

**M A S A R Y K O V A  
U N I V E R Z I T A**

FAKULTA SOCIÁLNÍCH STUDIÍ

# **Vliv body positivity příspěvků (ne)obsahujících ženské tělo na sebe- objektifikaci**

Bakalářská práce

**NINA KRÍŽOVÁ**

Vedoucí práce: Mgr. Nikol Kvardová

Katedra psychologie  
Program Psychologie

Brno 2023



MUNI  
FSS

## Anotace

Tato práce se zabývá vlivem ženského těla v body positivity příspěvcích na stavovou sebe-objektifikaci, za jejíž zvyšování jsou body positivity příspěvky často kritizovány. Vzhledem k možným negativním důsledkům sebe-objektifikace (např. poruchy příjmu potravy (Fredrickson & Roberts, 1997), negativní body image (Tiggemann & Lynch, 2001) či prožívání tělesného studu a úzkosti (Calogero, 2012)) je žádoucí, aby byl vztah mezi sebe-objektifikací a body positivity příspěvky objasněn. V této práci byl zkoumán na ženách ve věku 18-29 let ( $M = 21,58$ ,  $SD = 2,35$ ), které byly rozděleny do dvou skupin. První skupina viděla body positivity příspěvky s ženským tělem a druhá skupina viděla stejné příspěvky bez fotky ženského těla. Ačkoliv jsem na základě předchozích studií předpokládala, že skupina, která viděla body positivity příspěvky s ženským tělem, bude mít vyšší stavovou sebe-objektifikaci, tato hypotéza nebyla daty podpořena. Vypadá to, že není rozdíl ve stavové sebe-objektifikaci po zhlédnutí body positivity příspěvků s ženským tělem a bez něj. Tu dle získaných dat může zvyšovat rysová sebe-objektifikace a negativní nálada, ačkoliv výsledky se liší v závislosti na použité měřicí škále stavové sebe-objektifikace. Postoj k body positivity příspěvkům nejspíše se stavovou sebe-objektifikací nespojuje, nicméně lze uvažovat o jeho moderačním vlivu na vztah mezi viděným příspěvkem a stavovou sebe-objektifikací. V práci je rovněž diskutováno použití Ten statements testu, které s sebou nese obtíže, s nimiž bude nutné se v budoucím výzkumu vypořádat.

## Abstract

The study deals with the influence of female body in body positivity posts to state self-objectification for which these contents are criticised. Self-objectification could have some negative consequences (e.g., eating disorders (Fredrickson & Roberts, 1997), negative body image (Tiggemann & Lynch, 2001) or experiencing body shame and anxiety (Calogero, 2012)). Due to these consequences, dealing with the relationship between self-objectification and body positivity posts is necessary. It was studied in women aged 18-29 ( $M = 21,58$ ,  $SD = 2,35$ ) who were divided into two categories in the current study. One-half of the respondents saw body positivity posts depicting the female body, and the rest saw identical posts not depicting the female body. Based on previous research, I hypothesised women who saw the posts with the female body would have higher self-objectification than the rest. Nonetheless, the data didn't support this hypothesis. It seems like there is no difference in self-objectification after seeing body positivity posts depicting or not the female body. Data also suggest trait self-objectification and negative mood influence state self-objectification, but the results are dependent on the used measuring scale. Probably, attitudes towards body positivity don't influence state self-objectification. However, we can think about the moderation role of attitudes in the relationship between seen posts and self-objectification. The Ten Statements Test is also discussed because of its problematic use.



## Poděkování

Největší díky patří mé vedoucí práce Mgr. Nikol Kvardové. Chtěla bych jí upřímně poděkovat za veškerý čas, který do mě a mé práce investovala, za všechny konzultace, komentáře, poznámky, trpělivost a zkrátka za skvělé vedení. Další velké poděkování patří mé spolužačce a kamarádce Káji za všechny rady a podporu, mému příteli Ondrovi za jeho nekončící psychickou podporu, pomoc s kódováním a kontrolu gramatiky, mým kamarádkám a spolužačkám Domči a Ádi za možnost vzájemného sdílení, rady a kognitivní pilotáž. Setře Rádi a kamarádce Luce za jejich účast v kognitivní pilotáži, kamarádce Milence za kontrolu gramatiky a Mgr. et Mgr. Petru Palíškovi za jeho rady k analýze. A v neposlední řadě mým rodičům, bez kterých bych tuto školu nemohla studovat a věnovat se jí.





## Obsah

<b>Seznam grafů</b>	<b>9</b>
<b>Seznam tabulek</b>	<b>13</b>
<b>Seznam obrázků</b>	<b>13</b>
<b>1 Úvod</b>	<b>10</b>
1.1 Body positivity obsahy .....	11
1.2 Sebe-objektifikace .....	17
1.3 Současná práce .....	23
<b>2 Metoda</b>	<b>28</b>
2.1 Účastníci .....	28
2.2 Procedura .....	29
2.3 Materiály .....	30
2.4 Analýza dat.....	37
<b>3 Výsledky</b>	<b>39</b>
3.1 Čištění dat.....	39
3.2 Popisné statistiky.....	39
3.3 Položková analýza měření postoje k body positivity příspěvkům.....	42
3.4 Ordinální regrese .....	44
3.5 Explorativní analýzy .....	46
<b>4 Diskuze</b>	<b>53</b>
4.1 Výsledky .....	54
4.2 Implikace pro výzkum, teorii a praxi .....	57
4.3 Limity práce a budoucí směřování.....	59
4.4 Závěr .....	62
<b>Použité zdroje</b>	<b>63</b>

