saiphoo & Vahedi, 2019). Tyto následky se mohou projevit změnami postojů, emocí a chování (Mabe et al., 2014; Maes & Vandenbosch, 2022; Wilksch et al., 2020).

V prostředí České republiky nebyl zatím realizován výzkum, který by se týkal výše popsaného internetového obsahu a zároveň byl zaměřen na obecnou populaci, a ne pouze na některou z rizikových skupin. Takovou rizikovou skupinou mohou být například ženy, které trpí některou z PPP (např. Drtilová, 2022; Drtilová et al., 2022; Šmahelová et al., 2019b).

Většina výzkumů realizovaných v zahraničí zkoumá jen čas strávený na sociálních sítích (např. Marengo et al., 2018; Wilksch et al., 2020). Existují i výzkumy, které se zaměřily na mapování vlivu času stráveného sledováním určitého typu obsahu (např. Cohen et al., 2017; Meier & Gray, 2014; Stein et al., 2021). Třetí hlavní skupinou jsou výzkumy, které se zaměřují na velmi specifické aktivity na sociálních sítích. Příkladem je výzkum (Tiggemann & Barbato, 2018), který se zabýval čtením komentářů zaměřených na vzhled na sociální síti Instagram.

V této práci na tyto výzkumy navážeme a zaměříme se na prozkoumání konzumace internetového obsahu komplexněji. Záměrem práce je zmapovat konzumaci třech typů internetového obsahu – obsahu zaměřeného na **cvičení**, obsahu zaměřeného na **jídelníčky** a obsahu zaměřeného na **hubnutí**.

Konzumaci těchto druhů obsahu mapujeme z hlediska **deskriptivního** a z hlediska **intenzity interakce** s obsahem. Do **deskriptivních** údajů se řadí primárně **čas**, který jedinec průměrně stráví konzumací daného obsahu. **Intenzita interakce** s obsahem zahrnuje, jak často jedinec obsah vyhledává, komentuje, sdílí, cítí potřebu obsah sledovat apod.

Bude zkoumáno, jak zájem o takový obsah souvisí s nezdravým přístupem k jídlu a ke svému tělu. Konkrétně se práce zaměřuje na **znepokojení kvůli jedení a nespokojenost se svou hmotností**. Tyto proměnné byly vybrány z toho důvodu, že byly zkoumány v řadě předchozích výzkumů (Griffiths et al., 2018; Holland & Tiggemann, 2017; Mabe et al., 2014; Wilksch et al., 2020).

Tato diplomová práce vznikla v rámci projektu nesoucího název „*Vliv internetového obsahu a osobnostních charakteristik na stravovací návyky a poruchy příjmu potravy u českých adolescentů a mladých dospělých*.“ Při popisu výzkumného designu empirické části práce, v této a v dalších kapitolách, jsou uváděny jen aspekty související s cíli této konkrétní práce.

6.1 Výzkumné cíle

Cílem této práce je přispět k prozkoumání online obsahu ve vztahu k body image a nezdravému přístupu k jídlu u české populace dospívajících a mladých dospělých.

Prvním stěžejním cílem této práce je identifikovat míru zkušenosti s internetovým obsahem. Tento cíl jsme si rozdělili na několik cílů dílčích:

- Shromáždit data o konzumaci online obsahu týkajícího se stravování a tělesného obrazu na internetu mezi dospívajícími a mladými dospělými v České republice.
- Prozkoumat, s jakými formami obsahu se jedinci nejčastěji setkávají (hubnutí, cvičení, jídelníčky).

Druhým stěžejním cílem je zjistit, jak konzumace tohoto internetového obsahu (zaměřeného na cvičení, jídelníčky a hubnutí) souvisí se vztahem k jídlu a vnímáním vlastního tělesného obrazu.

6.2 Výzkumné hypotézy

Na základě stanovených výzkumných cílů byly formulovány následující výzkumné hypotézy, které byly rozděleny do okruhů podle měřených proměnných. Pro lepší přehlednost jsou v hypotézách psány zkráceně pojmy internetový obsah [IO] a hrubý skór [HS].

NESPOKOJENOST S HMOTNOSTÍ

H1: Ženy v průměru skórují výše na škále nespokojenosti s hmotností (EDE-Q) než **muži**.

H2: Nižší věk pozitivně koreluje se skórem na škále nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).

H3: Doba sledování IO zaměřeného na cvičení pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).

H4: Doba sledování IO zaměřeného na jídelníčky pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).

H5: Doba sledování IO zaměřeného na hubnutí pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).

H6: HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na cvičení souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).

H7: HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na jídelníčky souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).

H8: HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na hubnutí souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).

ZNEPOKOJENÍ KVŮLI JEDENÍ

H9: Ženy v průměru skórují výše na škále znepokojení kvůli jedení (EDE-Q) než **muži**.

H10: Nižší věk pozitivně koreluje se skórem na škále znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

H11: Doba sledování IO zaměřeného na cvičení pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

H12: Doba sledování IO zaměřeného na jídelníčky pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

H13: Doba sledování IO zaměřeného na hubnutí pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

H14: HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na cvičení souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

H15: HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na jídelníčky souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

H16: HS škály **pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na hubnutí** souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

7 Základní a výběrový soubor

Základní soubor tvoří všichni dospívající ve věku 11–19 let a všichni mladí dospělí ve věku 20–35 let v České republice. K prosinci roku 2020 bylo v České republice 2 819 100 lidí spadajících do tohoto věkového rozmezí (Český statistický úřad, 2021).

Pro účely popisu a analýzy dat byly definovány tři věkové kategorie: pubescenti (11–15 let), adolescenti (16–19 let) a mladí dospělí (20–35 let).

Sběr dat probíhal paralelně ve věkových kategoriích pubescentů a adolescentů (tedy 11–19 let) v rámci školních zařízení a ve věkové skupině mladých dospělých (19–35 let) v on-line prostředí.

Výběrový soubor ve skupinách pubescentů a adolescentů byl vybírán na základě skupinového výběru. Nejprve bylo vylosováno 9 ze 14 krajů České republiky. Následně bylo losem vybráno, jaký typ školy bude osloven v jakém kraji. Do sběru dat byly zahrnuty základní školy, střední odborné školy, střední odborná učiliště a gymnázia. Poté byly ze seznamu všech škol daného typu v určitém kraji vylosovány pomocí náhodného generátoru čísel školy, které byly následně osloveny s žádostí o účast ve výzkumu. Oslovení probíhalo dopisem, následně e-mailem a v poslední řadě telefonátem. Součástí dopisu a e-mailu byly dokumenty *Žádost o spolupráci na výzkumné studii*, *Informace pro vedení školy k výzkumné studii* a *Informovaný souhlas s účastí na výzkumu*. Tímto způsobem bylo osloveno 47 škol, z nich s účastí souhlasilo 15 škol. To je 31,91 % oslovených.

Původně stanoveným cílem bylo, aby se sběru dat účastnily dvě základní školy, dvě střední odborné školy, dvě střední odborná učiliště a dvě gymnázia. Na konci sběru dat výběrový soubor čítal osm základních škol, dvě střední odborné školy, dvě střední odborná učiliště a tři gymnázia.

Sběr dat od mladých dospělých probíhal na základě nepravděpodobnostních metod. Konkrétně příležitostného výběru a samovýběru. Prosba o vyplnění dotazníkové baterie byla umístována na různé sociální sítě.

Po vyčištění dat čítá **výběrový soubor 1201 osob**. Ženy tvoří 55,37 % souboru (N = 665), muži 41,88 % (N = 503). Zbylých 33 respondentů nevedlo pohlaví. Průměrný věk respondentů je 15,98 (SD = 4,25). Pubescenti, první věková skupina, je v souboru zastoupena 666 jedinci a tvoří 55,45 %. Adolescentů je v souboru 337 a tvoří 28,06 %. Skupina mladých dospělých čítá 198 jedinců, kteří tvoří 16,49 % celého souboru.

V tabulkách 1, 2 a 3 jsou respondenti rozděleni podle věkové kategorie, pohlaví a školy, kterou navštěvují (v případě mladých dospělých podle jejich nejvyššího dosaženého vzdělání). Vedle četností je uvedeno i procento z celkového souboru, které skupina tvoří.

Tabulka 1: Počet respondentů ve věkové kategorii pubescenti (11–15) dle typu školy

	základní		SOŠ		SOU		gymnázium	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Dívky	265	22,06	22	1,83	8	0,66	45	3,75
Chlapci	231	19,23	26	2,17	8	0,66	35	2,91
Celkem	514	42,80	48	4,00	17	1,42	81	6,74

Pozn.: věková kategorie celkem zahrnuje i respondenty, kteří neuvedli své pohlaví; SOŠ = střední odborná škola; SOU = střední odborné učiliště

Tabulka 2: Počet respondentů ve věkové kategorii adolescenti (16–19) dle typu školy

	základní		SOŠ		SOU		gymnázium	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Dívky	1	0,08	72	6,00	39	3,25	32	2,66
Chlapci	3	0,25	123	10,24	11	0,92	27	2,25
Celkem	4	0,33	204	16,99	50	4,16	59	4,91

Pozn.: věková kategorie celkem zahrnuje i respondenty, kteří neuvedli své pohlaví; SOŠ = střední odborná škola; SOU = střední odborné učiliště

Tabulka 3: Počet respondentů ve věkové kategorii mladí dospělí (20–35) dle dosaženého vzdělání

	ZŠ		SO		M		NS		VŠ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ženy	0	0,00	2	0,17	54	4,50	2	0,17	106	8,83
Muži	1	0,08	0	0,00	14	1,17	0	0,00	15	1,25
Celkem	1	0,08	2	0,17	71	5,91	3	0,25	121	10,07

Pozn.: věková kategorie celkem zahrnuje i respondenty, kteří neuvedli své pohlaví; ZŠ = základní; SO = střední odborné; M = střední s maturitou; NS = nadstavbové studium; VŠ = vysokoškolské

8 Technický průběh výzkumu a etické aspekty

Cílem této kapitoly je představit technický postup jednotlivých fází výzkumu. V poslední podkapitole je popsán etický rámec výzkumu.

8.1 Tvorba dotazníku vlastní konstrukce

V další fázi výzkumného projektu jsme přistoupili k vytváření dotazníku vlastní konstrukce. Pro naplnění našich výzkumných cílů jsme potřebovali metodu, která by měřila zkušenost respondenta s internetovým obsahem. V českém ani zahraničním prostředí jsme nenalezli metodu, která by našim účelům vyhovovala. Proto jsme se rozhodli ji pro účely práce vytvořit.

Prvním krokem byla rešerše dostupné literatury na téma obsahu zaměřeného na poruchy příjmu potravy, fitness, hubnutí, cvičení, zdravou stravu apod. Zaměřili jsme se zejména na obsahové analýzy. Následovalo vytvoření první verze dotazníku, která obsahovala 76 položek.

Poté jsme přistoupili k pilotnímu testování, které proběhlo oslovením devíti respondentů s žádostí o vyplnění dotazníku. Tři z oslovených spadali do kategorie 11–15 let, tři do kategorie 16–19 let a tři do kategorie 20–35 let. Zároveň v každé věkové kategorii byl minimálně jeden muž a jedna žena. Následně jsme s těmito participanty provedli kognitivní interview, abychom získali jejich zpětnou vazbu. Na základě jejich názorů byly některé položky smazány a některé upraveny. Takto upravená verze dotazníku byla ještě konzultována s dvěma konzultantkami organizace Anabell, které se setkávají s námi sledovanou problematikou a poskytly nám zpětnou vazbu. Jejich doporučení nás vedla ke změnám formulace některých položek. Finální verze metody obsahovala 53 položek a byla využita ke sběru dat.

8.2 Sběr dat

Poslední fází výzkumu byl sběr dat. Ten probíhal v období od října roku 2023 do ledna roku 2024. Dotazníková baterie byla administrovaná v elektronické podobě, konkrétně v rámci softwaru Google Forms. Baterie obsahovala úvodní část, ve které byl popsán cíl výzkumu a také byly zdůrazněny etické principy sběru dat. Následovala část, ve které respondenti vyplňovali své demografické údaje (typ školy a školní ročník v případě sběru ve

školních zařízeních a nejvyšší dosažené vzdělání v případě sběru online, věk a pohlaví v obou případech). Dále se v baterii vyskytoval dotazník vlastní konstrukce *Dotazník užívání internetu* (DUI; 53 položek) a dotazník *Eating Disorder Examination Questionnaire* (EDE-Q; 9 položek).

Ve školních zařízeních byla data sbírána skupinovou administrací. Na vyplnění dotazníku měli žáci vždy vyhrazenou jednu vyučovací hodinu. Na začátku administrace byly žákům shrnuty základní cíle výzkumu a byly jim komunikovány etické principy účasti ve výzkumu (anonymita, dobrovolnost). Následně jim byly sděleny instrukce k vyplnění dotazníku. Po celou dobu vyplňování měli možnost se na cokoliv zeptat.

Online sběr dat probíhal individuálně. Každý respondent dotazníkovou baterii vyplňoval v sebou určený čas. I respondenti z řad dospělých měli možnost se zeptat, protože v dotazníku byl uveden kontakt, kam se obrátit v případě dotazů či nejasností.

8.3 Etické aspekty výzkumu

V rámci výzkumu byly dodržovány etické standardy a zákonné normy pro práci s respondenty a spolupracujícími školami dle etického kodexu ČMPS a EFPA. Veškerá data byla anonymní a nezjišťovali jsme žádné citlivé informace. Získaná data uložená na disku jsou chráněna heslem, aby nemohlo dojít k jejich zneužití.

Všichni respondenti byli informováni o účelu testování, jejich dobrovolné účasti, anonymitě poskytnutých údajů a informací a možnosti z výzkumu kdykoliv do doby odeslání odpovědi odstoupit. Tyto informace byly uvedeny na úvodních stranách dotazníkových baterií (viz přílohy 3 a 4). Respondentům nebyla za participaci ve výzkumu přislíbena žádná věcná ani finanční odměna.

Respondenti z věkové kategorie mladých dospělých, kteří byli osloveni on-line, vyjádřili svůj souhlas s účastí vyplněním dotazníku.

V rámci sběru dat ve školních zařízeních byly u věkové kategorie 11–14 let vyžadovány informované souhlasy zákonných zástupců s účastí jejich dítěte ve výzkumu (viz příloha 5). S jejich získáním nám pomáhaly zapojené školy, které souhlasy žákům předaly před realizací sběru dat a následně nám souhlasy podepsané zákonnými zástupci předaly. Pokud některý z žáků souhlas podepsaný neměl, nebylo mu umožněno se výzkumu zúčastnit.

Od respondentů věkové kategorie 15–19 let jsme informovaný souhlas zákonného zástupce nevyžadovali, protože v této věkové kategorii stačí souhlas s účastí poskytnutý žákem (Dostál & Dominik, 2023). Nicméně jsme vedení škol informovali o možnosti ho žákům předat a nechali jsme rozhodnutí na vedení konkrétní školy.

Žákům samotným byl princip dobrovolnosti sdělen ústně před začátkem testování. Také jim bylo vysvětleno, že pokud nechtějí na některou z otázek odpovídat, nemají žádnou povinnost tak udělat. Možnost od výzkumu do doby odeslání odpovědí odstoupit byla znovu zopakována písemně na úvodu dotazníkové baterie. Žákům bylo vysvětleno, že po odeslání odpovědí to již není možné z toho důvodu, že v tu chvíli jsou data plně anonymní a není možné je přiřadit k danému respondentovi.

Vzhledem k potenciální citlivosti témat, která jsou předmětem výzkumu, byl na konec testové baterie (stejně jako na konec informovaného souhlasu zákonného zástupce) umístěn seznam zdrojů pomoci, kam je možné se obrátit v případě potíží v oblasti stravovacích návyků či poruch příjmu potravy.

9 Metody analýzy a zpracování dat

Po ukončení sběru dat bylo provedeno jejich čištění. Protože byl sběr dat realizován elektronickou formou, v rámci aplikace Google Forms bylo možné vygenerovat matici obsahující data. S tou bylo nadále pracováno v programu Microsoft Excel 365, kde byla data upravena do podoby, která byla vhodná ke statistickému zpracování.

Ze souboru byli vyřazeni respondenti, kteří nesplňovali kritérium věku, a ti, jejichž vyplnění dotazníkové baterie působilo nevalidně. Z původních 1219 bylo do analýz zařazeno **1201 respondentů**.

V rámci analýz jsme se rozhodli sledované proměnné srovnat nejen u respondentů, kteří mají zkušenost s internetovým obsahem (zaměřeným na cvičení, jídelníčky či hubnutí), ale i u skupiny jedinců, kteří zkušenost nemají. Pro účely analýz jim tedy byla přidělena 0 jako hrubý skór v dotazníku DUI.

Dále byla provedena kontrola chybějících dat. Pokud respondent nevyplnil více než 10 % položek některé z metod, jeho data v této metodě byla vyřazena. Pokud procento chybějících položek nepřekročilo 10 %, byla provedena **regresní imputace** chybějících odpovědí pomocí **programovacího jazyku a prostředí R** (R Core Team, 2019). Z těchto důvodů se počet respondentů zahrnutých do jednotlivých analýz může lišit.

Programovací jazyk R (R Core Team, 2019) byl také využit při ověřování psychometrických vlastností dotazníku vlastní konstrukce. Byla provedena konfirmatorní faktorová analýza [CFA] a výpočet ukazatelů reliability. Konkrétně se jedná o Cronbachovu alfu a McDonaldovu omegu.

Pro další ověřování psychometrických vlastností byl použit **program Statistica verze 13** (TIBCO Software, 2018). Zde byla provedena exploratorní faktorová analýza [EFA]. Program Statistica byl také využit při samotné analýze dat. Byly provedeny deskriptivní analýzy dat ze všech použitých metod.

Pro ověřování stanovených hypotéz byl zvolen postup **regresní analýzy**. Před jejím provedením bylo ověřeno, zda získaná data podmínky pro aplikaci regresní analýzy splňují. Protože podmínky byly splněny, regresní analýza byla provedena.

10 Metody sběru dat

Za účelem sběru dat byla sestavena dotazníková baterie, která se skládala ze tří metod. První z nich je dotazník vlastní konstrukce *Dotazník užívání internetu* (DUI). Druhou použitou metodou je *Eating Disorder Examination Questionnaire* (EDE-Q; Fairburn & Beglin, 1994). Součástí baterie byly i otázky týkající se sociodemografických údajů (pohlaví, věk, typ navštěvované školy či nejvyšší dosažené vzdělání).

10.1 Dotazník užívání internetu (DUI)

Dotazník zaměřující se na zkušenost s vybraným internetovým obsahem je metodou vlastní konstrukce, která nebyla standardizována.

Dotazník je tvořen 53 položkami. Kromě šesti otevřených otázek jsou všechny položky buď dichotomické (ano/ne), anebo se jedná o pětibodovou odpověďovou škálu *nikdy – skoro nikdy – někdy – často – velmi často*. Kvůli tomu, že se v dotazníku vyskytují dva typy položek, rozhodli jsme se přistoupit k transformaci skórování. U dichotomických položek odpověď „ne“ představuje nulá bodů a odpověď „ano“ jeden bod. Odpovědi *nikdy*, *skoro nikdy* a *někdy* na pětibodové škále jsou skórovány nula body. Odpověď *často* představuje jeden bod a za *velmi často* jsou přiřazeny body dva. Celkový skór jsme získali sečtením přidělených bodů. V rámci analýzy dat jsme se zaměřili i na psychometrické vlastnosti dotazníku. Ty jsou prezentovány v kapitole 11.1.

Dotazník je rozdělen tematicky na části, které jsou vždy zaměřené na jeden typ internetového obsahu. Konkrétně se jedná o obsah zaměřený na cvičení, jídelníčky a hubnutí. Každá tato sekce začíná položkou „*Měl/a jste v posledních 30 dnech zkušenost s internetovým obsahem, který se týká cvičení/jídelníčků/hubnutí?*“ Na základě této otázky respondent pak buď vyplňuje položky zaměřené na dané téma, nebo se přesune k další sekci.

10.1.1 Obsah zaměřený na cvičení

Kategorie obsah zaměřený na cvičení zahrnuje sledování různých typů příspěvků, ať už textové, obrázkové či v podobě videí. Tematicky to mohou být: tipy na to, jak lépe cvičit, cvičební plány, instruktážní videa o tom, jak provádět některé cviky, předcvičující videa určené pro domácí cvičení, příspěvky jiných uživatelů, kde ukazují, jak cvičí, fotografie „*před a po*“ ukazující transformaci postavy cvičením apod.

Položky týkající se obsahu zaměřeného na cvičení lze rozdělit na položky **deskriptivní** a položky zkoumající **intenzitu interakce** s obsahem. Mezi **deskriptivní** patří otázky: a) kolik hodin denně v průměru respondent věnuje sledování obsahu o cvičení; b) na které sociální síti nejčastěji vyhledává obsah o cvičení; c) zda má přístup k nějakému obsahu o cvičení, který je přístupný pouze některým uživatelům a d) zda má založený profil na některé ze SNS pouze za účelem tvoření či sledování obsahu o cvičení. Deskriptivní položky jsou tedy celkem čtyři.

Položek, které se týkají **intenzity interakce** s obsahem zaměřeným na cvičení, je 11 a jsou buď dichotomické nebo mají pětibodovou odpověďovou škálu. Týkají se typu interakce s obsahem, pocitů, které sledování obsahu v uživateli vyvolává, a toho, jak se sledování obsahu promítá do chování uživatele. V tabulce XX jsou uvedeny příklady položek.

10.1.2 Obsah zaměřený na jídelníčky

Obsah zaměřený na jídelníčky také zahrnuje sledování textových, obrázkových i audiovizuálních příspěvků. Tematicky to mohou být: diety, rozpisy jídel, kalorické plány, specifické způsoby stravování, různé detoxy, úprava běžných jídel na verze, které mají co nejméně kalorií, případně co nejvíce proteinu, porovnávání kalorických hodnot různých jídel, příspěvek uživatele, kde popisuje, jak se stravuje, jakého jídelního plánu se drží, tzv. *Co sním za den* příspěvky (#WhatIEatInADay) apod.

Zde také jsou položky rozdělené na **deskriptivní** a na položky zkoumající **intenzitu interakce** s obsahem. Mezi **deskriptivní** patří otázky: a) kolik hodin denně v průměru respondent věnuje sledování obsahu o jídelníčcích; b) na které sociální síti nejčastěji vyhledává obsah o jídelníčcích; c) zda má přístup k nějakému obsahu o jídelníčcích, který je přístupný pouze některým uživatelům a d) zda má založený profil na některé ze SNS pouze za účelem tvoření či sledování obsahu o jídelníčcích. Celkem jsou deskriptivní položky čtyři.

Intenzita interakce s obsahem zaměřeným na jídelníčky je zkoumána v 11 položkách. Ty jsou dichotomické a s pětibodovou odpověďovou škálou. Týkají se typu interakce s obsahem, pocitů, které sledování obsahu v uživateli vyvolává, a toho, jak se sledování obsahu promítá do chování uživatele. V tabulce XX jsou uvedeny příklady položek, které sem patří.

10.1.3 Obsah zaměřený na hubnutí

Kategorie obsah zaměřený na hubnutí opět může zahrnovat textové, obrázkové i audiovizuální příspěvky. Tematicky to mohou být: tipy, jak hubnout, „*před a po*“ fotografie jiného uživatele zobrazující ztrátu hmotnosti, thinspiration, fitspiration, příspěvky motivující k hubnutí, jiní uživatelé popisující svůj osobní příběh o hubnutí, uživatelé uvádějící své cílové hmotnosti apod.

Deskriptivní položky se týkají následujících oblastí: a) kolik hodin denně v průměru respondent věnuje sledování obsahu o hubnutí; b) na které sociální síti nejčastěji vyhledává obsah o hubnutí; c) zda má přístup k nějakému obsahu o hubnutí, který je přístupný pouze některým uživatelům, d) zda má založený profil na některé ze SNS pouze za účelem tvoření či sledování obsahu o hubnutí, e) zda někdy byl nebo stále je součástí pro-ana nebo pro-mia komunity a f) zda se mu někdy stalo, že chtěl přestat se sledováním obsahu, který ho vedl ke zlepšení postavy ale z nějakého důvodu to nedokázal/a. Zde je celkem šest deskriptivních položek.