<b>Příloha č. 1 – Checklist etických aspektů výzkumných závěrečných prací</b>	<b>71</b>
<b>Příloha č. 2 – Informovaný souhlas</b>	<b>73</b>
<b>Příloha č. 3 – Měření negativní nálady</b>	<b>74</b>
<b>Příloha č. 4 – Měření rysové sebe-objektifikace</b>	<b>75</b>
<b>Příloha č. 5 – Použité body positivity příspěvky</b>	<b>77</b>
<b>Příloha č. 6 – Měření stavové sebe-objektifikace</b>	<b>87</b>
<b>Příloha č. 7 – Měření postoje k body positivity</b>	<b>89</b>
<b>Příloha č. 8 – Debriefing</b>	<b>90</b>

## Seznam grafů

Graf 1. Průměrné hodnoty stavové sebe-objektifikace (Ten statements test) v jednotlivých experimentálních skupinách .....	41
Graf 2. Rozložení závislé proměnné měřené pomocí Ten statements testu.....	41
Graf 3. Průměrné hodnoty stavové sebe-objektifikace (OBCS) v jednotlivých experimentálních skupinách .....	47
Graf 4. Bodová matice k ověření předpokladu linearity.....	47
Graf 5. P-P graf standardizovaných regresních reziduí .....	48
Graf 6. Bodový graf standardizovaných reziduí a standardizovaných predikovaných hodnot.....	49
Graf 7. Experimentální podmínka, stavová sebe-objektifikace, a prediktory jako možné moderátory .....	52

## Seznam tabulek

Tabulka 1. Korelace prediktorů a závislých proměnných .....	42
Tabulka 2. Položková analýza měření postoje .....	43
Tabulka 3. Faktorové náboje a jedinečnost položek v měření postoje..	43
Tabulka 4. Regresní koeficienty.....	45
Tabulka 5. Koeficienty lineární regrese .....	50

## Seznam obrázků

Obrázek 1. Ukázka body positivity příspěvku.....	12
Obrázek 2. Ukázka body positivity příspěvku.....	12
Obrázek 3. Ukázka příspěvku s fotkou .....	31
Obrázek 4. Ukázka příspěvku bez fotky.....	31

# 1 Úvod

V současné společnosti je na fyzický vzhled kladen poměrně velký důraz. Všude dostupná média zobrazují nadměrně atraktivní těla a vzhledy, které navíc hodnotí, a tím přispívají k vytváření ideálů krásy. Ty mají obvykle podobu hubené a sexuálně atraktivní ženy (Vendemia et al., 2021). Problémem je, že málokdo těchto ideálů dosahuje. Tato nedosažitelnost ideálů vede k tomu, že 90 % žen by na svém vzhledu změnilo alespoň jeden aspekt (Calogero et al., 2007). A v důsledku této nespokojenosti s vlastním tělem se ženy například méně zapojují do aktivit, které jsou považovány za součást plnohodnotného života (Calogero et al., tamtéž). Mezi ně řadíme například vyjadřování vlastního názoru, setkávání se s přáteli, chození do práce nebo školy či návštěvy lékaře (Calogero et al., tamtéž). Nespokojenost s vlastním tělem také souvisí s držením diet a omezování se v jídle (Cash & Hicks, 1990), dále s chováním, které vede k poruchám příjmu potravy (Tylka, 2004), či s nízkým sebehodnocením (van den Berg et al., 2010).

Tyto ideály a jejich nedosažitelnost tedy vedou k různým omezením. Proto se některá nová média, mezi která řadíme i sociální sítě, snaží na koncept nedosažitelných ideálů krásy reagovat. Touto reakcí na sociálních sítích jsou body positivity obsahy. Body positivity příspěvky jsou obsahy, které se snaží tlumit vliv nedosažitelných ideálů krásy a podporují oceňování všech těl (Cohen, Fardouly et al., 2019). Například zdůrazňují, že každé tělo je krásné, poukazují na důležitost „vnitřní krásy“ (vlastnosti, chování apod.), či zdůrazňují potřebu péče o každé tělo, bez ohledu na jeho váhu či výšku (Cohen, Irwin et al., 2019).

Tyto účty jsou však kritizovány za zvyšování sebe-objektifikace (Cohen, Fardouly et al., 2019). Sebe-objektifikaci chápeme jako zvnitřnění pohledu na sebe samu jako na objekt, který má být hodnocen (Fredrickson & Roberts, 1997). Tento pohled na ženy jako na objekty, které mají být hodnoceny, nám ukazují média, protože vzhled a atraktivitu zdůrazňují, což vede k tomu, že si tento pohled zvnitřňujeme a díváme se tak na sebe (Fredrickson & Roberts, 1997). Sebe-objektifikace pak může vést k prožívání tělesného studu, úzkosti, zhoršené pozornosti při mentálních a fyzických úlohách či k horší citlivosti k tělesným stavům (např. hlad, emoce; Calogero, 2012). Body positivity příspěvky jsou za zvyšování sebe-objektifikace kritizovány, protože po jejich zhlédnutí

mají ženy vyšší sebe-objektifikaci než po zhlédnutí neutrálních podnětů (Cohen, Fardouly et al., tamtéž).

K sebe-objektifikaci dochází při zvnitřnění objektifikace, tedy pohledu na sebe samu jako na objekt (Fredrickson & Roberts, 1997). Takovýmto pohledem, na člověka jako na tělo bez ohledu na jeho osobnost, je častěji pohlíženo na ženy (Fredrickson & Roberts, tamtéž). K tomu může docházet proto, že média často ženy prezentují tím způsobem, že jejich tělo je dokonale reprezentuje a z jejich vzhledu se dozvíme všechno potřebné o dané ženě (např. i o její osobnosti, vlastnostech apod.; Fredrickson & Roberts, tamtéž). Na základě těchto poznatků jsem se rozhodla body positivity účty dělit podle toho, zda obsahují ženské tělo, nebo ne. Cílem práce je tedy zjistit, jaký vliv mají tyto dva typy body positivity obsahů na stavovou sebe-objektifikaci. Považuji za přínosné tento nedostatek body positivity obsahů zkoumat, protože dokud budou body positivity obsahy zvyšovat sebe-objektifikaci, tak dle mého názoru nemohou dosáhnout svých cílů, a sice aby jejich sledující přijímali své tělo a byli s ním spokojeni. Je to z toho důvodu, že sebe-objektifikace souvisí s negativním body imagem (Tiggemann & Lynch, 2001). Body image chápeme jako mentální obraz o vlastním těle jako celku. Tento pojem zahrnuje jak fyzické charakteristiky, tak postoj k nim (American Psychological Association [APA], n.d.).

Navíc souvislost mezi body positivity obsahy a sebe-objektifikací není stále zcela prozkoumána (Cohen et al., 2021). A objasněním, zda existují i takové body positivity účty, které sebe-objektifikaci příliš nezvyšují, by mohlo pomoci plnit původní záměr body positivity obsahů. Kromě toho bychom tyto poznatky mohli využít i v praxi, například v prevenci negativního body image prostřednictvím upozorňování na to, kterým body positivity obsahům se raději na sociálních sítích vyhnout a kterým ne.

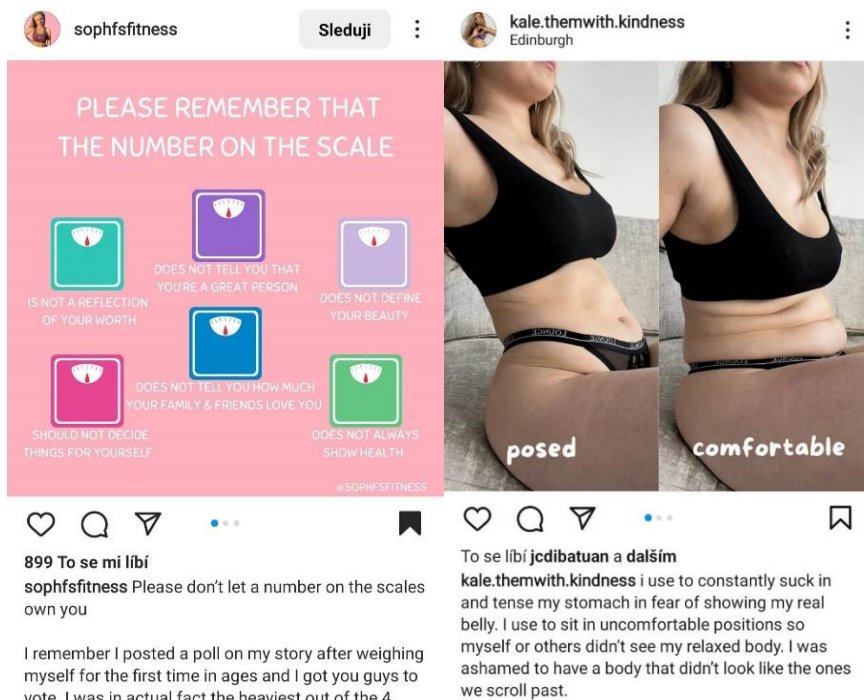
## 1.1 Body positivity obsahy

V posledních letech se na různých sociálních sítích setkáváme s tzv. body positivity obsahy. Tímto pojmem označujeme takové typy příspěvků, které se snaží tlumit význam a vliv standardních ideálů krásy, které jsou příliš atraktivní a nedosažitelné, a podporují oceňování všech těl (bez ohledu na tvar, velikost a vzhled celkově; Cohen, Fardouly et al., 2019). Kromě toho je jejich cílem přijetí všech těl (tzv. body appreciation;

Cohen, Fardouly et al., tamtéž). Tímto pojmem dle Cohenové, Fardoulyové et al. (tamtéž) myslíme vyzdvihování funkčnosti a zdraví nad vzhledem a jeho hodnocením. Smyslem body positivity obsahů však není dosáhnout bezmezného milování se a publikování takových příspěvků, které ukazují, že neexistuje den, kdy by se influencer nemiloval (Rodgers et al., 2022). Naopak tvůrci body positivity obsahů přiznávají i dny, kdy jejich body image není pozitivní, ale i přes to o své tělo pečují a váží si ho (Rodgers et al., tamtéž). Navíc respektování toho, že někdy je tělesné sebehodnocení horší než obvykle, je součástí pozitivního body image (Wood-Barcalow et al., 2010). S pojmem „pozitivní body image“ (Rodgers et al., tamtéž) bývá body positivity nesprávně zaměňována (Rodgers et al., tamtéž). Zatímco body positivity obsahy jsou příspěvky na sociálních sítích (Rodgers et al., tamtéž), pozitivní body image je zastřešující pojem pro milování a respektování vlastního těla danou osobou (Wood-Barcalow et al., tamtéž).