Intenzita interakce s obsahem je zkoumána ve 14 položkách. Ty jsou dichotomické a s pětibodovou odpověďovou škálou. Týkají se typu interakce s obsahem zaměřeným na hubnutí, pocitů, které sledování obsahu v uživateli vyvolává, a toho, jak se sledování obsahu promítá do chování uživatele. V tabulce 4 jsou uvedeny příklady položek, které sem patří.

Tabulka 4: Příklady položek DUI

Typ obsahu	Typ položky	Znění položky
Cvičení	Deskriptivní	Máte přístup k nějakému obsahu o cvičení, který je přístupný jenom pro někoho?
Cvičení	Intenzita interakce	Zkousím cviky, které jsem viděl/a na internetu.
Jídelníčky	Deskriptivní	Máte založený účet (profil) na některé sociální síti, který využíváte pouze na sledování nebo vytváření obsahu o jídelníčcích?
Jídelníčky	Intenzita interakce	Kvůli obsahu, co jsem viděl/a na internetu, zkousím diety za účelem zhubnutí.
Hubnutí	Deskriptivní	Byl/a jste někdy součástí „pro-mia“ nebo „pro-ana“ komunity?
Hubnutí	Intenzita interakce	Sledování obsahu o hubnutí mě vede k tomu, že se kritizuji.

10.2 Eating Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q)

Eating Disorder Examination (EDE) je polostrukturovaný rozhovor určený na diagnostiku PPP. Vychází z diagnostických kritérií PPP, které uvádí čtvrtá edice Diagnostického a statického manuálu duševních poruch (American Psychiatric Association, 1994). Metoda je ale náročná jak pro klienta, tak pro administrátora. Trvá zhruba 75 minut (Peterson & Mitchell, 2005). Proto byla jako alternativa představena dotazníková verze, Eating Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q; Fairburn & Beglin, 1994), která vychází z původního rozhovoru.

EDE-Q se soustředí na časový rámec uplynulých 28 dní a zjišťuje frekvenci hlavních znaků PPP u respondenta v rámci tohoto období. Nejnovější (šestá) verze EDE-Q je složena z 28 položek. U 22 položek se nachází sedmibodová odpověďová škála. U osmi položek respondent odpovídá na škále od *vůbec* do *hodně*, u jedné položky od *nikdy* do *vždy*. U 13 položek pak zní otázka „*V kolika dnech z posledních 28 dní...*“ a na odpověďové škále jsou vypsány možnosti týkající se počtu dní (od „*V 0 dnech*“ po „*Každý den*“). Zbylé položky jsou otevřené otázky a respondent doplňuje číselné údaje.

EDE-Q se skládá ze čtyř subškál. Při vyhodnocování je možné spočítat celkový hrubý skór, který je průměrem čtyř subškál. Další možností je získat pouze hrubý skór jednotlivých subškál, které získáme sečtením bodů za položky a vydělením počtem položek v té dané škále. Subškály EDE-Q jsou **omezování se**, **znepokojení kvůli jedení**, **nespokojenost se svou postavou** a **nespokojenost se svou hmotností**. **Omezování se** se týká snahy omezit množství nebo druh jídla. **Znepokojení kvůli jedení** se týká strachu ze ztráty kontroly, utajování jídla, viny spojené s jídlem a zanedbávání zájmů a povinností na úkor jídla a aktivit spojených s ním. **Nespokojenost se svou postavou** zahrnuje intenzitu prohlížení si své postavy, snahy vyhnout se obrazu své postavy, myšlenky týkající se postavy a strach z tloušťky. A **nespokojenost se svou hmotností** se týká častého kontrolování hmotnosti, nebo naopak vyhýbání se zjištění hmotnosti, nespokojenosti s hmotností a přáním být lehčí (Fairburn & Beglin, 1994).

Metoda konzistentně dosahuje dobrých psychometrických parametrů. Cronbachova alfa se pohybuje od 0,70 do 0,93 (Berg et al., 2012). Test-retest reliabilita vychází poměrně vysoká (vyšší než 0,89) jak u mužů, tak u žen (Rose et al., 2013).

Protože je metoda velmi populární, v řadě zemí existují normy pro její vyhodnocení (např. Machado et al., 2014). České normy pro EDE-Q zatím ale neexistují.

Dotazník má více českých překladů. Jedním z nich je verze Papežové (2010). V této práci je použit překlad od Hacové (2018). Tuto verzi jsme zvolili proto, že jsme s ohledem na věkové kategorie zahrnuté v našem souboru preferovali jednodušeji formulované položky. Tento překlad má vysokou vnitřní konzistenci. Dosahuje při souboru o velikosti 850 respondentů hodnoty Cronbachovy alfy 0,94 (Hacová, 2018).

Jak bylo uvedeno v šesté kapitole, pro naplnění vytyčených výzkumných cílů jsme se rozhodli použít pouze dvě ze subškál a to subškály **znepokojení kvůli jedení** (obsahující pět položek) a **nespokojenost se svou hmotností** (obsahující položky čtyři). Vnitřní konzistence subškál byla ověřena pomocí koeficientů Cronbachova alfa a McDonaldova omega a jsou uvedeny v tabulce 5.

Tabulka 5: Cronbachova alfa a McDonaldova omega u subškál EDE-Q

	Cronbachova alfa	McDonaldova omega
Znepokojení kvůli jedení	0,89	0,91
Nespokojenost se svou hmotností	0,89	0,90

Pozn.: N = 1099

V tabulce 6 jsou shrnuty všechny proměnné, včetně názvu použité metody, jejich autorů (případně autorů překladu) a počtu položek.

Tabulka 6: Proměnné, metody použité k jejich měření, počty položek

Faktor	Metoda	Autoři; autoři české verze	Počet položek
Obsah o cvičení	DUI	Suchá, Pipová & Merhoutová (n. d.)	16
Obsah o jídelníčích	DUI	Suchá, Pipová & Merhoutová (n. d.)	16
Obsah o hubnutí	DUI	Suchá, Pipová & Merhoutová (n. d.)	21
Znepokojení kvůli jedení	EDE-Q	Fairburn & Beglin (1994); překlad Hacová (2018)	5
Nespokojenost se svou hmotností	EDE-Q	Fairburn & Beglin (1994); překlad Hacová (2018)	4

11 Popis a interpretace výsledků

Na začátku této kapitoly budou popsány psychometrické vlastnosti dotazníku vlastní konstrukce. Následují deskriptivní analýzy získaných pomocí dotazníků DUI a EDE-Q. V další části kapitoly jsou popsány výsledky získané pomocí regresní analýzy, které jsou zároveň interpretované vzhledem k výzkumným hypotézám.

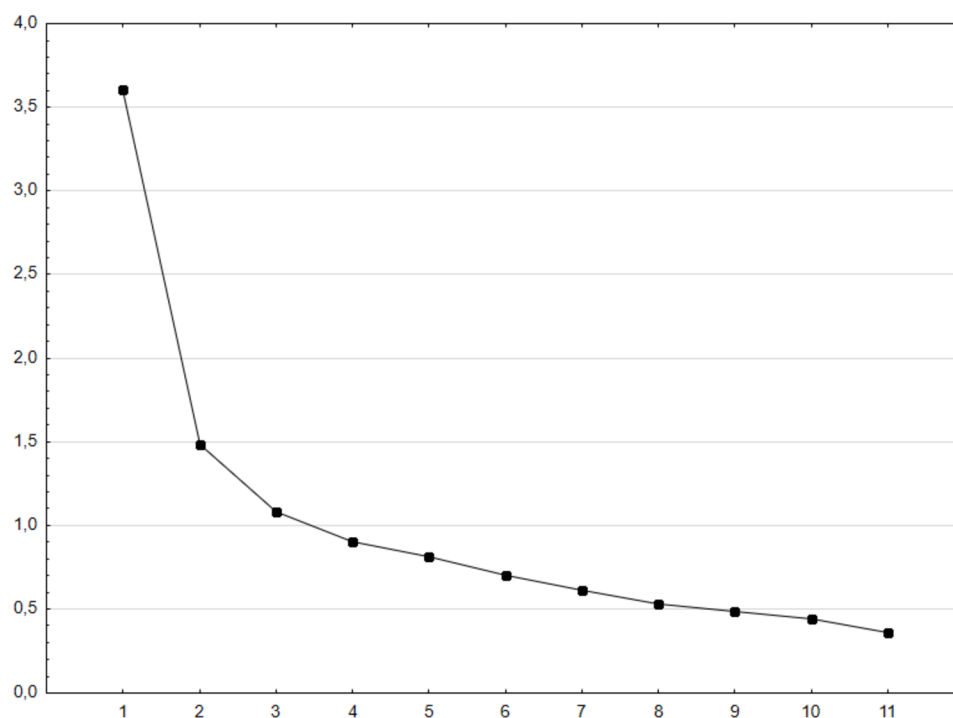
11.1 Psychometrické vlastnosti dotazníku vlastní konstrukce

Z důvodu co nejmenšího zatěžování respondentů jsme při tvorbě metody zvolili přístup, který respondentovi dovoluje odpovědět jen na otázky týkající se obsahu, se kterým má zkušenost. Tato selekční otázka zní „*Měl/a jsi v posledních 30 dnech zkušenost s internetovým obsahem, který se týká cvičení?*“ Pokud respondent odpoví ano, zobrazí se mu škála zkoumající zkušenost s obsahem, který se týká cvičení. Pokud odpoví ne, přesune se k další části dotazníku. Analogicky se postup opakuje u obsahu zaměřeného na jídelníčky a poté na hubnutí. Pro každou z oblastí internetového obsahu byly provedeny samostatné analýzy psychometrických vlastností.

11.1.1 Zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení

Provedli jsme exploratorní faktorovou analýzu škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení. Odhady byly stanoveny metodou hlavních komponent. Přestože z grafu (graf 1) vyplývá jako dominantní jeden faktor, vyzkoušeno bylo jednofaktorové, dvoufaktorové i třífaktorové řešení (poslední dvě z řešení pomocí rotace VARIMAX). Jako nejlépe interpretovatelné jsme identifikovali řešení dvoufaktorové. Toto řešení vysvětluje 46,3 % rozptylu. Faktorové náboje a komunality položek při tomto řešení shrnuje tabulka 7.

Graf 1: Sutinový graf škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení



Tabulka 7: Faktorové náboje a komunality z EFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

Položka	Faktor 1	Komunalita faktoru 1	Faktor 2	Komunalita faktoru 2
1	0,05	0,00	0,50	0,25
2	0,04	0,00	0,63	0,39
3	0,73	0,54	0,27	0,61
4	0,72	0,52	0,22	0,57
5	0,20	0,04	0,65	0,46
6	0,05	0,00	0,78	0,62
7	0,69	0,47	0,34	0,59
8	0,69	0,48	0,10	0,49
9	0,53	0,28	0,11	0,29
10	0,72	0,52	0,04	0,52
11	0,53	0,28	0,03	0,28

Pozn.: N = 904

Na základě EFA jsme přistoupili k rozdělení škály do dvou faktorů. Škála byla rozdělena na subškály pasivního (v tabulce 6: Faktor 1, položky 3, 4, 7, 8, 9, 10 a 11) a aktivního (v tabulce 6: Faktor 2, položky 1, 2, 5 a 6) interagování s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení. Pasivní zkušenost zahrnuje sledování obsahu, jeho vyhledání, pociťované nutkání ho sledovat. Aktivní zkušeností je pak myšleno hlavně jeho vytváření. Subškála pasivní zkušenosti vysvětluje 28,9 % rozptylu, subškála aktivní zkušenosti 17,7 %.

Následně jsme toto řešení ověřili pomocí CFA. Ta dvoufaktorové řešení potvrdila jako vhodné. Ukazatele jsou uvedené v tabulce 8.

Tabulka 8: CFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

χ^2	χ^2/df	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
145,18	3,46	0,98	0,98	0,05	0,09

Pozn.: N = 904

Pro zjištění reliability škály jsme použili Cronbachův koeficient alfa, který vycházel z polychorické korelace a McDonaldovu omegu. Tyto ukazatele pro celou škálu i pro jednotlivé subškály jsou uvedené v tabulce 9. Tyto hodnoty lze označit jako uspokojivé. Pro úplnost uvádíme v příloze 6 popisné charakteristiky jednotlivých položek.

Tabulka 9: Cronbachova alfa a McDonaldova omega u škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

	Cronbachova alfa	McDonaldova omega
Subškála pasivní zkušenosti	0,88	0,93
Subškála aktivní zkušenosti	0,83	0,86
Celá škála	0,88	0,93

Pozn.: N = 904

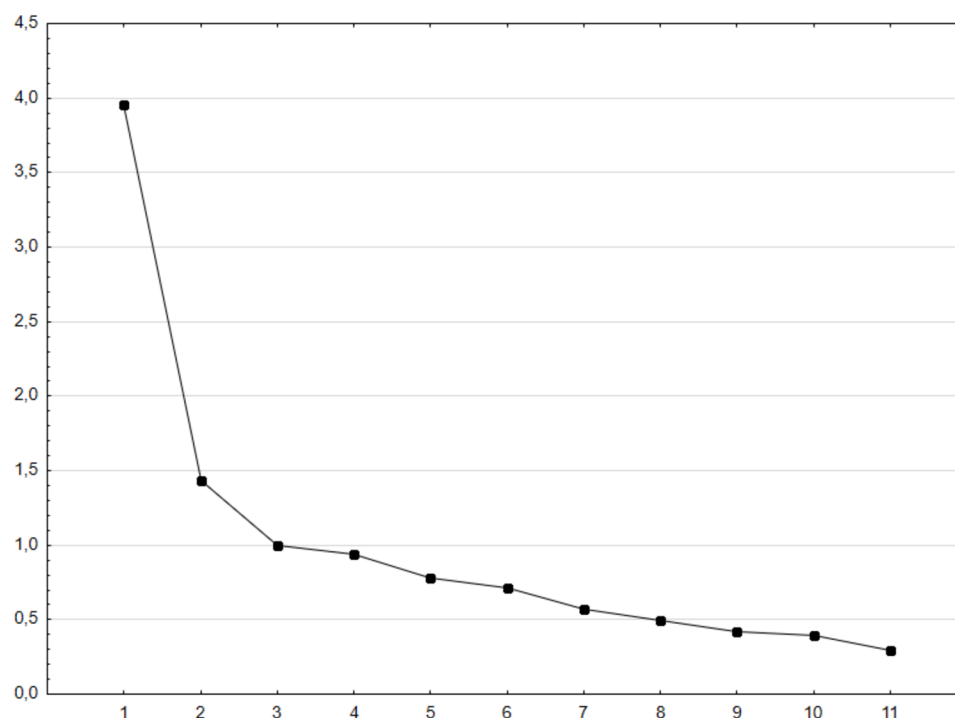
Z důvodu rozsahu této práce jsme se rozhodli na základě analýzy psychometrických ukazatelů použít v dalších analýzách ze škály zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení pouze subškálu pasivní zkušenosti.

11.1.2 Zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky

Provedli jsme EFA pomocí metody hlavních komponent (graf 2). Vyzkoušeli jsme jednofaktorové a dvoufaktorové řešení (dvoufaktorové s rotací VARIMAX). I zde jsme

zvolili dvoufaktorové řešení, které vysvětluje 49 % rozptylu. Faktorové náboje a komunality položek při tomto řešení shrnuje tabulka 10.

Graf 2: Sutinový graf škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky



Tabulka 10: Faktorové náboje a komunality z EFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

Položka	Faktor 1	Komunalita faktoru 1	Faktor 2	Komunalita faktoru 2
1	0,07	0,00	0,57	0,33
2	0,26	0,07	0,21	0,11
3	0,68	0,47	0,39	0,62
4	0,62	0,39	0,35	0,51
5	0,15	0,02	0,80	0,66
6	0,06	0,00	0,75	0,56
7	0,73	0,54	0,35	0,66
8	0,52	0,27	0,22	0,32
9	0,66	0,43	0,09	0,44
10	0,78	0,61	0,02	0,61
11	0,75	0,56	0,04	0,57

Pozn.: N = 529

Škála byla rozdělena na subškály pasivního (v tabulce 10: Faktor 1, položky 3, 4, 7, 8, 9, 10 a 11) a aktivního (v tabulce 10: Faktor 2, položky 1, 2, 5 a 6) interagování s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky. Pasivní zkušenost zahrnuje sledování obsahu, jeho vyhledání, pociťované nutkání ho sledovat. Aktivní zkušeností je pak myšleno hlavně jeho vytváření. Subškála pasivní zkušenosti vysvětluje 30,6 % rozptylu, subškála aktivní zkušenosti 18,4 %.

Toto řešení bylo ověřeno pomocí CFA. Ta dvoufaktorové řešení potvrdila jako vhodné. Ukazatele jsou uvedené v tabulce 11.

Tabulka 11: CFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

X²	X²/df	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
101,72	2,42	0,99	0,98	0,05	0,09

Pozn.: N = 529

Reliabilita škály byla zjišťována pomocí Cronbachova koeficientu alfa (který vycházel z polychorické korelace) a McDonaldovy omegy. Tyto ukazatele jsou uvedeny v tabulce 12 a lze je označit jako uspokojivé. V příloze 7 jsou uvedené popisné charakteristiky jednotlivých položek.

Tabulka 12: Cronbachova alfa a McDonaldova omega u škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

	Cronbachova alfa	McDonaldova omega
Subškála pasivní zkušenosti	0,90	0,93
Subškála aktivní zkušenosti	0,79	0,86
Celá škála	0,90	0,94

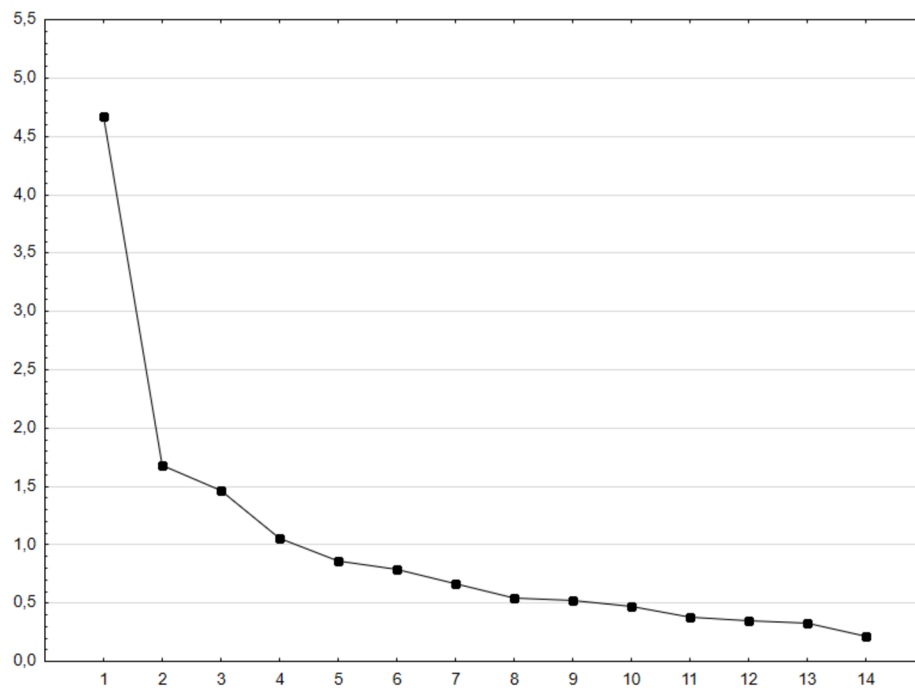
Pozn.: N = 529

I u této škály jsme se z důvodu rozsahu této práce rozhodli na základě analýzy psychometrických ukazatelů v dalších analýzách použít jen subškálu pasivní zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky.

11.1.3 Zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí

Provedli jsme exploratorní faktorovou analýzu pomocí metody hlavních komponent (graf 3). Vyzkoušeli jsme jednofaktorové, dvoufaktorové a trojfaktorové řešení. Při řešeních s více než jedním faktorem byla uplatněna rotace VARIMAX. Zvolili jsme dvoufaktorové řešení, vysvětlující 45,4 % rozptylu. Faktorové náboje a komunality položek dvoufaktorového řešení shrnuje tabulka 13.

Graf 3: Sutinový graf škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí



Tabulka 13: Faktorové náboje a komunality z EFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

Položka	Faktor 1	Komunalita faktoru 1	Faktor 2	Komunalita faktoru 2
1	0,14	0,02	0,44	0,21
2	0,10	0,01	0,44	0,20
3	0,81	0,65	0,30	0,74
4	0,75	0,56	0,14	0,58
5	0,28	0,08	0,61	0,44
6	0,12	0,01	0,60	0,37
7	0,81	0,66	0,20	0,70
8	0,75	0,56	0,03	0,56
9	0,71	0,50	0,03	0,50
10	0,85	0,72	0,06	0,73
11	0,74	0,55	0,07	0,56
12	0,03	0,00	0,32	0,10
13	0,07	0,00	0,53	0,28
14	0,06	0,00	0,62	0,38

Pozn.: N = 482; faktorové náboje v absolutní hodnotě menší než 0,5 jsou vyznačeny šedě.

Škála byla rozdělena na subškály pasivního (v tabulce 14: Faktor 1, položky 3, 4, 7, 8, 9, 10 a 11) a aktivního (v tabulce 14: Faktor 2, položky 1, 2, 5, 6, 12, 13 a 14) interagování s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí. Pasivní zkušenost zahrnuje sledování obsahu, jeho vyhledání, pociťované nutkání ho sledovat. Aktivní zkušeností je pak myšleno hlavně jeho vytváření. Subškála pasivní zkušenosti vysvětluje 31 % rozptylu, subškála aktivní zkušenosti 14,5 %.

Toto řešení bylo ověřeno pomocí CFA, ta řešení potvrdila jako vhodné. Ukazatele získané analýzou jsou uvedené v tabulce 14.

Tabulka 14: CFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

X ²	X ² /df	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
202,46	2,97	0,99	0,98	0,06	0,13

Pozn.: N = 482

Reliabilitu škály jsme ověřovali koeficientem Cronbachovy alfy, který vycházel z polychorické korelace, a koeficientem McDonaldovy omegy. Tyto ukazatele jsou uvedeny v tabulce 15 a jejich hodnoty lze označit jako uspokojivé. V příloze 8 jsou uvedené popisné charakteristiky jednotlivých položek.

Tabulka 15: Cronbachova alfa a McDonaldova omega u škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

	Cronbachova alfa	McDonaldova omega
Subškála pasivní zkušenosti	0,95	0,97
Subškála aktivní zkušenosti	0,79	0,91
Celá škála	0,90	0,95

Pozn.: N = 482

Stejně jako u dvou předchozích, tak i u této škály jsme se z důvodů rozsahu této práce a výsledků analýzy psychometrických ukazatelů rozhodli v dalších analýzách použít jen subškálu pasivní zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí.

11.2 Deskriptivní analýzy

11.2.1 Dotazník užívání internetu (DUI)

Jak je uvedeno v předchozí podkapitole, každá sekce dotazníku začíná otázkou na zkušenost s určitým typem internetového obsahu v posledních 30 dnech. V tabulce 16 jsou uvedeny procentuální podíly respondentů, kteří uvedli, že mají s určitým typem obsahu zkušenost. Každý respondent odpovídal zvlášť u každého typu obsahu, zda s ním má zkušenost. Napříč demografickými skupinami má největší část zkušenost s internetovým obsahem o cvičení.