**Obrázek 1. Ukázka body positivity příspěvku (zdroj: Sophie Online Coach, 2022)**

**Obrázek 2. Ukázka body positivity příspěvku (zdroj: Danielle Self Love Fitness Coach, 2023)**



S těmito obsahy se často setkáváme na sociální síti Instagram, kde je v aktuální chvíli 11 milionů body positivity příspěvků (označených

hashtagem *#bodypositivity* v lednu 2023), zatímco například na sociální síti Facebook je to pouze 1,9 milionů body positivity příspěvků (označených také hashtagem *#bodypositivity* v lednu 2023). Zároveň Instagram podle informací společnosti Socialpark (2022) otevře každý den 39 % jeho uživatelů, což je nejvyšší procento ve srovnání s dalšími sociálními sítěmi – Facebook, TikTok, Snapchat, Twitter či YouTube. A většinu body positivity obsahů lidé vidí právě na Instagramu (Stevens & Griffiths, 2020). Proto jsem se rozhodla zaměřit se na body positivity obsahy na Instagramu.

Kromě body positivity obsahů se na Instagramu setkáváme i s dalšími typy příspěvků zaměřujících se na vzhled, jejichž definice dle mého názoru také pomáhají k vymezení pojmu body positivity. Mezi ně patří např. tzv. body neutrality obsahy, tzv. fitspiration či tzv. thinspiration. Domnívám se, že z této skupiny jsou body positivity účtům nejpodobnější tzv. body neutrality obsahy. Jejich cílem sice není přimět sledující k tomu, aby svá těla milovali, ale spíše se snaží dosáhnout toho, aby o svém těle tolik nepřemýšleli, respektovali ho a případně se zaměřovali spíše na jeho funkčnost než vzhled (Rodgers et al., 2022). Na funkčnost a zdraví (psychické i fyzické) se zaměřují i tzv. fitspiration příspěvky (Tiggemann & Zaccardo, 2016). Jejich cílem je zdůraznit, že důležitější je být zdravý a v dobré fyzické kondici, než být hubený (Tiggemann & Zaccardo, tamtéž). Podobnou myšlenku zahrnují i body positivity obsahy (viz výše; Cohen, Fardouly et al. (2019)). Odlišnost však můžeme vidět v zobrazovaném obsahu a důsledcích. Tzv. fitspiration příspěvky zobrazují nejčastěji jen osoby, které mají hubená a zpevněná těla a nepřipouští variabilitu těl (Tiggemann & Zaccardo, tamtéž). Problémem je, že tak propagují těžko dosažitelné ideály a mají negativní vliv na body image (Tiggemann & Zaccardo, tamtéž). Opakem tzv. fitspiration příspěvků pak jsou tzv. thinspiration příspěvky, které motivují sledující k tomu, aby hubnuli a nezhledňují při tom tělesné či psychické zdraví (Ghaznavi & Taylor, 2015). Často takovéto příspěvky uživatelům zprostředkovávají chování vedoucí k poruchám příjmu potravy (např. podhodnocený příjem jídla, velká míra a četnost cvičení atd.; Lewis & Arbuthnott, 2012).

Odlišnosti, ale i jisté podobnosti můžeme pozorovat v důsledcích těchto příspěvků. Po zhlédnutí body positivity obsahů o sobě ženy vytváří více pozitivních vět než po zhlédnutí tzv. thinspiration příspěvků (Cohen, Fardouly et al., 2019), z čehož můžeme usuzovat na určitý pozitivní vliv body positivity obsahů. Ve srovnání s neutrálními obsahy se

však mnohem častěji ženy popisují pomocí vzhledu u obou typů příspěvků (Cohen, Fardouly et al., tamtéž). To může být problematické, protože nahlížení na sebe skrze svůj vzhled může vést k sebe-objektifikaci (Fredrickson & Roberts, 1997), která vede k negativním důsledkům v souvislosti s body imagem (Mercurio & Landry, 2008).

### 1.1.1 Druhy body positivity obsahů

V současné době neexistuje jednotné dělení body positivity obsahů, které bych mohla pro svou práci použít. Určité druhy body positivity obsahů se pokusili vytvořit Cohenová, Irwinová et al. (2019) pomocí obsahové analýzy příspěvků. Celkem popsali 16 témat, které v obsazích našli (či případně očekávali na základě předchozích analýz obsahů na sociálních sítích a teoretických kategorií pozitivního body image) a seskupili je do 3 kategorií. Dle mého názoru tato témata také dobře popisují podobu body positivity účtů, a proto je zde uvádím.

První je kategorie pozitivního body image, kam autoři zahrnuli oceňování těla, přijetí těla / láska k němu, široké pojetí krásy (příspěvky s myšlenkou či popiskem: „každé tělo je krásné“ (Cohen, Irwin et al., 2019, p. 51)), adaptivní péče o tělo (ve smyslu pozitivního a zdravého starání se o sebe), vnitřní pozitivita (pocity, vlastnosti) a protektivní filtrování informací týkající se těla (příspěvky upozorňující na nerealističnost většiny publikovaných příspěvků). Celkem 80,15 % body positivity příspěvků, které byly analyzovány, zobrazovaly alespoň jedno z těchto témat. Nejčastější téma bylo široké pojetí krásy, které autoři viděli v 65,89 % příspěvků. Dále se zhruba ve třetině případů objevovalo přijetí těla / láska k němu (v 33,53 % příspěvků) a vnitřní pozitivita (v 31,38 %). A téměř v pětině případů (v 18,13 %) autoři našli protektivní filtrování informací.

Druhá kategorie se týká obsahů zaměřených na vzhled. Sem podle autorů patří například příspěvky s popiskem: „muži preferují ženy s křivkami“ (Cohen, Irwin et al., 2019, p. 51)) apod. Tuto kategorii autoři našli u 41,09 % analyzovaných příspěvků. Z toho v 98,86 % případech kodéři popsali příspěvky zaměřující se na oblékání a krásu.

Poslední kategorií jsou další relevantní témata vyskytující se u body positivity účtů. Patří mezi ně komerční příspěvky propagující určité produkty, příspěvky mluvící o mentálním zdraví, o poruchách příjmu potravy a aktivistické příspěvky, které nabádají sledující k různému



chování mimo rámec body positivity – např. k nepoužívání jednorázových plastových lahví.

Jistým úskalím pro použití těchto témat jako druhů body positivity obsahů je, že se témata v obsazích překrývají a nejdou od sebe jasně oddělit. Proto jsem se rozhodla rozdělit příspěvky na dva druhy. Při rozdělení vycházím z Objektifikační teorie (popsanou níže; Fredrickson & Roberts, 1997). Ta říká, že ženské tělo má potenciál být objektifikováno a že zvnitřněním objektifikace či objektifikačním sledováním a hodnocením druhých dochází k sebe-objektifikaci. Proto jsem se rozhodla srovnávat body positivity příspěvky, ve kterých je zobrazeno ženské tělo a takové, kde ženské tělo vidět nemůžeme. Toto dělení není nijak oficiální, nicméně vzhledem k limitám zmíněného dělení dle Cohen, Irwin et al. (2019) a k měřené sebe-objektifikaci považuji za důležité body positivity příspěvky dělit tímto způsobem (podrobněji viz kapitola 1.3 Současná práce).

### **1.1.2 Princip body positivity obsahů podle Sociokulturního modelu**

K vysvětlení toho, jak mohou body positivity obsahy dosáhnout záměrů, se kterými jsou tvořeny (tlumení významu a vlivu standardních ideálů krásy, přijímání a oceňování všech těl; Cohen, Fardouly et al., 2019), můžeme použít Sociokulturní model (nazýván také jako Tripartite Influence Model of Body Image; Thompson et al., 1999). Tento model patří společně s Objektifikační teorií (viz dále; Fredrickson & Roberts, 1997) mezi teorie, pomocí kterých můžeme vysvětlit vliv médií na body image. Sociokulturní model neuvažuje pouze o vlivu médií, ale zohledňuje i vliv vrstevníků a rodičů. V této práci se však budu věnovat pouze vlivu médií u tohoto modelu.

Při sledování médií, které se zaměřují na vzhled, dochází ke dvěma procesům – ke zvnitřňování viděných ideálů a k sociálnímu srovnávání (Rodgers et al., 2015). Problémem je, že když jsou ideály nerealistické, zvnitřňujeme a srovnáváme se s něčím, čeho nemůžeme dosáhnout. A to pak vede k nespokojenosti s vlastním tělem (Rodgers et al., tamtéž).

Proto se body positivity účty snaží vytvořit takové příspěvky, které by měly opačný výsledek. Tím je zvnitřňování dosažitelných ideálů krásy u sledujících a srovnávání se pouze s reálnými osobami a jejich skutečným, neupraveným vzhledem (Rodgers et al., 2022). Takovéto

příspěvky pak mohou redukovat negativní vliv příspěvků zobrazující ne-reálné ideály (Fardouly & Rapee, 2019). Ve srovnání s nimi jsou totiž sledující reálných obsahů více spokojeni se svým vzhledem a nemají takovou potřebu na sobě něco měnit (např. vlasy, obličej či pokožku; Fardouly & Rapee, tamtéž).

### 1.1.3 Kritika body positivity obsahů

Ačkoliv pomocí body positivity obsahů mohou sledující dosáhnout lepšího body image a potlačení vlivu standardních ideálů krásy (Cohen, Fardouly et al., 2019; Rodgers, 2022), existuje několik limitů, za které jsou tyto obsahy kritizovány.

Už jen když vezmeme myšlenku, která vyjasňuje princip fungování body positivity obsahů, a sice snahu o prezentování reálných a dosažitelných ideálů, setkáváme se zde s problémy. Ačkoliv se body positivity příspěvky snaží ukázat přirozenost, často publikují fotky, které jsou upravené (Vendemia et al., 2021). Navíc se ženy publikující body positivity příspěvky často výrazně neliší od žen považovaných za splňující standardní ideály krásy (Vendemia et al., tamtéž). To může zhoršovat účinnost body positivity příspěvků, protože je tak narušen princip stojící za fungování body positivity příspěvků, a sice zvnitřňování dosažitelných ideálů a srovnávání se s reálnými lidmi (Vendemia et al., tamtéž).

Body positivity příspěvky mohou být také přínosné v tom, že zlepšují náladu a vyvolávají pozitivní emoce (Kraus & Myrick, 2018). Nevýhodou však je, že tomu tak není u všech osob. U některých se setkáváme s opačnými emocemi, např. s pocitem viny či smutkem (Kraus & Myrick, tamtéž). Někteří lidé mohou pociťovat negativní emoce, protože např. nepřijímají své tělo tak, jak jsou k tomu v body positivity obsazích vyzíváni (Kraus & Myrick, tamtéž). Dále mohou mít strach z reakce ostatních na jejich negativní vztah k vlastnímu tělu (Kraus & Myrick, tamtéž). Toto lze dle mého názoru také považovat za slabé místo body positivity obsahů. Považuji však za důležité zmínit, že k prožívání negativních emocí dochází v méně případech než k těm pozitivním (Kraus & Myrick, tamtéž).