Tabulka 16: Procenta respondentů majících zkušenost s internetovým obsahem

	Cvičení	Jídelníčky	Hubnutí
Pubescenti (11–15 let)			
Ženy (N = 344)	81,40	48,55	62,21
Muži (N = 302)	71,52	38,08	26,16
Adolescenti (16–19 let)			
Ženy (N = 157)	81,53	54,14	52,23
Muži (N = 171)	73,10	38,01	21,64
Mladí dospělí (20–35 let)			
Ženy (N = 164)	82,93	57,32	44,51
Muži (N = 30)	73,33	30,00	30,00
Celý soubor (N = 1201)	77,10	45,38	41,88

Pozn.: Procenta jsou uvedena v rámci demografické skupiny. V celém souboru jsou kromě mužů a žen zahrnuti i respondenti, kteří neuvedli své pohlaví (N = 33).

V následující tabulce 17 jsou uvedena procentuální zastoupení respondentů, kteří nesledují žádný typ obsahu, kteří mají zkušenost s jedním, dvěma anebo se všemi třemi typy takového obsahu. Nejvíce respondentů mělo zkušenost pouze s jedním typem obsahu. Nejméně respondentů bylo ve skupině, která neměla zkušenost s žádným typem obsahu.

Tabulka 17: Rozdělení respondentů do skupin dle počtu druhů obsahu, se kterým mají zkušenost

	N	%
Žádná zkušenost	204	16,99
1 typ obsahu	365	30,39
2 typy obsahu	287	23,90
3 typy obsahu	345	28,73
Celý soubor	1201	100,00

V tabulce 18 jsou uvedeny popisné statistiky tří subškál, které postihují intenzitu interakce s internetovým obsahem.

Tabulka 18: Popisné statistiky subškál zkušenosti s internetovým obsahem

	N	průměr	medián	SD	Min	Max
Cvičení						
Ženy	657	2,93	2,00	3,29	0,00	13,00
Muži	490	1,52	0,00	2,49	0,00	12,00
Celý soubor	1180	2,28	1,00	3,03	0,00	13,00
Jídelníčky						
Ženy	660	1,63	0,00	3,00	0,00	14,00
Muži	498	0,51	0,00	1,52	0,00	12,00
Celý soubor	1191	1,13	0,00	2,51	0,00	14,00
Hubnutí						
Ženy	653	2,05	0,00	3,61	0,00	14,00
Muži	501	0,32	0,00	1,39	0,00	13,00
Celý soubor	1186	1,28	0,00	2,97	0,00	14,00

Pozn.: V celém souboru jsou kromě mužů a žen zahrnuti i respondenti, kteří neuvedli své pohlaví (N = 30); SD = směrodatná odchylka; Min = minimum; Max = maximum

Součástí dotazníku jsou i otázky na průměrný počet hodin denně strávených sledováním internetového obsahu zaměřeného na cvičení, jídelníčky a hubnutí. V tabulce 19 jsou uvedeny průměry počtu hodin dle demografických skupin. Ze sledovaných kategorií je napříč všemi skupinami nejvyšší počet hodin u obsahu zaměřeného na cvičení. U všech věkových kategorií i všech kategorií obsahu platí, že ženy sledují internetový obsah v průměru po delší čas než muži.

Tabulka 19: Průměrný počet hodin strávený denně sledováním internetového obsahu

	Cvičení	Jídelníčky	Hubnutí
Pubescenti (11–15 let)			
Ženy (N = 233)	0,71	0,42	0,31
Muži (N = 199)	0,60	0,12	0,27
Adolescenti (16–19 let)			
Ženy (N = 234)	0,70	0,58	0,56
Muži (N = 251)	0,56	0,09	0,21
Mladí dospělí (20–35 let)			
Ženy (N = 161)	0,44	0,22	0,28
Muži (N = 29)	0,31	0,06	0,20
Celý soubor (N = 1137)	0,60	0,29	0,33

Pozn.: V celém souboru jsou kromě mužů a žen zahrnuti i respondenti, kteří neuvedli své pohlaví (N = 30).

V tabulce 20 uvádíme korelace mezi subškálami metody, údaji o času stráveném sledováním obsahu, pohlavím a věkem. Kvůli vysokému počtu testů byla hladina významnosti upravena Bonferroniho korekcí na $p = 0,00179$. I po této úpravě je většina vztahů významných. Proměnná věk nemá (kromě pohlaví) s ničím významný korelační vztah. Nejsilnější korelační vztahy existují mezi pasivními zkušenostmi s různými typy internetového obsahu navzájem.

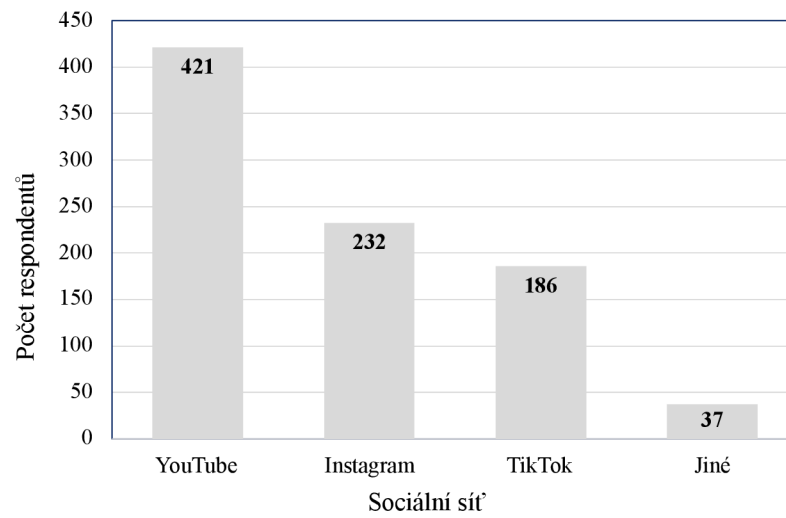
Tabulka 20: Korelace mezi subškálami DUI, časovými údaji a demografickými údaji

	Věk	Pohlaví	ČC	ČH	ČJ	DUI-C	DUI-J	DUI-H
DUI-H	-0,07	-0,29*	0,17*	0,38*	0,29*	0,58*	0,66*	1,00
DUI-J	0,00	-0,22*	0,19*	0,29*	0,40*	0,55*	1,00	
DUI-C	-0,07	-0,24*	0,31*	0,20*	0,22*	1,00		
ČJ	-0,02	-0,11*	0,45*	0,56*	1,00			
ČH	-0,05	-0,19*	0,53*	1,00				
ČC	-0,08	-0,05	1,00					
Pohlaví	-0,18*	1,00						
Věk	1,00							

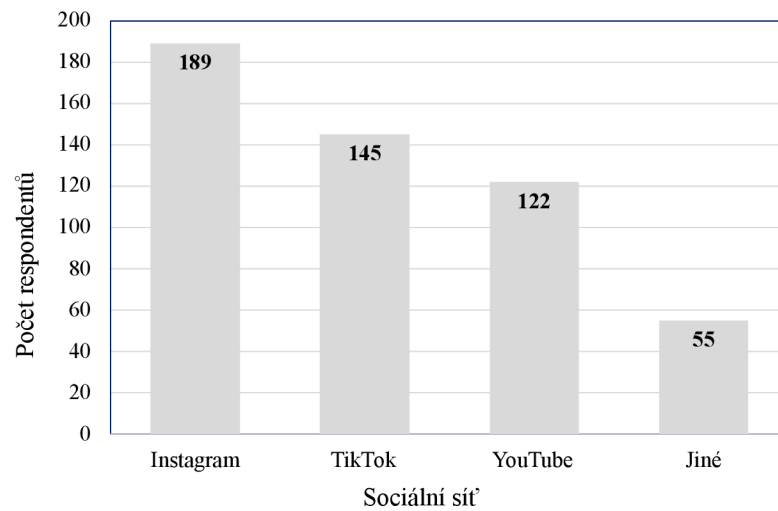
Pozn.: N = 1039; * $p < 0.00179$; ČC = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na cvičení, ČH = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na hubnutí, ČJ = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na jídelníčky, DUI-C = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, DUI-J = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky, DUI-H = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí

Mezi deskriptivní položky DUI patřila otázka, na které sociální síti respondent nejčastěji vyhledává internetový obsah týkající se cvičení/jídelníčků/hubnutí. Nejčastější odpovědi zahrnují *YouTube*, *Instagram* a *TikTok*. Zbylé sociální sítě, které respondenti uváděli, jsme pro účely prezentace výsledků sloučili do kategorie *jiné*. Sociální sítě zahrnuté do této kategorie se objevovaly pouze v jednotkách odpovědí a byly to *Facebook*, *Pinterest*, *Google*, *X*, *Reddit*, *Discord* a *Tumblr*. V následujících grafech jsou zobrazeny četnosti preferovaných sociálních sítí u internetového obsahu zaměřeného na cvičení (graf 4), jídelníčky (graf 5) a hubnutí (graf 6).

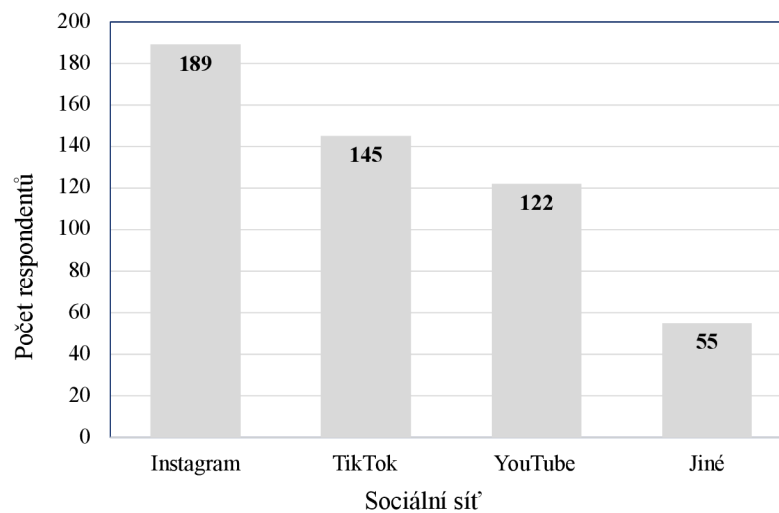
Graf 4: Sociální sítě preferované pro vyhledávání obsahu o cvičení



Graf 5: Sociální sítě preferované pro vyhledávání obsahu o jídelníčcích



Graf 6: Sociální sítě preferované pro vyhledávání obsahu o hubnutí



U každého druhu obsahu dominuje jiná sociální síť. Za účelem většího vhledu do volby sociálních sítí jsme se rozhodli provést i analýzu volby sociální sítě dle věku a pohlaví, bez ohledu na typ obsahu, který na sociální síti respondent vyhledává (tabulka 21).

Tabulka 21: Četnosti preferovaných sociálních sítí danou demografickou skupinou

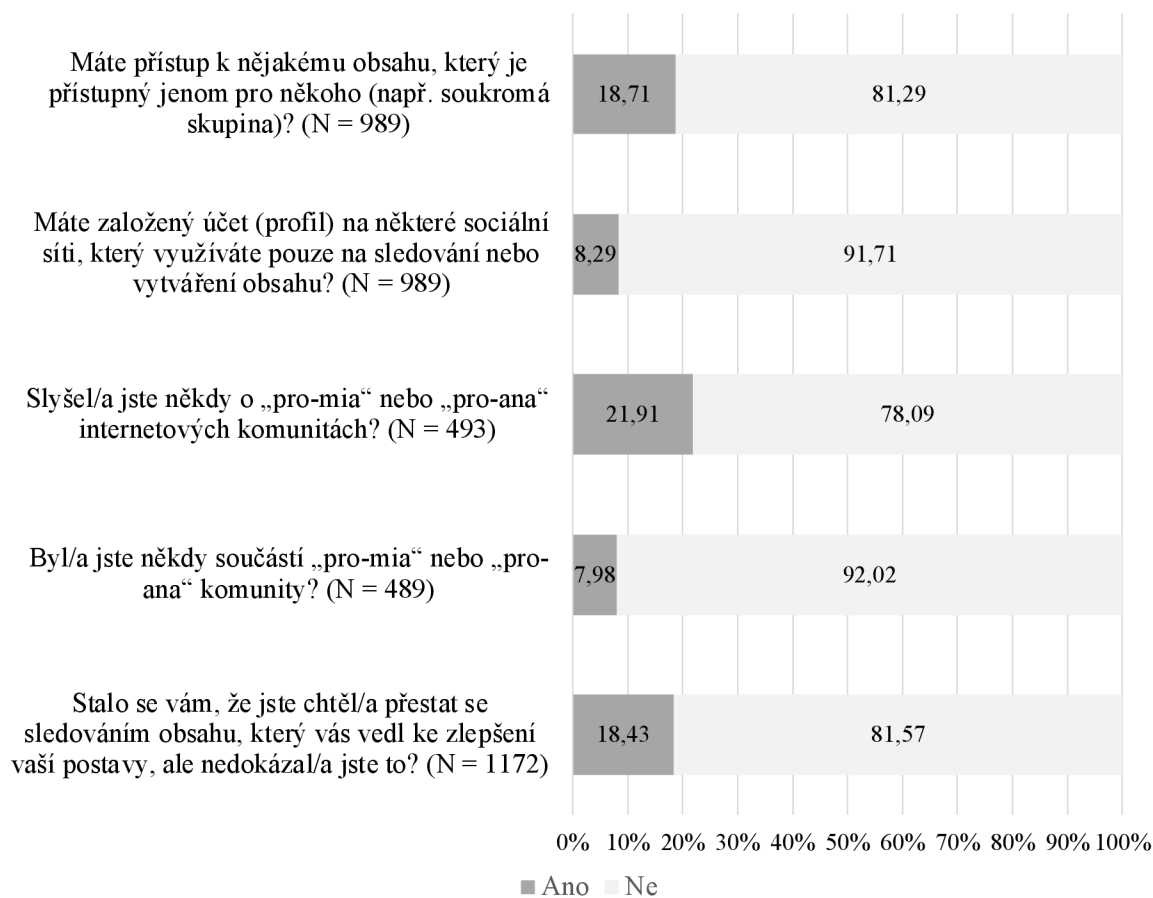
	YouTube	TikTok	Instagram	Jiné
Pubescenti (11–15 let)				
Ženy (N = 630)	175	239	162	54
Muži (N = 368)	196	85	72	15
Adolescenti (16–19 let)				
Ženy (N = 284)	66	84	117	17
Muži (N = 207)	109	40	52	6
Mladí dospělí (20–35 let)				
Ženy (N = 293)	89	31	141	32
Muži (N = 36)	12	3	12	9
Celý soubor (N = 1818)	647	482	556	133

Pozn.: N zde neodpovídá počtu respondentů, ale počtu sociálních sítí uvedených danou demografickou skupinou. Každý respondent měl možnost uvést až tři sociální sítě (jednu pro každý druh internetového obsahu).

Pokud zvážíme, jaké procentuální části demografických skupin mají zkušenosti s jakými druhy internetového obsahu (viz tabulka 16), jaké sociální sítě jsou těmito skupinami preferovány (tabulka 21) a také jaké sociální sítě jsou nejčastěji preferované pro vyhledávání typů internetového obsahu (grafy 4, 5 a 6), můžeme zde vidět jistou souvislost (byť nemůžeme posuzovat kauzalitu). Například dívky ve věku 11–15 let nejčastěji uváděly sociální síť TikTok. Ze všech demografických skupin právě ony mají procentuálně nejvyšší zkušenost s obsahem zaměřeným na hubnutí. A zároveň sociální síť TikTok byla ta nejčastěji uváděná u obsahu zaměřeného na hubnutí.

Součástí metody jsou také další položky, které se zaměřují na některé dílčí aspekty týkající se internetového obsahu. V grafu 7 jsou tyto položky vypsány spolu s grafickým znázorněním toho, kolik procent všech odpovědí bylo kladných a kolik záporných. Za povšimnutí stojí hlavně to, že **18,43 % respondentů někdy v minulosti chtělo přestat se sledováním internetového obsahu, který vede ke zlepšení postavy, ale nedokázalo to.**

Graf 7: Prevalence odpovědí na vybrané položky



11.2.2 Eating Disorder Examination (EDE-Q)

Z metody EDE-Q byly do analýzy dat zařazeny subškály nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení. Každá ze subškál byla vyplněna 1099 respondenty. V tabulce 22 jsou uvedeny popisné statistiky dat obou subškál.

Tabulka 22: Popisné statistiky subškál nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení z metody EDE-Q

	N	průměr	medián	SD	Min	Max
Nespokojenost s hmotností						
Ženy	625	3,09	2,75	1,76	1,00	7,00
Muži	445	1,72	1,25	1,05	1,00	6,50
Celý soubor	1099	2,52	1,75	1,65	1,00	7,00
Znepokojení kvůli jedení						
Ženy	625	2,29	1,80	1,40	1,00	7,00
Muži	445	1,46	1,20	0,76	1,00	5,20
Celý soubor	1099	1,94	1,40	1,26	1,00	7,00

Pozn.: V celém souboru jsou kromě mužů a žen zahrnuti i respondenti, kteří neuvedli své pohlaví (N = 29); SD = směrodatná odchylka; Min = minimum; Max = maximum

11.3 Výsledky regresní analýzy

Aby bylo možné k analýze dat využít metodu mnohonásobné regrese, je potřeba, aby byly splněny následující podmínky. Podmínka normálního rozdělení reziduí byla ověřena a dodržena u všech modelů. Splněna byla u všechny modelů i podmínka homoskedasticity.

Další z podmínek je nepřítomnost kolinearit, tedy vzájemné korelace mezi regresory. Tuto podmínku získaná data splňují, protože žádný z korelačních koeficientů jednotlivých regresorů nepřesahuje 0,9. Tabulku, kde jsou uvedeny korelační koeficienty regresorů, je možné najít v příloze 9.

Podmínkou je rovněž nepřítomnost multikolinearit, tedy nepřítomnosti skupiny regresorů, které svou vzájemnou kombinací tvoří vysokou korelaci s jiným regresorem. Tuto podmínku jsme ověřovali pomocí statistiky *variance inflation factor* [VIF]. Za problematické se považují hodnoty VIF vyšší než 5. Tuto podmínku získaná data také

splňují, protože nejvyšší hodnota VIF je 2,34. Přehled všech statistik VIF u obou regresních modelů je uveden v příloze 10.

V následujících podkapitolách jsou představeny dva regresní modely, které byly použity pro ověření námi stanovených hypotéz. Všechny modely obsahují totožné regresory, jimiž jsou věk, pohlaví, čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na cvičení, čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na jídelníčky, čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na hubnutí, škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky a škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí. Celkem se tedy jedná o osm regresorů.

11.3.1 Nespokojenost s hmotností

Model vysvětluje 48,66 % rozptylu závislé proměnné **nespokojenost s hmotností**, která je subškálou dotazníku EDE-Q. Model je statisticky významný s následujícími parametry: $F(8,960) = 113,72$; $p < 0,001$. Tabulka 23 obsahuje všechny použité regresory, standardizované regresní koeficienty β , regresní koeficienty b , t-hodnoty a p-hodnoty.

Tabulka 23: Koeficienty regresní analýzy se závislou proměnnou nespokojenost s hmotností

	β	b	t	p
(nulový člen)		1,96	11,32	<0,001
Pohlaví (žena)	-0,23	-0,76	-9,26	<0,001
Věk	0,06	0,02	2,35	0,019
Čas cvičení	0,00	-0,01	-0,14	0,890
Čas jídelníčky	0,02	0,05	0,70	0,487
Čas hubnutí	0,14	0,32	4,74	<0,001
Internetový obsah cvičení	0,01	0,00	0,23	0,814
Internetový obsah jídelníčky	0,14	0,09	4,00	<0,001
Internetový obsah hubnutí	0,40	0,23	11,39	<0,001

Pozn.: $N = 969$; čas cvičení = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na cvičení, čas hubnutí = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na hubnutí, čas jídelníčky = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na jídelníčky, internetový obsah cvičení = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, internetový obsah jídelníčky = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky, internetový obsah hubnutí = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí

Na základě modelu můžeme vyhodnotit naše hypotézy H1 až H8.

H1: Ženy v průměru skórují výše na škále nespokojenosti s hmotností (EDE-Q) než **muži**. Regresor pohlaví má v tomto modelu signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = -0,23, p < 0,001$). Tuto hypotézu tedy **přijímáme**.

H2: Nižší věk pozitivně koreluje se skórem na škále nespokojenosti s hmotností (EDE-Q). Věk v tomto modelu sice má signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,06, p = 0,019$), ale opačným směrem než stanovená hypotéza. Hypotézu **nelze přijmout**.

H3: Doba sledování IO zaměřeného na cvičení pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).

Čas sledování internetového obsahu, který se týká cvičení, v tomto modelu nemá signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,00, p = 0,890$). Hypotézu **nelze přijmout**.

H4: Doba sledování IO zaměřeného na jídelníčky pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).

Čas sledování internetového obsahu, který se týká jídelníčků, v tomto modelu nemá signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,02, p = 0,487$). Hypotézu **nelze přijmout**.

H5: Doba sledování IO zaměřeného na hubnutí pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).

Čas sledování internetového obsahu, který se týká hubnutí, v tomto modelu má signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,14, p < 0,001$). Hypotézu **přijímáme**.

H6: HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na cvičení souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).

Pasivní zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení nemá signifikantní souvislost se závislou proměnnou nespokojenost s hmotností ($\beta = 0,01, p = 0,814$). Hypotézu **nelze přijmout**.

H7: HS škály **pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na jídelníčky** souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).

Pasivní zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky má v tomto modelu signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,14$, $p < 0,001$). Tuto hypotézu tedy **přijímáme**.

H8: HS škály **pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na hubnutí** souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).

Pasivní zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky má v tomto modelu signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,40$, $p < 0,001$). Tuto hypotézu **přijímáme**.

11.3.2 Znepokojení kvůli jedení

Model vysvětluje 51,12 % rozptylu závislé proměnné **znepokojení kvůli jedení**, která je subškálou metody EDE-Q. Model je také statisticky významný, $F(8,960) = 125,50$; $p < 0,001$. Tabulka 24 obsahuje všechny použité regresory, standardizované regresní koeficienty β , regresní koeficienty b , t -hodnoty a p -hodnoty.

Tabulka 24: Koeficienty regresní analýzy se závislou proměnnou znepokojení kvůli jedení

	β	b	t	p
(nulový člen)		1,72	13,45	<0,001
Pohlaví (žena)	-0,14	-0,35	-5,80	<0,001
Věk	-0,01	0,00	-0,57	0,571
Čas cvičení	-0,02	-0,02	-0,61	0,544
Čas jídelníčky	0,04	0,08	1,57	0,118
Čas hubnutí	0,16	0,28	5,69	<0,001
Internetový obsah cvičení	0,00	0,00	0,13	0,898
Internetový obsah jídelníčky	0,22	0,11	6,60	<0,001
Internetový obsah hubnutí	0,38	0,16	11,13	<0,001

Pozn.: $N = 969$; čas cvičení = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na cvičení, čas hubnutí = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na hubnutí, čas jídelníčky = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na jídelníčky, internetový obsah cvičení = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, internetový obsah jídelníčky = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky, internetový obsah hubnutí = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí

Na základě modelu lze vyhodnotit stanovené hypotézy H9 až H16.

H9: Ženy v průměru skórují výše na škále znepokojení kvůli jedení (EDE-Q) než **muži**.

Regresor pohlaví má v tomto modelu signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = -0,14, p < 0,001$). Tuto hypotézu tedy **přijímáme**.

H10: Nižší věk pozitivně koreluje se skórem na škále znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

Věk v tomto modelu nemá signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = -0,01, p = 0,571$). Hypotézu **nelze přijmout**.

H11: Doba sledování IO zaměřeného na cvičení pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

Čas sledování internetového obsahu, který se týká cvičení, v tomto modelu nemá signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = -0,02, p = 0,544$). Hypotézu **nelze přijmout**.

H12: Doba sledování IO zaměřeného na jídelníčky pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

Čas sledování internetového obsahu, který se týká jídelníčků, v tomto modelu nemá signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,04, p = 0,118$). Hypotézu **nelze přijmout**.