Dalším (a pro mou práci nejdůležitější) limitem je, že i přes snahu body positivity obsahů se stále jedná o média a obsahy, které jsou silně zaměřené na vzhled a svým způsobem ho zdůrazňují (Cohen et al., 2021). Taková média pak vedou k sebe-objektifikaci (Fredrickson & Roberts,

1997) a body positivity účty nejsou výjimkou (Cohen, Fardouly et al., 2019). Po jejich zhlédnutí totiž mají ženy vyšší sebe-objektifikaci než po zhlédnutí neutrálních obsahů (Cohen, Fardouly et al., tamtéž). A právě tento důsledek je velice často kritizován, protože vede k dalším negativním konsekvencím (konkrétní souvislosti viz část 1.2.3 Sebe-objektifikace současným pohledem; Moradi & Huang, 2008). Proto se právě sebe-objektifikací u body positivity účtů budu zabývat.

## 1.2 Sebe-objektifikace

Jednou z teorií, pomocí kterých můžeme vysvětlit vliv body positivity obsahů na sebe-objektifikaci, je Objektifikační teorie (Fredrickson & Roberts, 1997). Podle autorek dochází k nahlížení na ženy jako na těla, která jsou hodnocena a která existují pro potěšení a užití ostatních, což označujeme jako objektifikaci. Zvnitřněním objektifikace a začleněním pohledu druhých do svého self pak dochází k sebe-objektifikaci (Fredrickson & Roberts, tamtéž). Protože v Objektifikační teorii autorky popsaly konstrukt sebe-objektifikace, na který se budu zaměřovat, rozhodla jsem se nejprve představit tuto teorii a koncept sebe-objektifikace v jejím pojetí a následně sebe-objektifikaci ze současného pohledu.

### 1.2.1 Objektifikační teorie

Jedné z částí Objektifikační teorie daly autorky název: „Women’s bodies are looked at, evaluated and always potentially objectified“ (Fredrickson & Roberts, 1997, p. 175), což dle mého názoru nejlépe shrnuje myšlenku celé teorie.

Co se týče pohlížení na ženské tělo, podle Fredricksonové a Robertsové (1997) můžeme v kontextu této teorie uvažovat o objektifikačním sledování. K němu dochází, když oddělíme ženské tělo, jeho části, či jeho sexuální funkce od osobnosti ženy. A protože k tomu oddělení může dojít téměř kdykoliv, ženské tělo má potenciál být kdykoliv objektifikováno. A následně se k ženám ostatní chovají jako k tělu, které existuje pro jejich potěšení, což objektifikaci ještě zvyšuje (Fredrickson & Roberts, 1997).

A právě toto sledování je nejdostupnějším prostředkem k objektifikaci. Můžeme ho najít ve třech oblastech: v reálných setkáních, ve vizuálních médiích zobrazujících každodenní situace a ve vizuálních médiích, která zvýrazňují těla a jeho části (Fredrickson & Roberts, 1997). Autorky

teorie také zmiňují, že ženy jsou pozorovány více než muži (Hall, 1984), a také že tento fakt ženy vnímají (Argyle & Williams, 1969).

Podle autorek (Fredrickson & Roberts, 1997) existuje několik důvodů, proč právě ženské tělo má potenciál být objektifikováno, a zároveň způsobů, jak dojde k oddělení ženského těla od osobnosti ženy. Autorky zdůrazňují odlišné chování společnosti k dívkám a chlapcům (např. chápání atraktivity žen jako měny, která určuje sociální a ekonomický status). Rozdílné chování pak vede k odlišným sociálním statusům, dostupnosti moci a pohledu na ně. Dalším důvodem je evoluční pohled na ženy. Sexuální atraktivita je vnímána jako známka schopnosti reprodukce, a proto je výhodné mít partnerku, která je sexuálně atraktivní. Třetím důvodem může být, že společnost chápe objektifikaci žen jako nástroj k vytvoření, udržení a šíření patriarchy. Čtvrtým důvodem pak může být, že je ve společnosti z nějakého neobjasnitelného důvodu (autorkami označeného jako „whatever reason“) dáno, že ženy jsou prohlíženy, hodnoceny a tím pádem vždy potenciálně objektifikovány. Dalším důvodem je, že v médiích je kladen větší důraz na tělo žen spíše než na obličej, zatímco u mužů je to naopak. A tím dochází k tomu, že ženy jsou prezentovány jako těla, která je dostatečně reprezentují (ve smyslu že o ženách nemusíme vědět nic dalšího, abychom je poznali). Zde Fredricksonová a Robertsová (tamtéž) mluví o tištěných médiích, o uměleckých dílech, ale i o filmech, reklamách, či videoklipech. Domnívám se, že vzhledem k velkému výčtu médií, které zmiňují, je možné uvažovat o této teorii i v souvislosti s novými médii, jako jsou sociální sítě. Sociální sítě a další nová média se totiž od těch tradičních v tomto ohledu neliší, protože také často zobrazují, objektifikují a sexualizují ženská těla (Karsay et al., 2018).

Ačkoliv se setkáváme s větší objektifikací u žen než u mužů, míra objektifikace se liší i napříč ženami (Fredrickson & Roberts, 1997). Nemůžeme říct, že jsou všechny stejně objektifikovány. Podle Fredricksonové a Robertsové (tamtéž) můžeme vidět největší rozdíl mezi jednotlivými věkovými kategoriemi. Nejvíce dochází k objektifikaci žen v reprodukčním věku, což může být podle Fredricksonové a Robertsové (tamtéž) z toho důvodu, že v tu dobu je jejich tělo nejvíce odlišné od mužského (především množství a rozložení tuku; Fredrickson & Roberts, tamtéž). Změna tvaru postavy během života má však vliv i na míru sebeobjektifikace (Fredrickson & Roberts, tamtéž). Proto jsem se rozhodla, že mým vzorkem budou ženy ve věku 18-29 let. Celou reprodukční skupinu nepokrývám z toho důvodu, že lidé ve věku 18-29 let nejvíce používají

Instagram (Auxier & Anderson, 2021), a proto je dle mého názoru nejvhodnější, aby byli cílovou skupinou.

### 1.2.2 Sebe-objektifikace dle Objektifikační teorie

Sebe-objektifikace, jakožto zvnitřnění pohledu na sebe samu jako na tělo, které má být hodnoceno, je nejzávažnějším dopadem objektifikace (Fredrickson & Roberts, 1977). Ženy často vnímají svůj vzhled podle toho, jak je vnímán a hodnocen ostatními (Fredrickson & Roberts, tamtéž). Podle autorek je pro ženy výhodnější být ohledně vzhledu pozitivně hodnocené, protože to má vliv například na jejich sociální mobilitu, sociální status, a i na pravděpodobnost přijetí na univerzitu (minimálně v době publikace teorie; Wooley et al., 1979). Není tedy překvapivé, že jim na hodnocení ostatních záleží a zvnitřňují si ho.

S tím také souvisí vědomé monitorování vlastního těla, které je důsledkem sebe-objektifikace (Fredrickson & Roberts, 1997). Prohlížení vlastního těla totiž umožňuje do jisté míry ženám kontrolovat, jak s nimi budou ostatní zacházet (Fredrickson & Roberts, 1997). Podle Fredricksonové a Robertsové (tamtéž) nemůžeme mluvit o nějakém banálním pozorování se, ale jedná se spíše o součást neustálého vědomí a směřování pozornosti. Už jen když vezmeme v potaz západní kultury, ve kterých jsou ženská těla vždy potenciálně objektifikována a ženy si tento fakt uvědomují, jejich myšlenky se jejich vzhledu nutně dotýkají (Fredrickson & Roberts, tamtéž). A je více méně jedno, zda k objektifikaci od ostatních dochází, nebo ne, protože klíčovou roli hraje vnímaná objektifikace dotýčnou ženou (Fredrickson & Roberts, tamtéž).

Problémem pak podle Fredricksonové a Robertsové (1997) je, když pohled druhých na ženu tvoří většinu jejího obrazu o sobě samé. To podle autorek může vést k prožívání studu, úzkosti, ztrátě vlastního sebepojetí či horší citlivosti k tělesným procesům (např. vůči hladu). Celkově pak dochází ke ztrátě vlastní psychické zkušenosti, kdy ženy nahlíží na sebe i na ostatní jako na objekty (Fredrickson & Roberts, tamtéž).

Další negativní stránkou je, že zážitky žen, kdy pocítovaly objektifikaci, se mohou nasčítat, což může vést k dalším psychickým problémům (Fredrickson & Roberts, 1977). Mezi ty nejčastější patří unipolární deprese, sexuální dysfunkce a poruchy příjmu potravy (Fredrickson & Roberts, 1977).

### 1.2.3 Sebe-objektifikace současným pohledem

Ačkoliv od vydání Objektifikační teorie (Fredrickson & Roberts, 1997) uplynulo už 26 let, definice sebe-objektifikace se v zásadě nezměnila. Sice přibyla nová média, nicméně i autoři současných výzkumů (např. Cohen, Fardouly et al., 2019) se stále odkazují na původní teorii a současné výzkumy na nových médiích ji podporují (Calogero, 2012).

Výzkumy po jejím vydání se však zaměřují především na souvislosti sebe-objektifikace s dalšími konstrukty. Například souvislost s poruchami příjmu potravy, o které mluví již Fredricksonová a Robertsová (1997) zajímala i Muehlenkampovou & Saris-Baglamovou (2002). Podle jejich výzkumu sebe-objektifikace nejen že souvisí s poruchami příjmu potravy, ale také napomáhá v rozvoji těchto poruch. Sebe-objektifikace dále negativně souvisí s celkovou životní spokojeností (ačkoliv data autorů poukazují spíše na nižší souvislost; Mercurio & Landry, 2008). Tento vztah můžeme vysvětlit pomocí tělesného studu a sebehodnocení (Mercurio & Landry, tamtéž). Tělesný stud totiž mediuje vztah mezi sebe-objektifikací a sebehodnocením a sebehodnocení mediuje vztah mezi tělesným studem a životní spokojeností (Mercurio & Landry, tamtéž). Sebe-objektifikace také silně negativně souvisí se spokojeností s vlastním tělem, tělesným sebehodnocením a sebehodnocením obecně (Strelan et al., 2003).

Sebe-objektifikace dále souvisí se zvnitřňováním ideálů krásy a tzv. body surveillance, tedy dozorem nad svým tělem (Vandenbosch & Eggermont, 2012), což zmiňuje už i původní Objektifikační teorie (Fredrickson & Roberts, 1997). Tuto souvislost můžeme považovat za středně silnou. A právě tento dozor, jakožto behaviorální důsledek sebe-objektifikace, má negativní vliv na mentální zdraví (Vandenbosch & Eggermont, tamtéž). Zvyšuje tělesný stud a úzkost, snižuje plynulost zážitků (tzv. flow) a zhoršuje vnitřní tělesné vědomí (tzv. internal bodily awareness; Moradi & Huang, tamtéž). Tyto důsledky sebe-objektifikace a body surveillance pak mohou vést k poruchám příjmu potravy, k depresi a sexuální dysfunkci (Moradi & Huang, tamtéž).