H13: Doba sledování IO zaměřeného na hubnutí pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

Čas sledování internetového obsahu, který se týká hubnutí, v tomto modelu má signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,16, p < 0,001$). Hypotézu **přijímáme**.

H14: HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na cvičení souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

Pasivní zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení nemá signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,00, p = 0,898$). Hypotézu **nelze přijmout**.

H15: HS škály **pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na jídelníčky** souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

Pasivní zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky má v tomto modelu signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,22$, $p < 0,001$). Tuto hypotézu tedy **přijímáme**.

H16: HS škály **pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na hubnutí** souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).

Pasivní zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky má v tomto modelu signifikantní souvislost se závislou proměnnou ($\beta = 0,38$, $p < 0,001$). Tuto hypotézu **přijímáme**.

V tabulce 25 jsou pro přehlednost shrnuty hypotézy a stanoviska k jejich přijetí.

Tabulka 25: Hypotézy a stanoviska

NESPOKOJENOST S HMOTNOSTÍ		
H1:	Ženy v průměru skórují výše na škále nespokojenosti s hmotností (EDE-Q) než muži .	přijímáme
H2:	Nižší věk pozitivně koreluje se skórem na škále nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).	nelze přijmout
H3:	Doba sledování IO zaměřeného na cvičení pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).	nelze přijmout
H4:	Doba sledování IO zaměřeného na jídelníčky pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).	nelze přijmout
H5:	Doba sledování IO zaměřeného na hubnutí pozitivně koreluje se skórem škály nespokojenost s hmotností (EDE-Q).	přijímáme
H6:	HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na cvičení souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).	nelze přijmout
H7:	HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na jídelníčky souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).	přijímáme
H8:	HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na hubnutí souvisí s vyšším HS škály nespokojenosti s hmotností (EDE-Q).	přijímáme
ZNEPOKOJENÍ KVŮLI JEDENÍ		
H9:	Ženy v průměru skórují výše na škále znepokojení kvůli jedení (EDE-Q) než muži .	přijímáme
H10:	Nižší věk pozitivně koreluje se skórem na škále znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).	nelze přijmout
H11:	Doba sledování IO zaměřeného na cvičení pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).	nelze přijmout
H12:	Doba sledování IO zaměřeného na jídelníčky pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).	nelze přijmout
H13:	Doba sledování IO zaměřeného na hubnutí pozitivně koreluje se skórem škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).	přijímáme
H14:	HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na cvičení souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).	nelze přijmout
H15:	HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na jídelníčky souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).	přijímáme
H16:	HS škály pasivní zkušenosti s IO zaměřeným na hubnutí souvisí s vyšším HS škály znepokojení kvůli jedení (EDE-Q).	přijímáme

12 Diskuse

V této kapitole jsou prezentována hlavní zjištění empirické části práce a jsou diskutována s ohledem na předchozí realizované výzkumy. V dalších částech diskuse jsou popsány hlavní limity této práce. Na konci jsou uvedeny její přínosy a také to, jaká doporučení pro další výzkum z ní vycházejí. Pro lepší orientaci je diskuse rozdělena do tematických celků.

Cílem této práce bylo popsat zkušenosti české populace dospívajících a mladých dospělých s vybraným internetovým obsahem (zaměřeným na cvičení, jídelníčky a hubnutí) a přispět k prozkoumání vztahu online prostředí a narušení body image a nezdravých stravovacích návyků u české populace. Konkrétně jsme se zaměřili na souvislost sledování internetového obsahu o cvičení, jídelníčcích a hubnutí s nespokojeností s vlastní hmotností a znepokojením kvůli jedení.

Deskripce zkušenosti s vybraným internetovým obsahem

Naším souborem nejsledovanější byl obsah o cvičení, se kterým měly v posledních 30 dnech zkušenost přes tři čtvrtiny respondentů. Obsah týkající se jídelníčků sledovala necelá polovina a obsah o hubnutí přes dvě pětiny souboru. Obsah o cvičení byl nejpopulárnější i v rámci všech demografických kategorií.

Více žen než mužů mělo zkušenost s internetovým obsahem, nehladě na konkrétní typ obsahu a věkovou kategorii. Zde se nabízí interpretace založená na faktu, že ženská těla jsou v naší společnosti více objektivizovaná než těla mužská a na ženy je vytvářen větší tlak dostat společenským ideálům krásy (McKinley, 2011; Murnen, 2011), a proto se častěji a intenzivněji věnují internetovému obsahu, jehož účelem je právě přiblížení lidského těla ideálům krásy.

Při porovnávání zkušeností věkových kategorií nejsou výsledky tak jednoznačné. Zde není naše výsledky s čím srovnávat, protože jak zmiňují přehledy současné literatury, vliv věku na sledování vybraného internetového obsahu nebyl zatím zkoumán (Harriger et al., 2023). V našem souboru se jako konzistentní ukázalo pouze to, že počet respondentů, kteří mají zkušenost s obsahem o cvičení, se zvyšuje s věkem bez ohledu na pohlaví. S obsahem, který se týká jídelníčků, mají starší ženy také zkušenost častěji než ženy mladší. U mužů je to naopak, tam skupina pubescentního věku má zkušenost nejčastěji. Nejmladší skupina žen má nejčastěji zkušenost s obsahem o hubnutí a s rostoucím věkem se procento žen, které

mají tuto zkušenost, zmenšuje. U mužů a zkušenosti s obsahem o hubnutí žádný trend nelze pozorovat. Napříč typem obsahů se tedy neobjevuje žádná zákonitost, která by ukazovala na vliv věku.

Úhel pohledu, který v předchozích výzkumech nebyl zkoumán, se týká toho, zda jedinec, který sleduje jeden typ vybraného obsahu (cvičení, jídelníčky či hubnutí), spíše bude sledovat pouze tento typ, nebo jestli je běžnější, že bude sledovat i ostatní typy obsahu. V našem souboru se ukázalo, že necelá třetina respondentů sleduje pouze jeden typ obsahu, další necelá třetina sleduje dokonce všechny tři druhy obsahu a necelá čtvrtina sleduje dva druhy obsahu. Zbýlých 15 % respondentů nesleduje žádných z námi sledovaných obsahů. Tento častý jev, že uživatel sociálních sítí nesleduje pouze obsah o cvičení, jídelníčcích nebo hubnutí, ale většinou sleduje dva nebo více druhů obsahu, jsme potvrdili i provedením korelace mezi skóry pasivní zkušenosti s jednotlivými obsahy. Mezi zkušenostmi se všemi typy obsahu se ukázaly velmi silné korelace, takže i intenzita interakce s různými typy obsahu spolu souvisí.

Ukázalo se, že napříč všemi typy obsahů a věkovými kategoriemi, ženy sledují vybraný obsah průměrně denně delší dobu než muži. Jedinou výjimkou zde byli muži ve věku pubescence, kteří obsah o cvičení sledovali více než dospělé ženy.

U skupiny mužů platila klesající tendence, kdy starší věkové skupiny obsah (nehledě na to, zda byl o cvičení, jídelníčcích či hubnutí) sledovaly méně a méně času. U žen tato tendence neplatila, protože nejvíce času sledováním vybraného obsahu stráví ženy adolescentní, pak ženy ve věku pubescence a nejméně času pak ženy patřící do kategorie mladých dospělých.

Toto je hodnotná informace, protože dřívější výzkumy zkoumající vliv internetového obsahu na body image a vztah k jídlu většinou jako participanty měly pouze ženy studující vysokou školu, a je proto třeba zkoumat vliv pohlaví a věku (Harriger et al., 2023).

Další z aspektů, o které jsme se zajímali, bylo, jaké sociální sítě uživatelé preferují při sledování vybraného internetového obsahu. Tři nejoblíbenější sociální sítě našich respondentů byly YouTube, Instagram a TikTok. To souhlasí se závěry Kopeckého a kolegů, kteří uvádějí, že mezi českými dospívajícími je nejpoblíbenější sítí YouTube, který sleduje 93 % z nich, druhá nejoblíbenější síť je Instagram, který využívá 80 % českých adolescentů, a třetí síť je TikTok s 68 % (Kopecký et al., 2022).

To, že právě tyto sítě jsou nejpobulárnější pro sledování námi sledovaného obsahu, potvrzuje poznatky výzkumů, které ukazují, že sociální sítě zaměřené na vzhled (tzn. jejich hlavním obsahem jsou fotografie) mají oproti sociálním sítím zaměřeným primárně na textové příspěvky (např. X) negativnější vliv na body image a vztah k jídlu (Åberg et al., 2020; Couture Bue, 2020; Engeln et al., 2020; Griffiths et al., 2018; Karsay et al., 2021; Wilksch et al., 2020).

Zajímavým poznatkem je, že pro každý typ obsahu respondenti nejvíce preferovali jinou z uvedených sociálních sítí. Internetový obsah zaměřený na cvičení byl respondenty nejvíce sledován na YouTube. Tento fakt můžeme interpretovat tak, že se jedná o nejpobulárnější sociální síť mezi českými dospívajícími (Kopecký et al., 2022), a také se opět můžeme odkázat na existenci instruktážních videí určených k domácímu cvičení, které jsou dostupné převážně právě na YouTube. Internetový obsah zaměřený na jídelníčky byl respondenty nejvíce sledován na Instagramu a obsah o hubnutí zase na TikToku.

Na preferenci jednotlivých sociálních sítí jsme se podívali z pohledu demografických kategorií. Muži všech věkových kategorií preferovali sociální síť YouTube. Ženy ve věku pubescence preferovaly TikTok a ženy z obou starších kategorií pak volily raději Instagram.

Zde je možné se zamyslet nad tím, jak mezi sebou souvisejí údaje o tom, jakou zkušenost se sledováním vybraného obsahu mají demografické skupiny, jaké sociální sítě dané skupiny preferují a jaké sociální sítě byly respondenty nejvíce preferovány pro sledování určitého typu obsahu. Můžeme zde pozorovat jisté souvislosti, byť nemůžeme usuzovat na kauzalitu. Například dívky ve věku 11–15 let nejčastěji uváděly sociální síť TikTok. Ze všech demografických skupin právě ony mají procentuálně nejvyšší zkušenost s obsahem zaměřeným na hubnutí. A zároveň sociální síť TikTok byla ta nejčastěji preferovaná u obsahu zaměřeného na hubnutí. Můžeme si klást otázku, zda je to tak, že na sociální síti TikTok je více obsahu o hubnutí, a protože pubescentní dívky nejvíce preferují právě tuto sociální síť, mají pak více zkušeností s tímto obsahem v porovnání s jinými skupinami. Nebo zda se právě pubescentní dívky nejvíce zajímají o hubnutí, a proto tráví svůj čas na TikToku, protože se zde vyskytuje větší množství informací o hubnutí.

Podoba internetového obsahu zaměřeného na úpravu a zlepšení hmotnosti a tvaru těla se během let proměňuje. Znamé pro-ana a pro-mia komunity (zaměřené specificky na podporu poruch příjmu potravy) byly dříve hlavním typem obsahu o vzhledu a stravování, který se na internetu nacházel. Bylo tomu tak převážně na začátku milénia (Boero & Pascoe,

2012). A to i v českém prostředí, jak ukázal výzkum z roku 2016, ve kterém bylo zjištěno, že většina takových blogů již byla v té době neaktivních (Vaisová, 2016). Tento posun k jinému typu obsahu se potvrdil i v našem výzkumu, kde pouze něco málo přes tři procenta respondentů někdy byla či stále je součástí pro-ana nebo pro-mia komunity, přesto že mnohonásobně větší část respondentů se zajímá o online obsah o hubnutí. Přesun od blogů na sociální sítě demonstruje i fakt, že desetina respondentů má speciální profil na sociální síti, který používá pouze na tvoření nebo sledování obsahu zaměřeného na cvičení, jídelníčky či hubnutí. Pětina respondentů má přístup k nějakému exkluzivnímu obsahu o cvičení, jídle nebo hubnutí, ke kterému nemají přístup všichni uživatelé na internetu. Může se jednat o placený i neplacený obsah. Často jde o nějakou skupinu na sociální síti, kde uživatel musí žádat o povolení vstupu či ho musí nějaký člen skupiny pozvat.

Problematičnost sledování námi zkoumaného obsahu vystihuje poslední prezentovaný údaj, který spočívá v tom, že necelá pětina respondentů někdy dříve chtěla přestat sledovat vybraný internetový obsah, ale nedokázala to a ke sledování se vrátila.

V následujících odstavcích jsou diskutovány výsledky regresních modelů, pomocí kterých byla ověřována platnost stanovených hypotéz.

Pohlaví a věk

Čtyři z našich výzkumných hypotéz se týkaly vztahu pohlaví, věku a sledovaných proměnných, tedy nespokojenosti s hmotností a znepokojení kvůli jedení.

U obou proměnných se potvrdil náš předpoklad, že ženy jsou méně spokojené se svou hmotností a jsou více znepokojené kvůli jedení. Tato zjištění korespondují s literaturou, která uvádí, že ženy průměrně mají horší body image (Demarest & Allen, 2000; Tiggeman, 2004; Murnen, 2011) a také se u nich častěji vyskytují jídelní patologie (Keski-Rahkonen, 2021; Lewinsohn et al., 2002; van Eeden et al., 2021).

Co se týká věku, předpokládali jsme, že se stoupajícím věkem bude nespokojenost s hmotností i znepokojení kvůli jedení klesat. To se nepotvrdilo. U nespokojenosti s hmotností se jako signifikantní ukázal opačný trend. S přibývajícím věkem se nespokojenost s hmotností zvyšovala. To je v rozporu s výzkumy, které ukazují, že se body image s věkem mírně zlepšuje či zůstává stabilní (Grogan, 2016; Harris & Carr, 2001; Swami et al., 2010). Co se týká vztahu k jídlu, s přibývajícím věkem výzkumy pozorují klesající trend v jídelní patologii (Heatherton et al., 1997). To je v rozporu s našimi výsledky, kdy věk neměl žádnou

souvislost se znepokojením kvůli jedení. Náš nečekaný výsledek by možná mohl být způsoben tím, že skupina starších respondentů je v našem souboru zastoupena výrazně méně a možná, kdyby byla reprezentativnější, efekt věku by byl jiný.

Čas strávený sledováním vybraného internetového obsahu

Předchozí výzkumy říkají, že čas strávený na sociálních sítích obecně souvisí se zhoršenými aspekty body image (Mabe et al., 2014; Marengo et al., 2018) a vztahu k jídlu (Wilksch et al., 2020). Výsledky jiných výzkumů tato tvrzení nepotvrzují (Cohen et al., 2017; Maes & Vandebosch, 2022; Meier & Gray, 2014; Stein et al., 2021). Některé jiné výzkumy se pokusily zkoumat vliv času věnovaného sledování konkrétního obsahu na internetu. Například obsahu zaměřeného na jídlo (Dondzilo et al., 2023) nebo poruchy příjmu potravy (Rodgers et al., 2015). Těchto výzkumů je ale poměrně málo, přestože existuje předpoklad, že vliv sledování obsahu se liší dle jeho typu (de Valle et al., 2021).

Proto jsme se rozhodli vydat se touto cestou a proměnné týkající se času následovně specifikovat: čas strávený sledováním obsahu zaměřeného na cvičení, čas strávený sledováním obsahu zaměřeného na jídelníčky a čas strávený sledováním obsahu zaměřeného na hubnutí.

Naším předpokladem bylo, že všechny z těchto proměnných budou zvyšovat nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení.

To se potvrdilo pouze u času věnovaného sledování internetového obsahu zaměřeného na hubnutí. Ten pravděpodobně predikuje nespokojenost s hmotností i znepokojení kvůli jedení. Tento výsledek můžeme porovnat s výsledkem metaanalýzy studií, které se zaměřovaly na internetový obsah zaměřený přímo na poruchy příjmu potravy. Dalo by se říci na extrémnější formu obsahu zaměřeného na hubnutí. Tato metaanalýza ukázala, že sledování zvyšovalo nespokojenost se svým tělem (potvrzeno v pěti z devíti studií) a zvyšovalo pravděpodobnost, že jedinec bude držet různé diety (potvrzeno v šesti studiích) (Rodgers et al., 2015).

Čas sledování obsahu zaměřeného na jídelníčky nepredikuje nespokojenost s hmotností. Signifikantní souvislost se neprokázala ani u znepokojení kvůli jedení, ale zde lze pozorovat trend, který by potenciálně při větším a reprezentativnějším souboru signifikantní být mohl. Tento trend koresponduje s výsledky výzkumu (Dondzilo et al., 2023), které ukazují, že sledování obsahu zaměřeného na jídlo souvisí s jídelní patologií.

U času stráveného sledováním obsahu, který se týká cvičení, se neukázala žádná souvislost, ani se znepokojením kvůli jedení, ani s nespokojeností s hmotností.

Čas strávený sledováním obsahu o cvičení se liší od dvou výše uvedených časových proměnných. Tento vztah, nebo spíše absenci vztahu, si proto interpretujeme tak, že do sledování obsahu o cvičení patří například i instruktážní videa určená pro domácí cvičení. Proto i takový časový údaj jako dvě hodiny denně strávené sledováním obsahu o cvičení nemusí souviset s patologií, protože se může jednat například o půlhodinové video o protahování svalů a hodinu a půl dlouhé video, kde je předcvičována jóga. S tím souvisí i to, že obsahu o cvičení naši respondenti (napříč všemi demografickými kategoriemi) věnovali průměrně nejvíce času ze všech typů obsahu.

Intenzita interakce s internetovým obsahem

Abychom se neomezili pouze na údaj času stráveného sledováním obsahu, zkoumali jsme i intenzitu interakce s obsahem. Konkrétně našimi proměnnými byla pasivní zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, jídelníčky a na hubnutí. Pasivní zkušenost zahrnovala vyhledávání, sdílení obsahu apod.

Naším předpokladem bylo, že čím větší zkušenost jedinec má s vybraným internetovým obsahem, tím nespokojenější bude se svou hmotností a také bude více znepokojen kvůli jedení. Vycházeli jsme z premisy, že pokud samotný čas strávený sledováním nějakého obsahu na sociální síti má negativní vliv (což se ukázalo ve výzkumech uvedených výše, např. Dondzilo et al., 2023, Mabe et al., 2014, Marengo et al., 2018 nebo Wilksch et al., 2020), tak zjištění typů interakce s tímto obsahem nám dá ještě lepší pohled na vliv sociálních sítí na vztah k jídlu a body image. Tento předpoklad sdílejí i výzkumníci, kteří zdůrazňují nutnost zkoumat vliv různých aktivit na sociálních sítích, protože každý druh interakce s obsahem pravděpodobně má na jedince jiný vliv (de Valle et al., 2021),

Tento předpoklad se nám potvrdil u pasivní zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky, který pravděpodobně predikuje jak nespokojenost s hmotností, tak znepokojení kvůli jedení. Tato zjištění potvrzují výsledky předchozího výzkumu, ve kterém interagování (komentování, preposílání, komunikace o obsahu s jinými uživateli) s obsahem zaměřeným na jídlo souviselo s vyšší jídelní patologií i horším vztahem k jídlu (Dondzilo et al., 2023).

Souvislost s nespokojeností s hmotností a znepokojením kvůli jedení se ukázala i u pasivní zkušenosti s internetovým obsahem, který se týká hubnutí. Toto zjištění je podpořeno výzkumem, ve kterém byla zkoumána souvislost zkušenosti s obsahem, který se týkal hubnutí a symptomů poruch příjmu potravy, a ukázalo se, že diagnostická kritéria některé z poruch splňovala téměř polovina pravidelných konzumentů takového obsahu (Fitzsimmons-Craft et al., 2020).

U zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení se náš předpoklad nepotvrdil. Nepredikuje ani nespokojenost s hmotností, ani znepokojení kvůli jedení. Toto zjištění je v rozporu s většinou výzkumů, které toto téma zkoumaly (Fitzsimmons-Craft et al., 2020; Seekis et al., 2020). Existují ale i výzkumy, které vliv obsahu o cvičení nepotvrdily (Slater et al., 2017). Případně zjistily, že nemá vliv na body image a vztah k jídlu, ale má vliv například na častější sociální srovnávání se (Pryde & Prichard, 2022). Tento rozdíl mezi vlivem zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky a hubnutí oproti obsahu, který je zaměřený na cvičení, si interpretujeme podobně jako absenci vlivu času stráveného sledováním obsahu o cvičení. Obsah o cvičení nemusí být natolik rizikový jako obsah zaměřený na úpravu jídelníčku a na hubnutí, protože může zahrnovat právě třeba i instruktážní videa pro účely domácího cvičení.

Limity práce

Jako každý jiný i tento výzkum má jisté limitace, které mohly zkreslit získané výsledky. Prvním z nich je omezená reprezentativnost. Byť je počet respondentů (1201) poměrně vysoký, náš základní soubor (všichni lidé od 11 do 35 let v České republice) je velmi početný. Výběrový soubor tak tvoří pouze malou část základního souboru. Dalším aspektem limitujícím reprezentativnost je fakt, že se sběru dat účastnila školní zařízení pouze z devíti krajů České republiky, nikoliv ze všech. Byť jsme se o to pokusili, nepodařilo se mít rovnoměrně zastoupené různé druhy školních zařízení poskytujících středoškolské vzdělávání (gymnázia, střední odborné školy a střední odborná učiliště). Naším cílem také bylo mít mezi respondenty rovnoměrně zastoupené tři věkové skupiny (pubescenti, adolescenti, mladí dospělí). Toho se také nepodařilo dosáhnout a skupina mladých dospělých je menší než druhé dvě.

Faktor, který mohl ovlivnit část výsledků, je roční doba. Část sběru dat probíhala během ledna a února. Pár respondentů zmiňovalo, že na jejich stravování v poslední době měly vliv vánoční svátky, kdy jedí jinak než v průběhu roku.

Další faktor, který mohl ovlivnit výsledky, je samotné téma výzkumu. Stravování a vztah k tělu jsou potenciálně velmi citlivá témata, hlavně pro věkovou skupinu dospívajících. Zároveň jsou tato témata v naší společnosti stále do jisté míry stigmatizována. Je proto možné, že část respondentů neodpovídala upřímně.

Zmíněné námi zkoumané konstrukty, tedy body image a vztah k jídlu, jsou velmi široké a zahrnují více dílčích složek. Z tohoto důvodu jsme vybrali dva konkrétní aspekty, které byly v této práci zkoumány (nespokojenost s vlastní hmotností a znepokojení kvůli jedení). I tento výběr konkrétních aspektů mohl limitovat práci v tom, že výběr jiných proměnných by možná ukázal jiné výsledky a souvislosti.

Limitací výzkumu je rozhodně i výběr (respektive vytvoření) metody určené k měření zkušenosti s internetovým obsahem. I když bylo do tvorby dotazníku vloženo poměrně velké množství času a předcházela mu extenzivní rešerše, je skoro jisté, že nepojímá všechny možné aspekty konzumace internetového obsahu. Druhů obsahu zaměřeného na úpravu a zlepšení hmotnosti a tvaru těla je nepřehledné množství.

Přínosy práce a doporučení pro budoucí výzkum

Přínos práce vidíme v tom, že se jedná o (pokud je nám známo) první pokus o vytvoření metody na měření zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na úpravu a zlepšení hmotnosti a tvaru těla, která měří jak kvantitu (čas), tak kvalitu (typy interakce s obsahem, behaviorální následky sledování obsahu) zkušenosti s obsahem.

Dalším přínosem práce je, že rozšiřuje dosavadní poznatky o vztahu internetu, a hlavně sociálních sítí a vztazích k jídlu a vlastnímu tělu. A to i v oblastech, které byly předchozími výzkumníky označeny jako oblasti, které si zaslouží více pozornosti vědeckého zkoumání (porovnání pohlaví, vliv věku, vliv času stráveného sledováním konkrétního typu obsahu apod.).

Také se jedná o první výzkum, který se zabývá problematikou sledování vybraného internetového obsahu u české obecné populace, a ne pouze u některé z rizikových skupin (např. ženy trpící poruchou příjmu potravy).

Předkládané výsledky mají potenciál přispět k dalšímu zkvalitnění prevence subklinických a klinických potíží spojených se stravovacím chováním a vztahem k vlastnímu tělu u českých dětí a dospívajících. Zjištěné výsledky mohou být zdrojem informací i pro profesionály, kteří pracují s klienty trpícími poruchami příjmu potravy.

Součástí dotazníkové baterie byla i možnost respondentů vzkázat realizátorům cokoliv, co by si přáli říci. Z přijatých zpráv považujeme za důležité zmínit ty, které nám daly inspiraci pro další možnosti zkoumání tohoto tématu. Respondenti často zmiňovali, že je dotazník málo zaměřen na snahu zvýšit hmotnost, konkrétně především svalovou hmotu. Poměrně velké množství komentářů také bylo od žáků, studentů a dospělých mužů, kteří v nich obhajovali užívání anabolických steroidů a cvičení několikrát denně. Jako „důkazy“ uváděli hmotnosti, které dokážou zvednout na určitých strojích v posilovně, a pozitivně vykreslovali konkrétní tzv. „fitness influencery“. Tyto komentáře podtrhují potřebu výzkumně se věnovat bigorexii v české populaci, ať už ve spojení s internetovým obsahem, či nikoliv.

Proměnné týkající se obsahu o cvičení se v našem výzkumu neukázaly jako mající signifikantní vliv na body image a vztah k jídlu. V příštích výzkumech zaměřených na vliv internetového obsahu by bylo užitečné ověřit, zda je tomu opravdu tak, nebo se nám pouze nepodařilo dostatečně izolovat „patologizující“ zkušenost s obsahem o cvičení od zkušenosti neškodné.

Námi použitou proměnnou týkající se internetového obsahu byla konkrétně pasivní zkušenost neboli konzumování obsahu. Je možné, že aktivní zkušenost neboli vytváření takového obsahu bude mít jiné následky pro jedince. I tímto směrem by se budoucí výzkum mohl ubírat.

Také považujeme za vhodný směr dalšího výzkumu prozkoumání vlivu sledování internetového obsahu na jiné aspekty body image a vztahu k jídlu, než jsou ty, které byly zkoumány v této práci.

Mezi další výzkumné cíle může patřit i zkoumání toho, jaké mediátory v podobě osobnostních charakteristik či jiných proměnných ovlivňují vztah mezi konzumací internetového obsahu a dopady na body image a vztah k jídlu. Kromě mediátorů by bylo užitečné se v budoucím výzkumu zaměřit i na potenciální protektivní faktory. Mezi ně může patřit i, v teoretické části práce zmiňovaný, body positive obsah, u kterého jsou ovšem protektivní účinky sporné, a proto by bylo záhodné je ověřit u české populace.

13 Závěry

Tato práce se zabývala tím, jaké zkušenosti má česká dospívající a mladá dospělá populace s vybraným internetovým obsahem. Zaměřili jsme se na obsah, který se týká cvičení, jídelníčků a hubnutí.

- Nejsledovanější byl obsah o cvičení, se kterým mělo zkušenost přes tři čtvrtiny respondentů. Obsah týkající se jídelníčků sledovala necelá polovina a obsah o hubnutí přes dvě pětiny souboru.
- Obsah o cvičení byl nejpoblárnější v rámci všech demografických kategorií.
- Ženy sledovaly vybraný internetový obsah více než muži.
- Neobjevila se žádná zákonitost, která by naznačovala, že věk má vliv na sledování obsahu.
- Necelá třetina respondentů sledovala pouze jeden typ obsahu, další necelá třetina sledovala všechny tři druhy obsahu a necelá čtvrtina sledovala dva druhy obsahu. Zbylých 15 % respondentů nesledovalo žádný typ obsahu.
- Tři nejoblíbenější sociální sítě našich respondentů byly YouTube, Instagram a TikTok.
- Internetový obsah zaměřený na cvičení byl respondenty nejvíce sledován na YouTube, internetový obsah zaměřený na jídelníčky byl respondenty nejvíce sledován na Instagramu a obsah o hubnutí zase na TikToku.
- Muži všech věkových kategorií preferovali sociální síť YouTube. Ženy ve věku pubescence preferovaly TikTok a ženy z obou starších kategorií volily raději Instagram.
- Pouze něco málo přes tři procenta respondentů někdy byla či stále je součástí pro-ana nebo pro-mia komunity.
- Desetina respondentů má speciální profil na sociální síti, který používají pouze na tvoření nebo sledování obsahu zaměřeného na cvičení, jídelníčky či hubnutí.
- Pětina respondentů má přístup k nějakému exkluzivnímu obsahu o cvičení, jídle nebo hubnutí, ke kterému nemají přístup všichni uživatelé na internetu.
- 18 % respondentů někdy dříve chtěla přestat sledovat vybraný internetový obsah, ale nedokázala to a ke sledování se vrátila.

Druhým důležitým cílem práce bylo prozkoumat vztah mezi sledováním vybraného internetového obsahu (o cvičení, jídelníčcích či cvičení) a vztahem k jídlu a vlastnímu tělu. Konkrétně jsme zkoumali vliv na nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení.

Tento vztah jsme ověřovali prostřednictvím 16 hypotéz. Z nich osm jsme přijali a osm nebylo možné přijmout.

Pohlaví a věk

- Hypotézy týkající se pohlaví, kdy jsme předpokládali, že ženy jsou více nespokojené se svou hmotností a jsou více znepokojené kvůli jídlu, se potvrdily.
- Co se týká věku, předpokládali jsme, že se stoupajícím věkem bude nespokojenost s hmotností i znepokojení kvůli jedení klesat. Tyto hypotézy jsme nemohli přijmout. U nespokojenosti s hmotností se jako signifikantní ukázal opačný trend, kdy s přibývajícím věkem se nespokojenost s hmotností zvyšovala.

Čas strávený sledováním vybraného internetového obsahu

- Předpokládali jsme, že čas strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na vzhled a jídlo bude v pozitivním směru predikovat nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jídlu. Tento předpoklad se potvrdil pouze částečně.
- U času stráveného sledováním obsahu, který se týká cvičení, se neukázala žádná souvislost, ani se znepokojením kvůli jedení, ani s nespokojeností s hmotností.
- Čas sledování obsahu zaměřeného na jídelníčky nepredikuje nespokojenost s hmotností. Signifikantní vliv se neprokázal ani u znepokojení kvůli jedení, ale zde lze pozorovat trend, který by potenciálně při větším a reprezentativnějším souboru signifikantní být mohl.
- Čas věnovaný sledování internetového obsahu zaměřeného na hubnutí pravděpodobně predikuje nespokojenost s hmotností i znepokojení kvůli jedení.

Zkušenost s internetovým obsahem

- Předpokládali jsme, že pasivní zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na vzhled a jídlo bude v pozitivním směru predikovat nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jídlu. Tento předpoklad se opět potvrdil pouze částečně.
- Zkušenost s obsahem zaměřeným na cvičení nepredikuje ani nespokojenost s hmotností, ani znepokojení kvůli jedení.
- Zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky predikuje jak nespokojenost s hmotností, tak znepokojení kvůli jedení.
- Zkušeností s internetovým obsahem o hubnutí predikuje jak nespokojenost s hmotností, tak znepokojení kvůli jedení.

SOUHRN

Cílem této diplomové práce je popsat, jaké zkušenosti mají čeští dospívající a mladí dospělí s internetovým obsahem zaměřeným na úpravu a zlepšení hmotnosti a tvaru těla, a zjistit, jaká souvislost existuje mezi sledováním tohoto obsahu a body image a vztahem k jídlu. Práce je složena z teoretické a empirické části.

Teoretická část je rozdělena do pěti kapitol. V první kapitole jsou stručně popsána jednotlivá vývojová období věkových skupin, které jsou součástí empirické části této práce. Konkrétně se jedná o období pubescence, adolescence a mladé dospělosti. Důraz je kladen na vývojové změny, které v těchto obdobích probíhají v oblasti biologické, emoční, kognitivní, sociální a v oblasti vývoje identity.

Druhá kapitola představuje vybraný internetový obsah. Na začátku této kapitoly jsou popsána specifika sociálních sítí a také jsou stručně uvedeny ty nejpopulárnější sociální sítě. Dále jsou krátce popsány pro-ana (pro-anorexia) a pro-mia (pro-bulimia) internetové komunity, které jsou pomyslným předchůdcem námi sledovaného obsahu. Dále je věnován prostor rizikovému internetovému obsahu. Jmenovitě je popsán obsah typu thinspiration a fitspiration, který se objevuje na sociálních sítích. Zmíněn je i tzv. body positive obsah, který by teoreticky měl být protiváhou rizikového obsahu. Na závěr kapitoly jsou popsány výzkumy z českého prostředí, které se nějakým způsobem zabývaly námi sledovaným internetovým obsahem či pro-ana komunitami.

Třetí kapitola se zabývá konceptem body image. V první části kapitoly je konstrukt definován, a to z pohledu kognitivně-behaviorálního přístupu. Zmíněny jsou interpersonální, kulturní a mediální vlivy na body image, stejně jako rozdíly mezi pohlavími. Další tři podkapitoly jsou věnovány specifikům body image v jednotlivých vývojových obdobích. Na závěr jsou popsány následky negativního body image.

Čtvrtá kapitola zase představuje konstrukt vztahu k jídlu. Po definování vztahu k jídlu a popisu jeho negativních aspektů je věnována podkapitola krátkému popisu nejběžnějších poruch příjmu potravy. Následně jsou popsána specifika vztahu k jídlu v pubescenci, adolescenci a mladé dospělosti.

V poslední teoretické, páté kapitole se propojují předchozí tři kapitoly a jsou zde diskutovány výzkumy, které se pokoušely objasnit vliv sledování vybraného internetového obsahu na vztah k jídlu a vlastnímu tělu. Existuje jistý rozpor odborné literatury v tom, zda

samotný čas strávený na sociálních sítích má negativní vliv. Některé studie uvádí, že čas strávený na sociálních sítích obecně souvisí se zhoršenými aspekty body image (Mabe et al., 2014; Marengo et al., 2018) a vztahu k jídlu (Wilksch et al., 2020). Výsledky jiných výzkumů zase tyto poznatky nepotvrzují (Maes & Vandebosch, 2022; Meier & Gray, 2014; Stein et al., 2021). Proto jiné výzkumy cílily na zkoumání vlivu času věnovaného sledování konkrétního obsahu, například obsahu zaměřeného na jídlo (Dondzilo et al., 2023) nebo na poruchy příjmu potravy (Rodgers et al., 2015). Tyto výsledky se ukázaly jako jednoznačnější. Výzkumníci (de Valle et al., 2021) zdůrazňují nutnost zkoumat vliv různých aktivit na sociálních sítích, protože každý druh interakce s obsahem pravděpodobně má jiný vliv na jedince.

V prostředí České republiky zatím nebyl realizován výzkum, který by se týkal výše popsaného internetového obsahu a zároveň byl zaměřen na obecnou populaci, a netýkal se pouze některé z rizikových skupin (např. Drtilová, 2022; Drtilová et al., 2022; Šmahelová et al., 2019b).

V této práci jsme se zaměřili se na prozkoumání konzumace internetového obsahu obecnou českou dospívající a dospělou populací. Záměrem práce bylo zmapovat konzumaci třech typů internetového obsahu – obsahu zaměřeného na **cvičení** (cvičební plány, předcvičující videa určené pro domácí cvičení, příspěvky jiných uživatelů, kde ukazují, jak cvičí apod.), obsahu zaměřeného na **jídelníčky** (diety, rozpisy jídel, kalorické plány, specifické způsoby stravování) a obsahu zaměřeného na **hubnutí** (tipy, jak hubnout, „*před a po*“ fotografie jiného uživatele, thinspiration). Konzumaci těchto druhů obsahu jsme mapovali z hlediska **deskriptivního** a z hlediska **intenzity interakce** s obsahem.

Základní soubor tvoří všichni lidé ve věkovém rozmezí 11 až 35 let v České republice. Sběr dat probíhal paralelně ve věkové skupině 11–19 let v rámci 15 školních zařízení a ve věkové skupině 19–35 let v on-line prostředí. Výběrový soubor tvořilo 1201 osob. Další charakteristiky výběrového souboru jsou uvedeny v kapitole Základní a výběrový soubor.

Při popisu technického průběhu výzkumu byla věnována pozornost především tvorbě metody vlastní konstrukce, který byl použit pro zachycení proměnných týkajících se sledování internetového obsahu. **Dotazník užívání internetu** byl vytvořen na základě rešerše výzkumů týkajících se vybraného obsahu, a následně byl pilotně testován a upraven na základě kognitivních interview. Dále je popsán průběh sběru dat a etické aspekty výzkumu.

Pro sběr dat byla kromě dotazníku vlastní konstrukce využita i metoda **Eating Disorder Examination Questionnaire** neboli EDE-Q (Fairburn & Beglin, 1994). Z metody byly vybrány subškály *nespokojenost s hmotností* a *znepokojení kvůli jídlu*, a to z toho důvodu, že dřívější studie naznačují potřebu prozkoumání těchto proměnných. Při analýze dat byly použity programy Statistica verze 13 (TIBCO Software, 2018), programovací jazyk R (R Core Team, 2019) a Microsoft Excel 365.

Následně byly ověřeny psychometrické vlastnosti dotazníku vlastní konstrukce, které jsou detailněji popsány v podkapitole 11.1. Na základě exploratorních faktorových analýz jsme škály zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, jídelníčky i hubnutí rozdělili na subškály aktivní a pasivní zkušenosti. Aktivní zkušenost zahrnovala primárně tvorbu takového obsahu. Pasivní zkušenost pak např. sledování, vyhledávání a „lajkování“ takového obsahu. Pro naplnění našich výzkumných cílů jsme se rozhodli dále pracovat pouze se subškálami pasivní zkušenosti s obsahem.

Prvním stěžejním cílem této práce bylo popsat zkušenosti s internetovým obsahem. Toho jsme chtěli dosáhnout využitím **deskriptivních** údajů i informací o **intenzitě interakce** s obsahem. Do deskriptivních údajů patří mimo jiné **čas**, který jedinec průměrně stráví konzumací daného obsahu. **Intenzita interakce** s obsahem popisuje, jak často jedinec obsah vyhledává, komentuje, sdílí, cítí potřebu obsah sledovat apod.

Nejsledovanější byl obsah o cvičení, se kterým mělo zkušenost přes tři čtvrtiny respondentů. Obsah týkající se jídelníčků sledovala necelá polovina a obsah o hubnutí přes dvě pětiny souboru. Obsah o cvičení byl nejpopulárnější i v rámci všech demografických kategorií. Ženy sledovaly vybraný internetový obsah více než muži. Neobjevil se žádný trend, která by naznačil, že věk má vliv na sledování obsahu. Necelá třetina respondentů sledovala pouze jeden typ obsahu, další necelá třetina sledovala všechny tři druhy obsahu a necelá čtvrtina sledovala dva druhy obsahu. Zbylí respondenti nesledovali žádný typ obsahu. Tři nejoblíbenější sociální sítě respondentů byly YouTube, Instagram a TikTok. Konkrétně ženy ve věku pubescence preferovaly TikTok a ženy z obou starších kategorií Instagram. Muži všech věkových kategorií nejradyji užívali YouTube. Desetina respondentů měla speciální profil na sociální síti, který používali pouze na tvoření nebo sledování obsahu zaměřeného na cvičení, jídelníčky či hubnutí. Pětina respondentů měla přístup k nějakému exkluzivnímu obsahu o cvičení, jídle nebo hubnutí, ke kterému nemají přístup všichni uživatelé na internetu. Pouze něco málo přes tři procenta respondentů někdy byla či stále je

součástí pro-ana nebo pro-mia komunity. Necelá pětina respondentů někdy dříve chtěla přestat sledovat vybraný internetový obsah, ale nedokázala to a ke sledování se vrátila.

Druhým stěžejním cílem bylo zjistit, jak konzumace tohoto internetového obsahu souvisí se vztahem k jídlu a vnímáním vlastního tělesného obrazu. Ke splnění tohoto cíle jsme si stanovili 16 hypotéz.

Pro ověření platnosti stanovených hypotéz byla zvolena regresní analýza. Byly vytvořeny dva modely, ve kterých byly závislými proměnnými nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení. Jako nezávislé proměnné v těchto modelech figurovaly pohlaví, věk a všechny proměnné týkající se konzumace internetového obsahu. Na základě těchto modelů jsme osm hypotéz přijali a osm nebylo možné přijmout.

Hypotézy týkající se pohlaví, kdy jsme předpokládali, že ženy jsou více nespokojené se svou hmotností a jsou více znepokojené kvůli jídlu, se potvrdily. Co se týká věku, předpokládali jsme, že se stoupajícím věkem bude nespokojenost s hmotností i znepokojení kvůli jedení klesat. Tyto hypotézy jsme nemohli přijmout.

Předpokládali jsme, že čas strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na vzhled a jídlo bude v pozitivním směru predikovat nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jídlu. U času stráveného sledováním obsahu, který se týká cvičení, se neukázala žádná souvislost, ani se znepokojením kvůli jedení, ani s nespokojeností s hmotností. Čas strávený sledováním obsahu zaměřeného na jídelníčky nepredikuje nespokojenost s hmotností. Signifikantní vliv se neprokázal ani u znepokojení kvůli jedení, ale zde lze pozorovat trend, který by potenciálně při větším a reprezentativnějším souboru signifikantní být mohl. Časem věnovaným sledování internetového obsahu zaměřeného na hubnutí lze pravděpodobně predikovat nespokojenost s hmotností, i znepokojení kvůli jedení.

Předpokládali jsme, že zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na vzhled a jídlo bude v pozitivním směru predikovat nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jídlu. Tento předpoklad se opět potvrdil pouze částečně. Pomocí zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení nelze predikovat ani nespokojenost s hmotností, ani znepokojení kvůli jedení. Pomocí zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky lze predikovat jak nespokojenost s hmotností, tak znepokojení kvůli jedení. Souvislost s nespokojeností s hmotností a znepokojením kvůli jedení má i zkušenost s internetovým obsahem, který se týká hubnutí.

Na základě získaných výsledků lze shrnout, že poměrně významná část české pubescentní, adolescentní a mladé dospělé populace sleduje internetový obsah zaměřený na úpravu a zlepšení vzhledu a tvaru těla. Zkušenost s obsahem zaměřeným na cvičení a také čas strávený jeho sledováním nemají vliv na spokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení. Oproti tomu zkušenost s obsahem zaměřeným na hubnutí i čas strávený jeho sledováním má vliv na vybraný aspekt body image a vztahu k jídlu. U obsahu zaměřeného na jídelníčky má vliv intenzita zkušenosti s ním, ale ne čas strávený sledováním tohoto obsahu.

Při posuzování vlivu sledování vybraného obsahu tedy záleží, jaký typ obsahu jedinec sleduje, a ne vždy k posouzení postačí údaj o času stráveném sledování toho obsahu. Z našich výsledků ale vyplývá, že významná část české dospívající a mladé dospělé populace sleduje internetový obsah o vzhledu, pohybu a stravování. Výsledky také naznačují, že sledování takového obsahu souvisí se zhoršenou spokojeností s hmotností a větším znepokojení kvůli jedení. Věříme, že prezentované výsledky poskytují náhled na tuto problematiku a inspirují k dalšímu zkoumání těchto témat. Výsledky také mají potenciál přispět k dalšímu zkvalitnění prevence subklinických a klinických potíží spojených se stravovacím chováním a vztahem k vlastnímu tělu u českých dětí a dospívajících.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ LITERATURY

Åberg, E., Koivula, A., & Kukkonen, I. (2020). A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social networking sites. *Telematics and Informatics*, *46*, 101319. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101319>

Abraczinskas, M., Fisak Jr, B., & Barnes, R. D. (2012). The relation between parental influence, body image, and eating behaviors in a nonclinical female sample. *Body Image*, *9*(1), 93-100. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.10.005>

Afful, A. A., & Ricciardelli, R. (2015). Shaping the online fat acceptance movement: Talking about body image and beauty standards. *Journal of Gender Studies*, *24*(4), 453–472. <https://doi.org/10.1080/09589236.2015.1028523>

Ahadzadeh, A. S., Sharif, S. P., & Ong, F. S. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in human behavior*, *68*, 8-16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.011>

Alberga, A.S., Withnell, S.J., & von Ranson, K.M. (2018). Fitspiration and thinspiration: a comparison across three social networking sites. *Journal of Eating Disorders*, *6*. <https://doi.org/10.1186/s40337-018-0227-x>

Ålgars, M., Santtila, P., Varjonen, M., Witting, K., Johansson, A., Jern, P., & Sandnabba, N. K. (2009). The adult body: how age, gender, and body mass index are related to body image. *Journal of aging and health*, *21*(8), 1112-1132. <https://doi.org/10.1177/0898264309348023>

Allaz, A. F., Bernstein, M., Rouget, P., Archinard, M., & Morabia, A. (1998). Body weight preoccupation in middle-age and ageing women: A general population survey. *International Journal of Eating Disorders*, *23*(3), 287-294. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-108X\(199804\)23:3<287::AID-EAT6>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199804)23:3<287::AID-EAT6>3.0.CO;2-F)

American Psychiatric Association. (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (4th ed.). American Psychiatric Publishing, Inc..

American Psychological Association. (n.d.a). Adolescence. In *APA dictionary of psychology*. Získáno 2. února 2024 z <https://dictionary.apa.org/adolescence>

American Psychological Association. (n.d.b). Adulthood. In *APA dictionary of psychology*. Získáno 2. února 2024 z <https://dictionary.apa.org/adulthood>

Archibald, A. B., Graber, J. A., & Brooks-Gunn, J. (1999). Associations among parent-adolescent relationships, pubertal growth, dieting, and body image in young adolescent girls:

A short-term longitudinal study. *Journal of Research on Adolescence*, 9(4), 395-415. https://doi.org/10.1207/s15327795jra0904_2

Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>

Arnett, J. J. (2007). Emerging adulthood: What is it, and what is it good for? *Child Development Perspectives*, 1(2), 68–73. <https://doi.org/10.1111/j.1750-8606.2007.00016.x>

Ashikali, E.M., Dittmar, H., & Ayers, S. (2014). The effect of cosmetic surgery reality tv shows on adolescent girls' body image. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(3), 141–153. <https://doi.org/10.1037/ppm0000022>

Ata, R. N., Ludden, A. B., & Lally, M. M. (2007). The effects of gender and family, friend, and media influences on eating behaviors and body image during adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 36(8), 1024-1037. <https://doi.org/10.1007/s10964-006-9159-x>

Attie, I., & Brooks-Gunn, J. (1989). Development of eating problems in adolescent girls: A longitudinal study. *Developmental psychology*, 25(1), 70-79. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.25.1.70>

Bardone-Cone, A. M., & Cass, K. M. (2006). Investigating the impact of pro-anorexia websites: A pilot study. *European Eating Disorders Review: The Professional Journal of the Eating Disorders Association*, 14(4), 256-262. <https://doi.org/10.1002/erv.714>

Bardone-Cone, A. M., & Cass, K. M. (2007). What does viewing a pro-anorexia website do? An experimental examination of website exposure and moderating effects. *International Journal of Eating Disorders*, 40(6), 537-548. <https://doi.org/10.1002/eat.20396>

Barron, A. M., Krumrei-Mancuso, E. J., & Harriger, J. A. (2021). The effects of fitspiration and self-compassion instagram posts on body image and self-compassion in men and women. *Body Image*, 37, 14–27. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.003>

Bartholomew, K., & Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 226–244. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.2.226>

Bassett-Gunter, R., McEwan, D., & Kamarhie, A. (2017). Physical activity and body image among men and boys: A meta-analysis. *Body Image*, 22, 114-128. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.007>

- Bearman, S. K., Presnell, K., Martinez, E., & Stice, E. (2006). The skinny on body dissatisfaction: A longitudinal study of adolescent girls and boys. *Journal of youth and adolescence*, 35(2), 217-229. <https://doi.org/10.1007/s10964-005-9010-9>
- Becker, A. E., Burwell, R. A., Herzog, D. B., Hamburg, P., & Gilman, S. E. (2002). Eating behaviours and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls. *The British Journal of Psychiatry*, 180(6), 509-514. <https://doi.org/10.1192/bjp.180.6.509>
- Bell, B. T., Cassarly, J. A., & Dunbar, L. (2018). Selfie-objectification: Self-objectification and positive feedback (“likes”) are associated with frequency of posting sexually objectifying self-images on social media. *Body Image*, 26, 83–89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.005>
- Berg, K. C., Peterson, C. B., Frazier, P., & Crow, S. J. (2012). Psychometric evaluation of the Eating Disorder Examination and Eating Disorder Examination-Questionnaire: A systematic review of the literature. *International Journal of Eating Disorders*, 45(3), 428–438. <https://doi.org/10.1002/eat.20931>
- Betz, D. E., & Ramsey, L. R. (2017). Should women be “All About That Bass?”: Diverse body-ideal messages and women’s body image. *Body Image*, 22, 18–31. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.04.004>
- Boepple, L., Ata, R. N., Rum, R., & Thompson, J. K. (2016). Strong is the new skinny: A content analysis of fitspiration websites. *Body Image*, 17, 132–135. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.03.001>
- Boero, N., & Pascoe, C. J. (2012). Pro-anorexia communities and online interaction: Bringing the pro-ana body online. *Body & Society*, 18(2), 27-57. <https://doi.org/10.1177/1357034X12440827>
- Boothroyd, L. G., Tovée, M. J., & Evans, E. H. (2021). Can realistic dolls protect body satisfaction in young girls?. *Body Image*, 37, 172-180. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.02.004>
- Bowlby, J. (1979). The Bowlby-Ainsworth attachment theory. *Behavioral and Brain Sciences*, 2(4), 637-638. <https://doi.org/10.1017/S0140525X00064955>
- Brathwaite, K. N., & DeAndrea, D. C. (2022). BoPopriation: How self-promotion and corporate commodification can undermine the body positivity (BoPo) movement on Instagram. *Communication Monographs*, 89(1), 25-46. <https://doi.org/10.1080/03637751.2021.1925939>

- Brusch, A. M., & Gutierrez, P. M. (2009). The role of body image and disordered eating as risk factors for depression and suicidal ideation in adolescents. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, *39*(1), 58-71. <https://doi.org/10.1521/suli.2009.39.1.58>
- Brown, C. L., Skelton, J. A., Perrin, E. M., & Skinner, A. C. (2016). Behaviors and motivations for weight loss in children and adolescents. *Obesity*, *24*(2), 446-452. <https://doi.org/10.1002/oby.21370>
- Brown, C. S., Kola-Palmer, S., & Dhingra, K. (2015). Gender differences and correlates of extreme dieting behaviours in US adolescents. *Journal of health psychology*, *20*(5), 569-579. <https://doi.org/10.1177/1359105315573441>
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, *19*, 37-43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- Bucchianeri, M. M., & Neumark-Sztainer, D. (2014). Body dissatisfaction: An overlooked public health concern. *Journal of Public Mental Health*, *13*(2), 64-69. <https://doi.org/10.1108/JPMH-11-2013-0071>
- Bucchianeri, M. M., Arikian, A. J., Hannan, P. J., Eisenberg, M. E., & Neumark-Sztainer, D. (2013). Body dissatisfaction from adolescence to young adulthood: Findings from a 10-year longitudinal study. *Body Image*, *10*(1), 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.09.001>
- Buffer (n.d.). *Trending*. Získáno 22. 3. 2024 z <https://buffer.com/social-media-terms/trending>
- Bulik, C. M. (2002). Eating disorders in adolescents and young adults. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, *11*(2), 201-218. [https://doi.org/10.1016/S1056-4993\(01\)00004-9](https://doi.org/10.1016/S1056-4993(01)00004-9)
- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media:" A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image*, *23*, 114-125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001>
- Butkowski, C. P., Dixon, T. L., & Weeks, K. (2019). Body surveillance on Instagram: Examining the role of selfie feedback investment in young adult women's body image concerns. *Sex Roles*, *81*(5-6), 385-397. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0993-6>
- Caccavale, L. J., Farhat, T., & Iannotti, R. J. (2012). Social engagement in adolescence moderates the association between weight status and body image. *Body Image*, *9*(2), 221-226. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.01.001>

Calzo, J. P., Sonnevile, K. R., Haines, J., Blood, E. A., Field, A. E., & Austin, S. B. (2012). The development of associations among body mass index, body dissatisfaction, and weight and shape concern in adolescent boys and girls. *Journal of Adolescent Health, 51*(5), 517–523. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2012.02.021>

Canals, J., Sancho, C., & Arija, M. V. (2009). Influence of parent's eating attitudes on eating disorders in school adolescents. *European child & adolescent psychiatry, 18*(6), 353-359. <https://doi.org/10.1007/s00787-009-0737-9>

Carlson Jones, D. (2004). Body image among adolescent girls and boys: a longitudinal study. *Developmental psychology, 40*(5), 823-835. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.40.5.823>

Cash, T. F. (1995). Developmental teasing about physical appearance: Retrospective descriptions and relationships with body image. *Social Behavior and Personality: an international journal, 23*(2), 123-130. <https://doi.org/10.2224/sbp.1995.23.2.123>

Cash, T. F. (2011). Cognitive-Behavioral Perspectives on Body Image. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (39-47). The Guilford Press.

Cash, T. F., & Deagle III, E. A. (1997). The nature and extent of body-image disturbances in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A meta-analysis. *International Journal of Eating Disorders, 22*(2), 107-126. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-108X\(199709\)22:2<107::AID-EAT1>3.0.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199709)22:2<107::AID-EAT1>3.0.CO;2-J)

Ceci, L. (2023, 18. prosince). *Most-followed creators on TikTok worldwide as of December 2023*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1078315/most-followers-tiktok-global/>

Clark, H. R., Goyder, E., Bissell, P., Blank, L., & Peters, J. (2007). How do parents' child-feeding behaviours influence child weight? Implications for childhood obesity policy. *Journal of public health, 29*(2), 132-141. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdm012>

Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society, 21*(7), 1546–1564. <https://doi.org/10.1177/1461444819826530>

Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #Bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image, 29*, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>

Cohen, R., Newton-John T., & Slater, A. (2021). The case for body positivity on social media: perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*, 26, 2365–2373. <https://doi.org/10.1177/1359105320912450>

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between *Facebook* and *Instagram* appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183–187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2020). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*, 26(13), 2365–2373. <https://doi.org/10.1177/1359105320912450>

Commons, M. L., Richards, F. A., & Kuhn, D. (1982). Systematic and metacognitive reasoning: A case for levels of reasoning beyond Piaget's stage of formal operations. *Child Development*, 53(4), 1058–1069. <https://doi.org/10.2307/1129147>

Couture Bue, A. C. (2020). The looking glass selfie: Instagram use frequency predicts visual attention to high-anxiety body regions in young women. *Computers in Human Behavior*, 108, Article 106329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106329>

Crowther, J. H. & Williams, N. W. (2011). Body Image and Bulimia Nervosa. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (288-295). The Guilford Press.

Cwynar-Horta, J. (2016). The commodification of the body positive movement on Instagram. *Stream: Interdisciplinary Journal of Communication*, 8(2), 36-56. <https://doi.org/10.21810/strm.v8i2.203>

Český statistický úřad (2021, 23. listopadu). 7. Sociální síť. <https://www.czso.cz/documents/10180/142872020/06200421j07.pdf/58b176ff-bfbf-470d-97ca-a6b511d849b3?version=1.1>

Český statistický úřad. (2021, 22. březen). *Pohyb obyvatelstva – rok 2020*. <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/pohyb-obyvatelstva-rok-2020>

Davies, B., Turner, M., & Udell, J. (2020). Add a comment... how fitspiration and body positive captions attached to social media images influence the mood and body esteem of young female Instagram users. *Body Image*, 33, 101-105. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.009>

Davis, H. A., Kells, M. R., Roske, C., Holzman, S., & Wildes, J. E. (2023). A reflexive thematic analysis of # WhatIEatInADay on TikTok. *Eating Behaviors*, 50, 101759. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2023.101759>

de Valle, M. K., Gallego-Garcia, M., Williamson, P., & Wade, T. D. (2021). Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence. *Body Image*, *39*, 276-292. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.001>

Deighton-Smith, N., & Bell, B. T. (2018). Objectifying fitness: A content and thematic analysis of #fitspiration images on social media. *Psychology of Popular Media Culture*, *7*(4), 467–483. <https://doi.org/10.1037/ppm0000143>

Delinsky, S. S. (2011). Body Image and Anorexia Nervosa. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (279-287). The Guilford Press.

Demarest, J., & Allen, R. (2000). Body image: Gender, ethnic, and age differences. *The Journal of social psychology*, *140*(4), 465-472. <https://doi.org/10.1080/00224540009600485>

Denny, K. N., Loth, K., Eisenberg, M. E., & Neumark-Sztainer, D. (2013). Intuitive eating in young adults. Who is doing it, and how is it related to disordered eating behaviors? *Appetite*, *60*, 13–19. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.09.029>

Derenne, J. L., & Beresin, E. V. (2006). Body image, media, and eating disorders. *Academic psychiatry*, *30*(3), 257-261. <https://doi.org/10.1176/appi.ap.30.3.257>

Dignard, N. A. L., & Jarry, J. L. (2021). The “Little Red Riding Hood effect:” Fitspiration is just as bad as thinspiration for women’s body satisfaction. *Body Image*, *36*, 201–213. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.012>

Dixon, S. J. (2023, 30. srpna). *Instagram accounts with the most followers worldwide as of July 2023*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>

Dolejš, M., Považanová, B., Vavrysová, L., Kňážek, G., Banárová, K., & Suchá, J. (2022, říjen). Čeští a slovenští adolescenti v kyberprostoru – závěrečná zpráva. *XIX. ročník konference PPRCH (2022) - Perspektivy a milníky rozvoje národního systému školské prevence rizikového chování. Praha*. <https://www.pprch.cz/Minule-rocniky/XIX-rocnik-konference-PPRCH-2022>

Dondzilo, L., Rodgers, R. F., & Dietel, F. A. (2023). Association between engagement with appearance and eating related tiktok content and eating disorder symptoms via recommended content and appearance comparisons. *International Journal of Eating Disorders*, *57*(2), 458-462. <https://doi.org/10.1002/eat.24117>

Dostál, D., & Dominik, T. (2023). *Manuál pro psaní kvalifikačních prací na Katedře psychologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci*. Univerzita Palackého v Olomouci.

Drtilová, H. (2022). *Internet Use and Evaluation of Online Content: Perspective of Women with Eating Disorders Experience* [Disertační práce, Masarykova univerzita]. Informační systém Masarykovy univerzity https://is.muni.cz/th/cjj6d/Dissertation_Drtilova.pdf

Drtilová, H., Macháčková, H., & Šmahelová, M. (2022). Evaluation of Web-Based Health Information From the Perspective of Women With Eating Disorders: Thematic Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 24(6), e31148. <https://doi.org/10.2196/31148>

Eg, R., Tønnesen, Ö. D., & Tennfjord, M. K. (2023). A Scoping Review of Personalized User Experiences on Social Media: The Interplay between Algorithms and Human Factors. *Computers in Human Behavior Reports*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100253>

Engeln, R., Loach, R., Imundo, M. N., & Zola, A. (2020) Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women. *Body Image*, 34, 38 – 45, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.04.007>

Erikson, E. H. (1968). *Identity youth and crisis*. W. W. Norton.

Erikson, E. H. (2002). *Dětství a společnost*. Argo.

Faelens, L., Hoorelbeke, K., Cambier, R., van Put, J., Van de Putte, E., De Raedt, R., & Koster, E. H. (2021). The relationship between Instagram use and indicators of mental health: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100121., <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121>

Fairburn, C. G., & Beglin, S. J. (1994). Assessment of eating disorders: Interview or self-report questionnaire? *International Journal of Eating Disorders*, 16(4), 363–370. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(199412\)16:4<363::AID-EAT2260160405>3.0.CO;2-#](https://doi.org/10.1002/1098-108X(199412)16:4<363::AID-EAT2260160405>3.0.CO;2-#)

Fardouly, J., & Vartanian, L.R. (2016). Social media and body image concerns: current research and future directions. *Current Opinions in Psychology*, (9), 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>

Fardouly, J., Pinkus, R. T., & Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body image*, 20, 31-39. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.002>

Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>

Fatt, S. J., Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). #malefitspo: Links between viewing fitspiration posts, muscular-ideal internalisation, appearance comparisons, body satisfaction, and exercise motivation in men. *New Media & Society*, 21(6), 1311-1325. <https://doi.org/10.1177/1461444818821064>

Feingold, A., & Mazzella, R. (1998). Gender differences in body image are increasing. *Psychological Science*, 9(3), 190-195. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00036>

Feltman, C. E., & Szymanski, D. M. (2018). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles: A Journal of Research*, 78(5-6), 311–324. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0796-1>

Fialová, L. (2001). *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Karolinum.

Fialová, L. & Krch, F. D. (2012). *Pojetí vlastního těla: zdraví, zdatnost, vzhled*. Karolinum.

Field, A. E., Camargo, C. A., Taylor, C. B., Berkey, C. S., Roberts, S. B., & Colditz, G. A. (2001). Peer, parent, and media influences on the development of weight concerns and frequent dieting among preadolescent and adolescent girls and boys. *Pediatrics*, 107(1), 54-60. <https://doi.org/10.1542/peds.107.1.54>

Fioravanti, G., Tonioni, C., & Casale, S. (2021). # Fitspiration on Instagram: The effects of fitness-related images on women's self-perceived sexual attractiveness. *Scandinavian Journal of Psychology*, 62(5), 746-751. <https://doi.org/10.1111/sjop.12752>

Fisher, J. O., Sinton, M. M., & Birch, L. L. (2009). Early parental influence and risk for the emergence of disordered eating. In L. Smolak & J. K. Thompson (Eds.), *Body image, eating disorders, and obesity in youth: Assessment, prevention, and treatment* (17–33). American Psychological Association.

Fitzsimmons-Craft, E.E., Krauss, M.J., Costello, S.J., Floyd, G. M., Wilfrey, D. E., & Cavazos-Rehg, P. A. (2020). Adolescents and young adults engaged with pro-eating disorder social media: eating disorder and comorbid psychopathology, health care utilization, treatment barriers, and opinions on harnessing technology for treatment. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*. 25, 1681–1692. <https://doi.org/10.1007/s40519-019-00808-3>

- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Ghaznavi, J., & Taylor, L. D. (2015). Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, 14, 54–61. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.006>
- Gibson, K. S. (2021). *Thinspiration and Fatspiration on Body Dissatisfaction: The Roles of Social Comparisons and Anti-Fat Attitudes* [Nepublikovaná magisterská diplomová práce]. Texas State University, San Marcos, Texas.
- Ging, D., & Garvey, S. (2018). 'Written in these scars are the stories I can't explain': A content analysis of pro-ana and thinspiration image sharing on Instagram. *New Media & Society*, 20(3), 1181–1200. <https://doi.org/10.1177/1461444816687288>
- Griffiths, S., & Stefanovski, A. (2019). Thinspiration and fitspiration in everyday life: An experience sampling study. *Body Image*, 30, 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.07.002>
- Griffiths, S., Murray, S. B., Krug, I., & McLean, S. A. (2018). The Contribution of Social Media to Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms, and Anabolic Steroid Use Among Sexual Minority Men. *Cyberpsychology behavior and social networking*, 21(3), 149–156. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0375>
- Grogan, S. (2016). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Routledge.
- Hacová, T. (2018). *Záchvaty přejídání a jejich souvislost s impulzivitou a depresivitou* [Bakalářská diplomová práce, Univerzita Palackého]. Informační systém Univerzity Palackého. <https://library.upol.cz/arl-upol/cs/csg/?repo=upolrepo&key=55300016246>
- Harriger, J. A., Thompson, J. K., & Tiggemann, M. (2023). TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body image*, 44, 222–226. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.005>
- Harris, D. L., & Carr, A. T. (2001). Prevalence of concern about physical appearance in the general population. *British journal of plastic surgery*, 54(3), 223–226. <https://doi.org/10.1054/bjps.2001.3550>
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication*, 47(1), 40–67. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1997.tb02692.x>

- Hausenblas, H. A., Cook, B. J., & Chittester, N. I. (2008). Can exercise treat eating disorders?. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 36(1), 43-47. <https://doi.org/10.1097/jes.0b013e31815e4040>
- Heatherton, T. F., Mahamedi, F., Striipe, M., Field, A. E., & Keel, P. (1997). A 10-year longitudinal study of body weight, dieting, and eating disorder symptoms. *Journal of Abnormal Psychology*, 106(1), 117–125. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.106.1.117>
- Hendrickse, J., Clayton, R. B., Ray, E. C., Ridgway, J. L., & Secharan, R. (2021). Experimental effects of viewing thin and plus-size models in objectifying and empowering contexts on Instagram. *Health Communication*, 36(11), 1417–1425. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1761077>
- Herrick, S. S. C., Hallward, L., & Duncan, L. R. (2021). “This is just how I cope”: An inductive thematic analysis of eating disorder recovery content created and shared on TikTok using #EDrecovery. *International Journal of Eating Disorders*, 54(4), 516–526. <https://doi.org/10.1002/eat.23463>
- Hoffmann, S., & Warschburger, P. (2018). Patterns of body image concerns in adolescence and early adulthood: A latent profile analysis. *Eating Behaviors*, 29, 28–34. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2018.02.002>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image*, 17, 100-110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2017). “Strong beats skinny every time”: Disordered eating and compulsive exercise in women who post fitspiration on instagram. *International Journal of Eating Disorders*, 50(1), 76–79. <https://doi.org/10.1002/eat.22559>
- Hood, M. Y., Moore, L. L., Sundarajan-Ramamurti, A., Singer, M., Cupples, L. A., & Ellison, R. C. (2000). Parental eating attitudes and the development of obesity in children. The Framingham Children's Study. *International journal of obesity*, 24(10), 1319-1325. <https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0801396>
- Horn, J. L., & Cattell, R. B. (1967). Age differences in fluid and crystallized intelligence. *Acta Psychologica*, 26(2), 107–129. [https://doi.org/10.1016/0001-6918\(67\)90011-X](https://doi.org/10.1016/0001-6918(67)90011-X)
- Hrabosky, J. I. (2011). Body Image and Binge-Eating Disorder. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (296-304). The Guilford Press.

Hrabosky, J. I., Cash, T. F., Veale, D., Neziroglu, F., Soll, E. A., Garner, D. M., Strachan-Kinsler, M., Bakke, B., Clauss, L. J. & Phillips, K. A. (2009). Multidimensional body image comparisons among patients with eating disorders, body dysmorphic disorder, and clinical controls: a multisite study. *Body image*, 6(3), 155-163. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.03.001>

Hudáková, A. (2021). *Obsahová analýza diskusného fóra zameraného na poruchy príjmu potravy* [Magisterská diplomová práca, Masarykova univerzita]. Informační systém Masarykovy univerzity https://is.muni.cz/th/xowf2/Alexandra_Hudakova_-_DP.pdf

Hung, M. (2022). A content analysis on fitspiration and thinspiration posts on TikTok. *Cornell Undergraduate Research Journal*, 1(1), 55-62. <https://doi.org/10.37513/curj.v1i1.662>

Chancellor, S., Pater, J. A., Clear, T., Gilbert, E., & De Choudhury, M. (2016). #thyghgapp: Instagram content moderation and lexical variation in pro-eating disorder communities. *Proceedings of the 19th ACM conference on computer-supported cooperative work & social computing*, 1201-1213. <https://doi.org/10.1145/2818048.2819963>

Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., & Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body Image*, 29, 90–99. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.005>

Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Gouley, K. K., & Seixas, A. (2021). Adolescent peer influence on eating behaviors via social media: scoping review. *Journal of medical Internet research*, 23(6). <https://doi.org/10.2196/19697>

Iqbal, M. (2024, 22. února). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2024)*. Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>

Janošová, P. (2017). Adolescence. In M. Blatný (Ed.), *Psychologie celoživotního vývoje* (s. 99–116). Karolinum.

Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., & Paxton, S. J. (2020). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*, 36, 139–148. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.005>

Johnson, S. L., & Birch, L. L. (1994). Parents' and children's adiposity and eating style. *Pediatrics*, 94(5), 653-661. <https://doi.org/10.1542/peds.94.5.653>

Jones, D. C. (2011). Interpersonal and Familial Influences on the Development of Body Images. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (110-118). The Guilford Press.

Karsay, K., Trekels, J., Eggermont, S., & Vandebosch, L. (2021). "I (don't) respect my body": Investigating the role of mass media use and self-objectification on adolescents' positive body image in a cross-national study. *Mass Communication & Society*, 24(1), 57–84. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1827432>

Keery, H., Van den Berg, P., & Thompson, J. K. (2004). An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body image*, 1(3), 237-251. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.03.001>

Keski-Rahkonen, A. (2021). Epidemiology of binge eating disorder: Prevalence, course, comorbidity, and risk factors. *Current Opinion in Psychiatry*, 34(6), 525–531. <https://doi.org/10.1097/YCO.0000000000000750>

Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>

Kim, H. M. (2021). What do others' reactions to body posting on Instagram tell us? The effects of social media comments on viewers' body image perception. *New Media & Society*, 23(12), 3448-3465. <https://doi.org/10.1177/1461444820956368>

Knauss, C., Paxton, S. J., & Alsaker, F. D. (2007). Relationships amongst body dissatisfaction, internalisation of the media body ideal and perceived pressure from media in adolescent girls and boys. *Body Image*, 4(4), 353–360. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.06.007>

Kopecký, K., & Krejčí, V. (2023). *Sociální síť – Úvod do problematiky*. Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci.

Kopecký, K., Szotkowski, R., Kvintová, J., Křeménková, L., & Voráč, D. (2022). *Děti a kult krásy v online světě*. Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci.

Kral, T. V., Chittams, J., & Moore, R. H. (2017). Relationship between food insecurity, child weight status, and parent-reported child eating and snacking behaviors. *Journal for Specialists in Pediatric Nursing*, 22(2), e12177. <https://doi.org/10.1111/jspn.12177>

Lampard, A. M., MacLehose, R. F., Eisenberg, M. E., Neumark-Sztainer, D., & Davison, K. K. (2014). Weight-related teasing in the school environment: Associations with psychosocial

health and weight control practices among adolescent boys and girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(10), 1770–1780. <https://doi.org/10.1007/s10964-013-0086-3>

Langmeier, J., & Krejčířová, D. (2006). *Vývojová psychologie*. Grada publishing.

Lawler, M., & Nixon, E. (2011) Body Dissatisfaction Among Adolescent Boys and Girls: The Effects of Body Mass, Peer Appearance Culture and Internalization of Appearance Ideals. *Journal of Youth and Adolescence*, 40, 59–71. <https://doi.org/10.1007/s10964-009-9500-2>

Lazarou, C., Kalavana, T., & Matalas, A. L. (2008). The influence of parents' dietary beliefs and behaviours on children's dietary beliefs and behaviours. The CYKIDS study. *Appetite*, 51(3), 690-696. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2008.06.006>

Lennon, S. J., Rudd, N. A., Sloan, B., & Kim, J. S. (1999). Attitudes toward gender roles, self-esteem, and body image: Application of a model. *Clothing and Textiles Research Journal*, 17(4), 191-202. <https://doi.org/10.1177/0887302X9901700403>

Levine, M. P. & Chapman, K. (2011). Media Influences on Body Image. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (101-109). The Guilford Press.

Levine, M. P., Smolak, L., Moodey, A. F., Shuman, M. D., & Hessen, L. D. (1994). Normative developmental challenges and dieting and eating disturbances in middle school girls. *International Journal of Eating Disorders*, 15(1), 11-20. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(199401\)15:1<11::AID-EAT2260150103>3.0.CO;2-Q](https://doi.org/10.1002/1098-108X(199401)15:1<11::AID-EAT2260150103>3.0.CO;2-Q)

Lewinsohn, P. M., Seeley, J. R., Moerk, K. C., & Striegel-Moore, R. H. (2002). Gender differences in eating disorder symptoms in young adults. *International Journal of Eating Disorders*, 32(4), 426–440. <https://doi.org/10.1002/eat.10103>

López-Gil, J. F., Chen, S., Jiménez-López, E., Abellán-Huerta, J., Herrera-Gutiérrez, E., Royo, J. M. P., Mesas, A. E., & Tárraga-López, P. J. (2023). Are the Use and Addiction to Social Networks Associated with Disordered Eating Among Adolescents? Findings from the EHDLA Study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s11469-023-01081-3>

López-Guimerà, G., Levine, M. P., Sánchez-Carracedo, D., & Fauquet, J. (2010). Influence of mass media on body image and eating disordered attitudes and behaviors in females: A review of effects and processes. *Media Psychology*, 13(4), 387-416. <https://doi.org/10.1080/15213269.2010.525737>

Lowe-Calverley, E., & Grieve, R. (2021) Do the metrics matter? An experimental investigation of Instagram influencer effects on mood and body dissatisfaction. *Body Image*, 36, 1–4, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.003>

Lowes, J., & Tiggemann, M. (2003). Body dissatisfaction, dieting awareness and the impact of parental influence in young children. *British journal of health psychology*, 8(2), 135-147. <https://doi.org/10.1348/135910703321649123>

Mabe, A. G., Forney, K. J., & Keel, P. K. (2014). Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47(5), 516–523. <https://doi.org/10.1002/eat.22254>

Macek, P. (2003). *Adolescence*. Portal

Maes, C., & Vandebosch, L. (2022). Adolescent girls’ Instagram and TikTok use: Examining relations with body image-related constructs over time using random intercept cross-lagged panel models. *Body image*, 41, 453-459. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.04.015>

Machado, P. P. P., Martins, C., Vaz, A. R., Conceição, E., Bastos, A. P., & Gonçalves, S. (2014). Eating Disorder Examination Questionnaire: Psychometric properties and norms for the Portuguese population. *European Eating Disorders Review*, 22(6), 448–453. <https://doi.org/10.1002/erv.2318>

Manago, A. M., Monique Ward, L., Lemm, K. M., Reed, L., & Seabrook, R. (2015). Facebook involvement, objectified body consciousness, body shame, and sexual assertiveness in college women and men. *Sex Roles*, 72(1), 1–14. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0441-1>

Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., & Settanni, M. (2018). Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 82, 63–69. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.003>

Marchi, M., & Cohen, P. (1990). Early childhood eating behaviors and adolescent eating disorders. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 29(1), 112–117. <https://doi.org/10.1097/00004583-199001000-00017>

McCabe, M. P., & Ricciardelli, L. A. (2003). Sociocultural influences on body image and body changes among adolescent boys and girls. *The Journal of social psychology*, 143(1), 5-26. <https://doi.org/10.1080/00224540309598428>

McKinley, N. M. (2011). Feminist Perspectives on Body Image. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (48-55). The Guilford Press.

Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 17*(4), 199–206. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>

Mellor, D., Fuller-Tyszkiewicz, M., McCabe, M. P., & Ricciardelli, L. A. (2010). Body image and self-esteem across age and gender: A short-term longitudinal study. *Sex roles, 63*(9), 672-681. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9813-3>

Merhoutová, T. (2022). *Body image a vztah k jídlu u rodičů a jejich dcer* [Bakalářská diplomová práce, Univerzita Palackého]. Informační systém Univerzity Palackého. <https://stag.upol.cz/StagPortletsJSR168/CleanUrl?urlid=prohlizeni-prace-detail&praceIdno=282767>

Millová, K. (2017). Mladá dospělost. In M. Blatný (Ed.), *Psychologie celoživotního vývoje* (s. 117–140). Karolinum.

Mink, D. B., & Szymanski, D. M. (2022). TikTok use and body dissatisfaction: Examining direct, indirect, and moderated relations. *Body image, 43*, 205-216. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.006>

Mintem, G. C., Gigante, D. P., & Horta, B. L. (2015). Change in body weight and body image in young adults: a longitudinal study. *BMC public health, 15*(1), 1-7. <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1579-7>

Mond, J. M., & Calogero, R. M. (2009). Excessive exercise in eating disorder patients and in healthy women. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry, 43*(3), 227-234. <https://doi.org/10.1080/00048670802653323>

Mourová, Z. (2009). *Dospívající a (ne)bezpečné blogy: pro-ana komunity online* [Bakalářská diplomová práce, Masarykova univerzita]. Informační systém Masarykovy univerzity https://is.muni.cz/th/br95p/bakalarska_prace_mourova.pdf

Mroczek, D. K., & Kolarz, C. M. (1998). The effect of age on positive and negative affect: A developmental perspective on happiness. *Journal of Personality and Social Psychology, 75*(5), 1333–1349. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.75.5.1333>

Mulgrew, K. E., Schulz, K., Norton, O., & Tiggemann, M. (2020). The effect of thin and average-sized models on women's appearance and functionality satisfaction: Does pose matter? *Body Image, 32*, 128–135. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.12.004>

Munt, A. E., Partridge, S. R., & Allman-Farinelli, M. (2017). The barriers and enablers of healthy eating among young adults: A missing piece of the obesity puzzle: A scoping review. *Obesity reviews*, *18*(1), 1-17. <https://doi.org/10.1111/obr.12472>

Murnen, S. K. (2011). Gender and Body Images. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (173-179). The Guilford Press.

Murnen, S. K., & Smolak, L. (2009). Are feminist women protected from body image problems? A meta-analytic review of relevant research. *Sex Roles*, *60*(3), 186-197. <https://doi.org/10.1007/s11199-008-9523-2>

Nagata, J. M., Garber, A. K., Tabler, J. L., Murray, S. B., & Bibbins-Domingo, K. (2018). Prevalence and correlates of disordered eating behaviors among young adults with overweight or obesity. *Journal of General Internal Medicine*, *33*(8), 1337-1343. <https://doi.org/10.1007/s11606-018-4465-z>

Nanu, C., Taut, D., & Baban, A. (2013). Appearance esteem and weight esteem in adolescence. Are they different across age and gender? *Cognition, Brain, Behavior*, *17*(3), 189-200.

Nayir, T., Uskun, E., Yürekli, M. V., Devran, H., Çelik, A., & Okyay, R. A. (2016). Does body image affect quality of life?: A population based study. *PloS one*, *11*(9). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0163290>

Neumark-Sztainer, D., Paxton, S. J., Hannan, P. J., Haines, J., & Story, M. (2006). Does Body Satisfaction Matter? Five-year Longitudinal Associations between Body Satisfaction and Health Behaviors in Adolescent Females and males. *Journal of Adolescent Health*, *39*(2), 244–251. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2005.12.001>

Oliver, K. K., & Thelen, M. H. (1996). Children's perceptions of peer influence on eating concerns. *Behavior Therapy*, *27*(1), 25-39. [https://doi.org/10.1016/S0005-7894\(96\)80033-5](https://doi.org/10.1016/S0005-7894(96)80033-5)

Pan, W., Mu, Z., Zhao, Z., & Tang, Z. (2023). Female Users' TikTok Use and Body Image: Active Versus Passive Use and Social Comparison Processes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *26*(1), 3-10. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0169>

Papadaki, L. (2010). What is objectification?. *Journal of Moral Philosophy*, *7*(1), 16-36. <https://doi.org/10.1163/174046809X12544019606067>

Papežová, H. (2010). *Spektrum poruch příjmu potravy: interdisciplinární přístup*. Grada Publishing.

Pascual-Leone, J. (1987). Organismic processes for neo-Piagetian theories: A dialectical causal account of cognitive development. *International Journal of Psychology*, 22(5-6), 531-570. <https://doi.org/10.1080/00207598708246795>

Pater, J. A., Haimson, O. L., Andalibi, N., & Mynatt, E. D. (2016). "Hunger Hurts but Starving Works" Characterizing the Presentation of Eating Disorders Online. *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1185-1200. <http://doi.org/10.1145/2818048.2820030>

Patton, G. C., Selzer, R., Coffey, C. C. J. B., Carlin, J. B., & Wolfe, R. (1999). Onset of adolescent eating disorders: population based cohort study over 3 years. *Bmj*, 318, 765-768. <https://doi.org/10.1136/bmj.318.7186.765>

Paxton, S. J., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J., & Eisenberg, M. E. (2006). Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. *Journal of clinical child and adolescent psychology*, 35(4), 539-549. https://doi.org/10.1207/s15374424jccp3504_5

Paxton, S. J., Norris, M., Wertheim, E. H., Durkin, S. J., & Anderson, J. (2005) Body Dissatisfaction, Dating, and Importance of Thinness to Attractiveness in Adolescent Girls. *Sex Roles*, 53, 663–675. <https://doi.org/10.1007/s11199-005-7732-5>

Peterson, C. B., & Mitchell, J. E., (2005) Self-Report Measures. In J. E. Mitchell & C. B. Peterson (Ed.), *Assessment of eating disorders* (98-119). The Guilford Press.

Phares, V., Steinberg, A. R., & Thompson, J. K. (2004). Gender differences in peer and parental influences: Body image disturbance, self-worth, and psychological functioning in preadolescent children. *Journal of Youth and Adolescence*, 33(5), 421-429. <https://doi.org/10.1023/B:JOYO.0000037634.18749.20>

Piaget, J., & Inhelder, B. (2014). *Psychologie d'itête*. Portál.

Politte-Corn, M., & Fardouly, J. (2020). #nomakeupselfie: The impact of natural no-makeup images and positive appearance comments on young women's body image. *Body Image*, 34, 233-241. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.07.001>

Pryde, S., & Prichard, I. (2022). TikTok on the clock but the #fitspo don't stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women's body image concerns. *Body image*, 43, 244-252. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.004>

Puhl, R. M., & Luedicke, J. (2012). Weight-based victimization among adolescents in the school setting: Emotional reactions and coping behaviors. *Journal of youth and adolescence*, 41, 27-40. <https://doi.org/10.1007/s10964-011-9713-z>

- Quick, V., Eisenberg, M. E., Bucchianeri, M. M., & Neumark-Sztainer, D. (2013). Prospective predictors of body dissatisfaction in young adults: 10-year longitudinal findings. *Emerging Adulthood, 1*(4), 271–282. <https://doi.org/10.1177/2167696813485738>
- Quittkat, H. L., Hartmann, A. S., Düsing, R., Buhlmann, U., & Vocks, S. (2019). Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers in psychiatry, 10*. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2019.00864>
- R Core Team (2019). *R: A language and environment for statistical computing*. R Foundation for Statistical Computing. <https://www.R-project.org/>.
- Rees, A. (2019). *Beyond Beautiful: A Practical Guide to Being Happy, Confident, and You in a Looks-Obsessed World*. Ten Speed Press.
- Rideout, V. (2015, 3. listopadu). *The common sense census: Media use by tweens and teens*. Analysis & Policy Observatory website. Získáno 23. března 2024 z <https://apo.org.au/node/58360>
- Rittner, V., & Mrazek, J. (1986). Wunschobjekt Körper. *Psychologie heute, 13*(12), 62-68.
- Rodgers, R. F., Lowy, A. S., Halperin, D. M., & Franko, D. L. (2015). A meta-analysis examining the influence of pro-eating disorder websites on body image and eating pathology. *European Eating Disorders Review, 24*(1), 3-8. <https://doi.org/10.1002/erv.2390>
- Rodgers, R. F., Lowy, A. S., Kodama, E., & Bujold, H. (2021). #Beautyunedited: Is labeling unedited selfies helpful for body image and mood among young women?. *Body Image, 39*, 156-165. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.08.001>
- Rodgers, R., & Chabrol, H. (2009). Parental attitudes, body image disturbance and disordered eating amongst adolescents and young adults: A review. *European Eating Disorders Review: The Professional Journal of the Eating Disorders Association, 17*(2), 137-151. <https://doi.org/10.1002/erv.907>
- Rose, J. S., Vaewsorn, A., Rosselli-Navarra, F., Wilson, G. T., & Weissman, R. S. (2013). Test-retest reliability of the eating disorder examination-questionnaire (EDE-Q) in a college sample. *Journal of eating disorders, 1*, 1-10. <https://doi.org/10.1186/2050-2974-1-42>
- Rounds, E. G., & Stutts, L. A. (2021). The impact of fitspiration content on body satisfaction and negative mood: An experimental study. *Psychology of Popular Media, 10*(2), 267–274. <https://doi.org/10.1037/ppm0000288>

Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., Truby, H., & McCaffrey, T. A. (2019). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*, 77(1), 19-40. <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581>

Ruckel, L., & Hill, M. (2017). Look @ me 2.0: Self-sexualization in Facebook photographs, body surveillance and body image. *Sexuality & Culture: An Interdisciplinary Quarterly*, 21(1), 15–35. <https://doi.org/10.1007/s12119-016-9376-8>

Saiphoo, A. N., & Vahedi. Z. (2019) A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259–275, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>

Sands, R., Tricker, J., Sherman, C., Armatas, C., & Maschette, W. (1997). Disordered eating patterns, body image, self-esteem, and physical activity in preadolescent school children. *International Journal of Eating Disorders*, 21(2), 159-166. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-108X\(199703\)21:2<159::AID-EAT6>3.0.CO;2-K](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199703)21:2<159::AID-EAT6>3.0.CO;2-K)

Sanzari, C. M., Gorrell, S., Anderson, L. M., Reilly, E. E., Niemiec, M. A., Orloff, N. C., Anderson, D. A., & Hormes, J. M. (2023). The impact of social media use on body image and disordered eating behaviors: Content matters more than duration of exposure. *Eating behaviors*, 49, 101722. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2023.101722>

Saul, J., Rodgers, R. F., & Saul, M. (2022). Adolescent eating disorder risk and the social online world: An update. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics*, 31(1), 167-177. <https://doi.org/10.1016/j.chc.2021.09.004>

Saunders, J. F., & Eaton, A. A. (2018). Snaps, Selfies, and Shares: How Three Popular Social Media Platforms Contribute to the Sociocultural Model of Disordered Eating Among Young Women. *Cyberpsychology behavior and social networking*, 21(6), 343-354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0713>

Scaglioni, S., De Cosmi, V., Ciappolino, V., Parazzini, F., Brambilla, P., & Agostoni, C. (2018). Factors influencing children's eating behaviours. *Nutrients*, 10(6), 706. <https://doi.org/10.3390/nu10060706>

Seekis, V., Bradley, G. L., & Duffy, A. L. (2020). Appearance-related social networking sites and body image in young women: Testing an objectification-social comparison model. *Psychology of Women Quarterly*, 44(3), 377-392. <https://doi.org/10.1177/0361684320920826>.

Seltzer, V. C. (1982). *Adolescent social development: Dynamic functional interaction*. Lexington Books.

Shafran, R., Fairburn, C. G., Robinson, P., & Lask, B. (2004). Body checking and its avoidance in eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, 35(1), 93-101. <https://doi.org/10.1002/eat.10228>

Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482-490. <https://doi.org/10.1037/ppm0000182>

Schaie, K. W. (2005). *Developmental influences on adult intelligence: The Seattle longitudinal study*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195156737.001.0001>

Sidani, J. E., Shensa, A., Hoffman, B., Hanmer, J., & Primack, B. A. (2016). The association between social media use and eating concerns among US young adults. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(9), 1465-1472. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2016.03.021>

Simpson, C. C., & Mazzeo, S. E. (2017). Skinny is not enough: A content analysis of fitspiration on Pinterest. *Health Communication*, 32(5), 560-567. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1140273>

Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body Image*, 22, 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>

Smolak, L. (2011). Body Image Development in Children. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (67-75). The Guilford Press.

Smolak, L., & Stein, J. A. (2010). A longitudinal investigation of gender role and muscle building in adolescent boys. *Sex Roles: A Journal of Research*, 63(9-10), 738-746. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9819-x>

Snyder, R., & Hasbrouck, L. (1996). Feminist identity, gender traits, and symptoms of disturbed eating among college women. *Psychology of Women Quarterly*, 20(4), 593-598. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1996.tb00324.x>

Stein, J. P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta) Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of popular media*, 10(1), 87-97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268>

Steinglass, J. E., Sysko, R., Glasofer, D., Albano, A. M., Simpson, H. B., & Walsh, B. T. (2011). Rationale for the application of exposure and response prevention to the treatment of anorexia nervosa. *International Journal of Eating Disorders*, *44*(2), 134–141. <https://doi.org/10.1002/eat.20784>

Stevens, A., & Griffiths, S. (2020). Body Positivity (#BoPo) in everyday life: An ecological momentary assessment study showing potential benefits to individuals' body image and emotional wellbeing. *Body Image*, *35*, 181-191. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.09.003>

Stevens, C., & Tiggemann, M. (1998). Women's body figure preferences across the life span. *The Journal of Genetic Psychology*, *159*(1), 94-102. <https://doi.org/10.1080/00221329809596137>

Story, M., Neumark-Sztainer, D., & French, S. (2002). Individual and environmental influences on adolescent eating behaviors. *Journal of the American Dietetic association*, *102*(3), S40-S51. [https://doi.org/10.1016/S0002-8223\(02\)90421-9](https://doi.org/10.1016/S0002-8223(02)90421-9)

Streeter, V. M., Milhausen, R. R., & Buchholz, A. C. (2012). Body image, body mass index, and body composition: In young adults. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*, *73*(2), 78-83. <https://doi.org/10.3148/73.2.2012.78>

Sussman, S., Lisha, N., & Griffiths, M. (2011). Prevalence of the addictions: A problem of the majority or the minority? *Evaluation & the Health Professions*, *34*(1), 3–56. <https://doi.org/10.1177/0163278710380124>

Světová zdravotnická organizace. (2024). *MKN-11 pro statistiky úmrtnosti a nemocnosti*. <https://icd.who.int/browse/2024-01/mms/cs>

Swami, V., Frederick, D. A., Aavik, T., Alcalay, L., Allik, J., Anderson, D., Andrianto, S., Arora, A., Brännström, Å., Cunningham, J., Danel, D., Doroszewicz, K., Forbes, G. B., Furnham, A., Greven, C. U., Halberstadt, J., Shuang, H., Haubner, T., Hwang, C. S., ... Zivcic-Becirevic, I. (2010). The attractive female body weight and female body dissatisfaction in 26 countries across 10 world regions: Results of the International Body Project I. *Personality and social psychology bulletin*, *36*(3), 309-325. <https://doi.org/10.1177/0146167209359702>

Swarr, A. E., & Richards, M. H. (1996). Longitudinal effects of adolescent girls' pubertal development, perceptions of pubertal timing, and parental relations on eating problems. *Developmental psychology*, *32*(4), 636-646. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.32.4.636>

Šmahelová, M., Čeveliček, M., Nehybková, E., Šmahel, D., & Čermák, I. (2019a). Is it important to talk about technologies with eating disorder clients? The health-care

professional perspective. *Health Communication*, 34(1), 31–38. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1384354>

Šmahelová, M., Drtilová, H., Šmahel, D., & Čevelíček, M. (2019b). Internet usage by women with eating disorders during illness and recovery. *Health communication*, 35(5), 628–636. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1582135>

Talbot, C. V., Gavin, J., van Steen, T., & Morey, Y. (2017). A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *Journal of Eating Disorders*, 5, Article 40. <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0170-2>

Taranis, L., & Meyer, C. (2011). Associations between specific components of compulsive exercise and eating-disordered cognitions and behaviors among young women. *International Journal of Eating Disorders*, 44(5), 452–458. <https://doi.org/10.1002/eat.20838>

Thompson, J. K., & Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them? *Journal of Social Issues*, 55(2), 339–353. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00119>

Thompson, J. K., Van Den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. S., & Heinberg, L. J. (2004). The sociocultural attitudes towards appearance scale-3 (SATAQ-3): Development and validation. *International journal of eating disorders*, 35(3), 293–304. <https://doi.org/10.1002/eat.10257>

Thompson, S. C., Thomas, C., Rickabaugh, C. A., Tantamjarik, P., Otsuki, T., Pan, D., Garcia, B. F., & Sinar, E. (1998). Primary and secondary control over age-related changes in physical appearance. *Journal of Personality*, 66, 583–605. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.00025>

Thorová, K. (2015). *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Portál.

TIBCO Software Inc. (2018). *Statistica (data analysis software system), version 13*. <http://tibco.com>

Tiggemann, M. (2004). Body image across the adult life span: Stability and change. *Body image*, 1(1), 29–41. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00002-0](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00002-0)

Tiggemann, M. (2011). Sociocultural Perspectives on Human Appearance and Body Image. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (12–19). The Guilford Press.

Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020a). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of Influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. *Body image*, *35*, 237-244. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.001>

Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020b). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, *22*(12), 2183–2199. <https://doi.org/10.1177/1461444819888720>

Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). "You look great!": The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women's body image. *Body image*, *27*, 61-66. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.009>

Tiggemann, M., & Lynch, J. E. (2001). Body image across the life span in adult women: the role of self-objectification. *Developmental psychology*, *37*(2), 243-253. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.37.2.243>

Tiggemann, M., & Pickering, A. S. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders*, *20*(2), 199-203. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-108X\(199609\)20:2<199::AID-EAT11>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199609)20:2<199::AID-EAT11>3.0.CO;2-Z)

Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The internet and body image concerns in preteenage girls. *The Journal of Early Adolescence*, *34*(5), 606-620. <https://doi.org/10.1177/0272431613501083>

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, *15*, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>

Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *Body image*, *33*, 175-182. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.002>

Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, *26*, 90–97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>

Trekels, J., Ward, L. M., & Eggermont, S. (2018). I "like" the way you look: How appearance-focused and overall Facebook use contribute to adolescents' self-sex-ualization. *Computers in Human Behavior*, *81*, 198–208. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.020>

Usmiani, S., & Daniluk, J. (1997). Mothers and their adolescent daughters: Relationship between self-esteem, gender role identity, body image. *Journal of youth and adolescence*, 26(1), 45-62. <https://doi.org/10.1023/A:1024588112108>

Vágnerová, M. (2017). *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Karolinum.

Vaisová, T. (2016). *Mentální anorexie jako životní styl? Pro-ana blogy a jejich autorky v českém internetovém prostředí* [Bakalářská diplomová práce, Univerzita Karlova]. Digitální depozitář Univerzity Karlovy
https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/80705/BPTX_2014_2_11230_0_425207_0_166582.pdf

Van den Berg, P., Thompson, J. K., Obremski-Brandon, K., & Covert, M. (2002). The tripartite influence model of body image and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation testing the mediational role of appearance comparison. *Journal of psychosomatic research*, 53(5), 1007-1020. [https://doi.org/10.1016/S0022-3999\(02\)00499-3](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(02)00499-3)

van Eeden, A. E., van Hoeken, D., & Hoek, H. W. (2021). Incidence, prevalence and mortality of anorexia nervosa and bulimia nervosa. *Current Opinion in Psychiatry*, 34(6), 515–524. <https://doi.org/10.1097/YCO.0000000000000739>

Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, Article 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>

Vander Wal, J. S., & Thelen, M. H. (2000). Predictors of body image dissatisfaction in elementary-age school girls. *Eating Behaviors*, 1(2), 105-122. [https://doi.org/10.1016/S1471-0153\(00\)00011-8](https://doi.org/10.1016/S1471-0153(00)00011-8)

Veale, D. (2004). Advances in a cognitive behavioural model of body dysmorphic disorder. *Body Image*, 1(1), 113–125. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00009-3](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00009-3)

Vendemia, M. A., & DeAndrea, D. C. (2021) The effects of engaging in digital photo modifications and receiving favorable comments on women's selfies shared on social media. *Body Image*, 37, 74 – 83. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.011>

Videon, T. M., & Manning, C. K. (2003). Influences on adolescent eating patterns: The importance of family meals. *Journal of Adolescent Health*, 32(5), 365–373. [https://doi.org/10.1016/S1054-139X\(02\)00711-5](https://doi.org/10.1016/S1054-139X(02)00711-5)

Viguria, I., Alvarez-Mon, M. A., Llaverro-Valero, M., Del Barco, A. A., Ortuño, F., & Alvarez-Mon, M. (2020). Eating disorder awareness campaigns: thematic and quantitative

analysis using Twitter. *Journal of medical internet research*, 22(7), e17626. <https://doi.org/10.2196/17626>

Voelker, D. K., Reel, J. J., & Greenleaf, C. (2015). Weight status and body image perceptions in adolescents: current perspectives. *Adolescent health, medicine and therapeutics*, 6, 149-158. <https://doi.org/10.2147/AHMT.S68344>

Výrost, J. (2008). Postoje, jejich utváření a změna. In Výrost, J. & Slaměník, I. (Ed.) *Sociální psychologie: 2. přepracované a rozšířené vydání*. (127-147). Grada.

Wang, C. H., Sher, S. T. H., Salman, I., Janek, K., & Chung, C. F. (2022, červen). “TikTok Made Me Do It”: Teenagers’ Perception and Use of Food Content on TikTok. *Proceedings of the 21st annual ACM interaction design and children conference*, 458-463. <https://doi.org/10.1145/3501712.3535290>

Wang, Y., Wang, X., Yang, J., Zeng, P., & Lei, L. (2020). Body talk on social networking sites, body surveillance, and body shame among young adults: The roles of self-compassion and gender. *Sex Roles*, 82(11–12), 731–742. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01084-2>

Wängqvist, M., & Frisé, A. (2013). Swedish 18-year-olds' identity formation: Associations with feelings about appearance and internalization of body ideals. *Journal of Adolescence*, 36(3), 485-493. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.02.002>

We Are Social & Hootsuite. (2021a). *Digital 2021 Australia: All the data, trends, and insights you need to help you understand how people use the internet, mobile, social media, and ecommerce*. <https://wearesocial.com/au/digital-2021-australia>

We Are Social & Hootsuite. (2021b). *Digital 2021 global overview report: The latest insights into how people around the world use the internet, social media, mobile devices, and ecommerce*. <https://wearesocial.com/digital-2021>

Webb, J. B., Vinoski, E. R., Bonar, A. S., Davies, A. E., & Etzel, L. (2017). Fat is fashionable and fit: A comparative content analysis of Fatspiration and *Health at Every Size®* Instagram images. *Body Image*, 22, 53–64. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.05.003>

Wertheim, E. H., & Paxton, S. J. (2011). Body Image Development in Adolescent Girls. In T. F. Cash & L. Smolak (Ed.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention, second edition* (76-84). The Guilford Press.

Wertheim, E. H., Paxton, S. J., & Blaney, S. (2004). Risk Factors for the Development of Body Image Disturbances. In J. K. Thompson (Ed.), *Handbook of eating disorders and obesity* (463–494). John Wiley & Sons, Inc..

Wertheim, E. H., Paxton, S. J., & Blaney, S. (2009). Body image in girls. In L. Smolak & J. K. Thompson (Ed.), *Body image, eating disorders, and obesity in youth: Assessment, prevention, and treatment, second edition*. (47-66). American Psychological Association.

Wilcox, S. (1997). Age and gender in relation to body attitudes: Is there a double standard of aging?. *Psychology of Women Quarterly*, 21(4), 549-565. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00130.x>

Wilksch, S. M., O'Shea, A., Ho, P., Byrne, S., & Wade, T. D. (2020). The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents. *International Journal of Eating Disorders*, 53(1), 96–106. <https://doi.org/10.1002/eat.23198>

World Health Organization. (n.d.). *Adolescent health*. Získáno 2. února 2024 z <https://www.who.int/southeastasia/health-topics/adolescent-health>

SEZNAM ZKRATEK

APA = Americká psychologická asociace

BI = body image

BID = narušené body image

BMI = Body Mass Index

BoPo = body positive

CFA = konfirmatorní faktorová analýza

DBB = stravovací názory a návyky

DE = narušené způsoby stravování

DFT = touha být hubený/á

DUI = Dotazník užívání internetu (metoda vlastní konstrukce)

EDE-Q = Eating Disorder Examination Questionnaire

EFA = exploratorní faktorová analýza

MA = mentální anorexie

MB = mentální bulimie

MKN-11 = Mezinárodní klasifikace nemocí 11

PPP = poruchy příjmu potravy

SNS = sociální síť

VIF = variance inflation factor

WHO = Světová zdravotnická organizace

SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Obrázek 2: Schéma vlivů na body image podle kognitivně-behaviorálního pojetí

Graf 1: Sutinový graf škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

Graf 2: Sutinový graf škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

Graf 3: Sutinový graf škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

Graf 4: Sociální sítě preferované pro vyhledávání obsahu o cvičení

Graf 5: Sociální sítě preferované pro vyhledávání obsahu o jídelníčcích

Graf 6: Sociální sítě preferované pro vyhledávání obsahu o hubnutí

Graf 7: Prevalence odpovědí na vybrané položky

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Počet respondentů ve věkové kategorii pubescenti (11–15) dle typu školy

Tabulka 2: Počet respondentů ve věkové kategorii adolescenti (16–19) dle typu školy

Tabulka 3: Počet respondentů ve věkové kategorii mladí dospělí (20–35) dle dosaženého vzdělání

Tabulka 4: Příklady položek DUI

Tabulka 5: Cronbachova alfa a McDonaldova omega u subškál EDE-Q

Tabulka 6: Proměnné, metody použité k jejich měření, počty položek

Tabulka 7: Faktorové náboje a komunality z EFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

Tabulka 8: CFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

Tabulka 9: Cronbachova alfa a McDonaldova omega u škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

Tabulka 10: Faktorové náboje a komunality z EFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

Tabulka 11: CFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

Tabulka 12: Cronbachova alfa a McDonaldova omega u škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

Tabulka 13: Faktorové náboje a komunality z EFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

Tabulka 14: CFA škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

Tabulka 15: Cronbachova alfa a McDonaldova omega u škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

Tabulka 16: Procenta respondentů majících zkušenost s internetovým obsahem

Tabulka 17: Rozdělení respondentů do skupin dle počtu druhů obsahu, se kterým mají zkušenost

Tabulka 18: Popisné statistiky subškál zkušenosti s internetovým obsahem

Tabulka 19: Průměrný počet hodin strávený denně sledováním internetového obsahu

Tabulka 20: Korelace mezi subškálami DUI, časovými údaji a demografickými údaji

Tabulka 21: Četnosti preferovaných sociálních sítí danou demografickou skupinou

Tabulka 22: Popisné statistiky subškál nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení z metody EDE-Q

Tabulka 23: Koeficienty regresní analýzy se závislou proměnnou nespokojenost s hmotností

Tabulka 24: Koeficienty regresní analýzy se závislou proměnnou znepokojení kvůli jedení

Tabulka 25: Hypotézy a stanoviska

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Abstrakt diplomové práce

Příloha 2: Abstract of thesis

Příloha 3: Úvodní strana dotazníkové baterie (verze pro sběr ve školních zařízeních)

Příloha 4: Úvodní strana dotazníkové baterie (verze pro on-line sběr)

Příloha 5: Informovaný souhlas zákonného zástupce

Příloha 6: Popisné charakteristiky jednotlivých položek škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

Příloha 7: Popisné charakteristiky jednotlivých položek škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

Příloha 8: Popisné charakteristiky jednotlivých položek škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

Příloha 9: Korelační koeficienty regresorů

Příloha 10: Přehled statistik VIF u regresních modelů

Příloha 1: Abstrakt diplomové práce

ABSTRAKT DIPLOMOVÉ PRÁCE

Název práce: Body image, stravovací návyky a zkušenost s vybraným internetovým obsahem u české adolescentní a mladé dospělé populace

Autor práce: Bc. Tereza Merhoutová

Vedoucí práce: Mgr. Jaroslava Suchá, Ph.D.

Počet stran a znaků: 145 stran, 213 167 znaků

Počet příloh: 10

Počet titulů použité literatury: 274

Abstrakt (800–1200 zn.):

Cílem této práce je prozkoumat zkušenost české populace s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, jídelníčky a hubnutí a poté objasnit souvislost sledování tohoto obsahu s body image a vztahem k jídlu. Výběrový soubor byl tvořen 1201 respondenty ve věku 11–35 let. Použitými metodami byl Eating Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q; subškály nespokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení) a dotazník vlastní konstrukce, měřící zkušenost s internetovým obsahem (zaměřeným na cvičení, jídelníčky a hubnutí). Poměrně významná část české zkoumané populace sleduje vybraný internetový obsah (77,1 % obsah o cvičení, 45,4 % obsah o jídle, 41,9 % obsah o hubnutí). K ověření vztahu sledování obsahu a vztahu k jídlu a svému tělu byla použita regresní analýza. Intenzita zkušenosti s obsahem o cvičení, ani čas strávený jeho sledováním nemají vliv na spokojenost s hmotností a znepokojení kvůli jedení. Intenzita zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí i čas strávený jeho sledováním souvisí s vybranými aspekty body image a vztahu k jídlu. Intenzita zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky má vliv na BI a vztah k jídlu, ale čas strávený sledováním tohoto obsahu nikoliv.

Klíčová slova: internetový obsah, hubnutí, cvičení, jídelníčky, body image, vztah k jídlu

Příloha 2: Abstract of thesis

ABSTRACT OF THESIS

Title: Body image, eating habits, and experience with selected internet content in the Czech adolescent and young adult population

Author: Bc. Tereza Merhoutová

Supervisor: Mgr. Jaroslava Suchá, Ph.D.

Number of pages and characters: 145 pages, 213 167 characters

Number of appendices: 10

Number of references: 274

Abstract (800–1200 characters):

The aim of this thesis is to explore the Czech population's experience with Internet content about exercise, diet, and weight loss and afterward to clarify the relationship between viewing this content and body image and relationship with food. The sample consisted of 1201 respondents aged 11-35 years. The methods used were the Eating Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q; weight concern and eating concern subscales) and a questionnaire measuring experience with Internet content (exercise, diet, weight loss). A relatively significant proportion of the Czech study population consumes this Internet content (77.1% exercise content, 45.4% food content, 41.9% weight loss content). Regression analysis was used to examine the relationship between content watching and the relationship with food and body image. Neither the severity of consuming the content about exercise nor the time spent watching it influenced weight concern and eating concern. Both the severity of consuming weight loss content and the time spent watching the content influenced weight concern and eating concern. The severity of consuming food-oriented content influenced weight concern and eating concern, but the time spent watching this content did not.

Key words: internet content, weight loss, exercise, diets, body image, relationship with food

Příloha 3: Úvodní strana dotazníkové baterie (verze pro sběr ve školních zařízeních)

Vážená žákyně, vážený žáku,

obracíme se na tebe s žádostí o účast na výzkumném projektu. Výzkum je realizován pod záštitou Katedry psychologie na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci Bc. Terezou Merhoutovou, pod odborným vedením Mgr. Jaroslavy Suché Ph.D.

Cílem studie je rozšířit povědomí o tom, jak česká populace tráví čas na internetu se zaměřením na sledování informací o zdravém životním stylu, jídle, cvičení, hubnutí a poruchách příjmu potravy. Úloha účastníka výzkumu spočívá ve **vyplnění dotazníků v online formě (celková doba testování zabere 45 minut)**. **Sběr dotazníků probíhá po celé České republice**. Bližší informace je možné najít na stránkách

<https://persona.upol.cz/vyzkum01/>

Účast na výzkumu je dobrovolná a máš plné právo vyjádřit svůj nesouhlas s tímto výzkumem, nebo tím, že můžeš v průběhu výzkumu od vyplnění baterie odstoupit nebo na některé otázky neodpovíš. Z odstoupení od výzkumu nebo nesouhlasu s účastí ve výzkumu pro tebe neplynou žádné postihy ani důsledky.

V dotazníku sbíráme pouze **anonymní** odpovědi, tj. odevzdáním dotazníku již nebude možné spárovat dotazník s konkrétní osobou, protože se neptáme na žádné osobní/citlivé informace, které by bylo možné spárovat s konkrétní osobou.

Přístup k dotazníkům budou mít pouze realizátoři studie viz. kontakt níže. Informované souhlasy budou uzamčeny v železné skříni na pracovišti UP.

V případě otázek ohledně výzkumu či tvých práv můžeš rovněž kontaktovat realizátora výzkumu (na dotazy e-mailem dokáží odpovědět nejpozději do 3 dnů):

tereza.merhoutova01@upol.cz

Děkujeme za tvou spolupráci a zapojení se do studie!

Za výzkumný tým,

Bc. Tereza Merhoutová

tereza.merhoutova01@upol.cz

Příloha 4: Úvodní strana dotazníkové baterie (verze pro on-line sběr)

Vážená paní, vážený pane,

obracíme se na Vás s žádostí o účast ve výzkumném projektu, jehož cílem je rozšířit povědomí o tom, jak česká populace tráví čas na internetu se zaměřením na sledování informací o zdravém životním stylu, jídle, cvičení, hubnutí a poruchách příjmu potravy. Výzkum je realizován pod záštitou Katedry psychologie na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci Bc. Terezou Merhoutovou, pod odborným vedením Mgr. Jaroslavy Suché Ph.D. Bližší informace o výzkumu je možné najít na stránkách

<https://persona.upol.cz/vyzkum01/>

Výzkum je **anonymní**. Účast ve výzkumu je **dobrovolná** a máte plné právo vyjádřit svůj nesouhlas s tímto výzkumem, nebo tím, že můžete v průběhu výzkumu od vyplnění baterie odstoupit nebo na některé otázky neodpovíte.

Dotazník je určen pro osoby **od 18 do 35 let**.

Vyplnění dotazníku Vám zabere přibližně **20 minut**.

V případě jakýchkoliv dotazů se můžete obrátit na realizátora studie Terezu Merhoutovou (tereza.merhoutova01@upol.cz)

Děkujeme za Vaši spolupráci a zapojení se do studie!

Za výzkumný tým,

Bc. Tereza Merhoutová

tereza.merhoutova01@upol.cz

Příloha 5: Informovaný souhlas zákonného zástupce



Filozofická
fakulta
Univerzita Palackého
v Olomouci



KATEDRA
PSYCHOLOGIE
UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

INFORMOVANÝ SOUHLAS S ÚČASTÍ NA VÝZKUMU

Výzkum: Osobnostní charakteristiky a zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na nezdravé stravovací návyky a poruchy příjmu potravy u české adolescentní a mladé dospělé populace

Vážená paní, vážený pane,

obracíme se na Vás s žádostí o účast na výzkumném projektu s názvem **Osobnostní charakteristiky a zkušenost s internetovým obsahem zaměřeným na nezdravé stravovací návyky a poruchy příjmu potravy u české adolescentní a mladé dospělé populace**. Výzkum je realizován pod záštitou Katedry psychologie na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci a pod odborným vedením Mgr. Jaroslavy Suché, PhD.



Cílem studie je rozšířit povědomí o tom, jak česká populace tráví čas na internetu. Hlavně co se týče sledování informací o zdravém životním stylu, jídle, cvičení, hubnutí a poruchách příjmu potravy. Úloha účastníka výzkumu spočívá ve **vyplnění dotazníků v online formě (celková doba testování zabere 45 minut)**. **Sběr dotazníků probíhá po celé České republice**. Bližší informace je možné najít na stránkách <https://persona.upol.cz/vyzkum01/> nebo prostřednictvím uvedeného QR kódu:

Účast na výzkumu je **dobrovolná** a máte plné právo vyjádřit svůj nesouhlas s účastí Vaší dcery/Vašeho syna tím, že nepodepíšete tento dokument. V dotazníku sbíráme pouze anonymní odpovědi, tj. odevzdáním dotazníku již nebude možné spárovat dotazník s konkrétní osobou, protože se neptáme na žádné osobní citlivé informace, které by bylo možné spárovat s konkrétní osobou.

UP jako tzv. správce osobních údajů bude zpracovávat údaje pro účel evidence udělení Vašeho souhlasu s účastí na výzkumu, a to v následujícím rozsahu:

- **Vaše jméno, příjmení, podpis (osobní údaje uvedené v tomto souhlasu); do okamžiku ukončení sběru dat.**

UP vaše údaje (v podobě, v níž by mohlo dojít k Vaší identifikaci) nepředá jinému subjektu a bude s nimi nakládat v souladu s platnou legislativou. Přístup k Vaše mu souhlasu bude mít pouze realizátor studie viz. kontakt níže. Informované souhlasy budou uzamčeny v železné skříni na pracovišti UP.

V případě otázek ohledně výzkumu či Vašich práv můžete rovněž kontaktovat realizátora výzkumu (na dotazy e-mailem dokáží odpovědět nejpozději do 3 dnů):

Předem děkuji za Vaši vstřícnost a ochotu podpořit prevenci v oblasti sledování internetového obsahu, který se týká poruch příjmu potravy u dospívajících.

Bc. Tereza Merhoutová
E-mail: tereza.merhoutova01@upol.cz



Filozofická
fakulta
Univerzita Palackého
v Olomouci



KATEDRA
PSYCHOLOGIE
UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Prohlašuji, že souhlasím s účastí mé dcery/mého syna na výše uvedeném výzkumu. Řešitel výzkumu mne informoval o jeho obsahu. Souhlasím s tím, že všechny získané údaje budou použity jen pro účely výzkumu a že výsledky výzkumu mohou být anonymně publikovány či ústně prezentovány. Jsem informován/a o možnosti od spolupráce na výzkumu odstoupit (svůj souhlas odvolat) kdykoliv do začátku sběru dat, a to i bez udání důvodu. (Po začátku sběru dat již to není možné, protože nemůžeme dohledat, která data pochází od kterého žáka.)

Jméno a příjmení žáka/žákyně (čitelně)

.....

V případě, že žák není osobou plně svéprávnou (zpravidla nedovršil/a 18 let).

Jméno a příjmení zákonného zástupce (rodiče) (čitelně)

.....

Datum

.....

Podpis zákonného zástupce

.....



Pokud myslíte, že by se vašemu dítěti, vám nebo někomu z vašeho okolí hodila odborná pomoc nebo máte další dotazy k tématu poruch příjmu potravy, je možné se obrátit na některou z následujících organizací:

Anabell

Organizace specializující se na poruchy příjmu potravy a témata s nimi spojená.

Anonymní linka: **774 467 293**

Webové stránky: <http://www.anabell.cz>

Modrá Linka

Krizová intervence a internetové poradenství. Možnost spojit se přes kontakty uvedené na těchto stránkách: <https://www.modralinka.cz/>

Linka bezpečí

Krizová intervence a internetové poradenství.

Anonymní linka: **116 111**

Chat: chat.linkabezpeci.cz

Další informace: <https://www.linkabezpeci.cz>

Pražská linka důvěry

Krizová intervence a internetové poradenství. Možnost spojit se přes kontakty uvedené na těchto stránkách:

<https://www.csspraha.cz/prazska-linka-duvery>

Olomoucká linka důvěry

Krizová intervence a internetové poradenství. Možnost spojit se přes kontakty uvedené na těchto stránkách:

<https://iporadna.cz/krizova-linka/>

Poradna E-bezpečí

Organizace, která se zaměřuje na nebezpečí na internetu. Kontaktní formulář a chat:

<https://www.poradna.e-bezpeci.cz>

Poradna Bezpečný internet

Organizace, která se také specializuje na nebezpečí na internetu. Kontaktní formulář:

<https://www.bezpecnyinternet.cz>

V případě jakýchkoli dotazů se můžete obrátit na realizátora výzkumné studie

Bc. Tereza Merhoutová, tereza.merhoutova01@upol.cz

Příloha 6: Popisné charakteristiky jednotlivých položek škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na cvičení

Položka	Průměr	Sm. odch.	R	Šikmost	Chyba měření
1	0,15	0,36	0,18	1,95	0,01
2	0,06	0,24	0,22	3,64	0,01
3	0,39	0,64	0,65	1,39	0,02
4	0,57	0,75	0,61	0,90	0,02
5	0,06	0,30	0,33	5,46	0,01
6	0,04	0,23	0,28	6,90	0,01
7	0,24	0,56	0,64	2,26	0,02
8	0,60	0,75	0,55	0,80	0,03
9	0,38	0,68	0,33	1,50	0,02
10	0,66	0,79	0,55	0,68	0,03
11	0,15	0,46	0,39	3,10	0,02

Pozn.: N = 904; sloupec R obsahuje korelační koeficient položky a součtu zbývajících 10 položek

Příloha 7: Popisné charakteristiky jednotlivých položek škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na jídelníčky

Položka	Průměr	Sm. odch.	R	Šikmost	Chyba měření
1	0,14	0,35	0,24	2,06	0,02
2	0,06	0,24	0,25	3,63	0,01
3	0,35	0,64	0,68	1,63	0,03
4	0,48	0,70	0,59	1,13	0,03
5	0,06	0,30	0,39	5,28	0,01
6	0,04	0,24	0,30	6,60	0,01
7	0,26	0,58	0,71	2,15	0,03
8	0,44	0,68	0,45	1,25	0,03
9	0,42	0,72	0,43	1,41	0,03
10	0,29	0,63	0,58	1,99	0,03
11	0,33	0,68	0,58	1,76	0,03

Pozn.: N = 529; sloupec R obsahuje korelační koeficient položky a součtu zbývajících 10 položek

Příloha 8: Popisné charakteristiky jednotlivých položek škály zkušenosti s obsahem zaměřeným na hubnutí

Položka	Průměr	Sm. odch.	R	Šikmost	Chyba měření
1	0,10	0,30	0,21	2,68	0,01
2	0,05	0,22	0,19	4,05	0,01
3	0,37	0,65	0,78	1,50	0,03
4	0,48	0,74	0,64	1,17	0,03
5	0,06	0,30	0,37	5,35	0,01
6	0,04	0,23	0,23	6,76	0,01
7	0,32	0,65	0,76	1,82	0,03
8	0,52	0,76	0,58	1,06	0,03
9	0,59	0,81	0,59	0,88	0,04
10	0,48	0,74	0,74	1,16	0,03
11	0,41	0,74	0,63	1,46	0,03
12	0,68	0,47	0,08	-0,77	0,02
13	0,21	0,41	0,11	1,40	0,02
14	0,08	0,27	0,24	3,19	0,01

Pozn.: N = 482; sloupec R obsahuje korelační koeficient položky a součtu zbývajících 13 položek

Příloha 9: Korelační koeficienty regresorů

	věk	pohlaví	ČC	ČH	ČJ	DUI-C	DUI-J	DUI-H
DUI-H	-0,07	-0,29	0,17	0,38	0,29	0,58	0,66	1,00
DUI-J	0,00	-0,22	0,19	0,29	0,40	0,55	1,00	
DUI-C	-0,07	-0,24	0,31	0,20	0,22	1,00		
ČJ	-0,02	-0,11	0,45	0,56	1,00			
ČH	-0,05	-0,19	0,53	1,00				
ČC	-0,08	-0,05	1,00					
pohlaví	-0,18	1,00						
věk	1,00							

Pozn.: N = 1039; ČC = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na cvičení, ČH = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na hubnutí, ČJ = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na jídelníčky, DUI-C = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, DUI-J = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky, DUI-H = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí

Příloha 10: Přehled statistik VIF u regresních modelů

Regresor	Závislá proměnná	
	EDE-Q_W N = 1201	EDE-Q_E N = 1201
Pohlaví	1,16	1,16
Věk	1,06	1,06
ČC	1,37	1,34
ČJ	1,50	1,50
ČH	1,55	1,55
DUI-C	1,85	1,85
DUI-J	2,14	2,14
DUI-H	2,34	2,34

Pozn.: ČC = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na cvičení, ČH = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na hubnutí, ČJ = čas průměrně denně strávený sledováním internetového obsahu zaměřeného na jídelníčky, DUI-C = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na cvičení, DUI-J = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na jídelníčky, DUI-H = škála zkušenosti s internetovým obsahem zaměřeným na hubnutí