Souvislost sebe-objektifikace, dozoru nad svým tělem a zvnitřňování ideálu krásy lze dle mého názoru nejlépe vysvětlit pomocí modelu Vandenboschové a Eggermonta (2012). Zařadili do něj i nová média jako je televize, módní časopisy, videoklipy a sociální sítě. Všechna zmíněná média kromě televize vedou ke zvnitřňování si ideálů krásy, což následně

vede k sebe-objektifikaci. K té přímo vede i používání sociálních sítí a čtení módních časopisů. Sebe-objektifikace, zvnitřňování ideálů krásy a používání sociálních sítí vedou k doзору nad svým tělem.

Považuji za (vzhledem ke své práci) důležité zdůraznit, že používání sociálních sítí, jako jediné ze zmiňovaných médií, vede ke všem třem zmiňovaným konstruktům, a sice k sebe-objektifikaci, zvnitřňování ideálů krásy (což také vede k sebe-objektifikaci) a k doзору nad svým tělem (ke kterému vedou i oba předchozí konstrukty). Považuji za důležité říci, že ačkoliv jsou tyto souvislosti statisticky významné, korelace používání sociálních sítí se zmíněnými konstrukty dosahuje spíše nižších hodnot ( $r_{\text{soc.sítě} \times \text{sebe-objektifikace}} = 0,18$ ;  $r_{\text{soc.sítě} \times \text{internalizace}} = 0,13$ ;  $r_{\text{soc.sítě} \times \text{internalizace}} = 0,21$ ). Domnívám se, že i přesto tato studie poukazuje na důležitost zkoumání sociálních sítí a sebe-objektifikace, ačkoliv autoři ve svém výzkumu pracovali se sociálními sítěmi obecně, nerozlišovali mezi nimi a už vůbec ne mezi jednotlivými typy příspěvků.

#### *Rysová a stavová sebe-objektifikace*

V současné terminologii se setkáváme i s dělením sebe-objektifikace na rysovou (dlouhodobou) a stavovou (aktuální). Rysovou sebe-objektifikací (*trait self-objectification*) označujeme dlouhodobou tendenci vidět sebe jako objekt, který má být hodnocen, a ve které můžeme vidět rozdíly na individuální úrovni (Moradi & Huang, 2008). Oproti tomu stavovou sebe-objektifikací (*state self-objectification*) označujeme míru sebe-objektifikace v různých situacích, např. po vystavení médiu zaměřeného na vzhled (Moradi & Huang, tamtéž). U experimentálních designů se obvykle měří právě stavová sebe-objektifikace. Některé výzkumy naznačují, že časté vystavení médiím zaměřených na vzhled a následná vyšší míra stavové sebe-objektifikace by mohla vést k vyšší míře rysové sebe-objektifikace (Vandenbosch et al., 2015), a proto je nezbytné zabývat se i stavovou sebe-objektifikací.

Dlouhodobé negativní důsledky (např. poruchy příjmu potravy) můžeme pozorovat především v souvislosti s vyšší mírou rysové sebe-objektifikace (Tiggemann & Andrew, 2012b). Vyšší míra stavové sebe-objektifikace pak vede spíše k aktuálním důsledkům (např. negativní nálada, nespokojenost s vlastním tělem), které však mohou vést i k těm dlouhodobějším, např. k omezování se v jezení (Tiggemann & Andrew, tamtéž). A naopak vyšší míra rysové sebe-objektifikace může vést k vyšší míře stavové sebe-objektifikace po vystavení objektifikační situaci, na

kteřou jsou ženy s vyšší mířou rysově sebe-objektifikace citlivější (Tiggemann & Boundy, 2008).

Samotná terminologie však není zcela jasná. Ačkoliv jeden z typů označujeme jako rysovou sebe-objektifikaci, nejedná se o rys v tradičním smyslu. Rysová sebe-objektifikace totiž není považována za dědičnou a neměnitelnou vlastnost člověka a je poměrně obtížně pozorovatelná (Moradi & Huang, 2008). Jedná se sice o dlouhodobou charakteristiku nahlížení na sebe, ale i ta se může časem měnit (Moradi & Huang, tamtéž). Proto někteří autoři navrhuji, aby se rysová sebe-objektifikace označovala jako „self-reportová“ a stavová jako „experimentálně zvýšená“ (Moradi & Huang, tamtéž). Dle mého názoru však ani toto označení není zcela bez problému, protože i stavovou sebe-objektifikaci můžeme měřit self-reportovou škálou.

### 1.2.4 Vliv nových médií na sebe-objektifikaci

V původní Objektifikační teorii (Fredrickson & Roberts, 1997) autorky pracují s médii dostupnými ve 20. století. V současné době však máme k dispozici i další média, a proto není překvapením, že se výzkumníci zaměřují na aplikaci této teorie i u nich.

Například Fardoulyová et al. (2015) se zaměřili na souvislost mezi používáním Facebooku, internetu, sledováním televize, videoklipů, čtení časopisů a sebe-objektifikací u žen ve věku 17–25 let. Pozitivní souvislost se sebe-objektifikací existuje dle autorů pouze s Facebookem a čtením časopisů.

Dalším příkladem je studie Fardoulyové et al. (2018), kde autoři zkoumali souvislost mezi používáním Instagramu a sebe-objektifikací u žen ve věku 18–25 let. Autoři zmiňují, že zatímco sociální síť Facebook už je poměrně prozkoumána, Instagramu a dalším sociálním sítím se věnovalo pouze málo výzkumů. Instagram je dle jejich názorů specifický v tom, že nelze zveřejnit příspěvek bez fotky (jako tomu je např. na Facebooku, kde je možné psát tzv. statusy). V kombinaci s úpravou fotek a zveřejňování pouze takových snímků, na kterých osoba vypadá co nejlépe, pak používání Instagramu vede k vyšší sebe-objektifikaci (Fardouly et al., tamtéž).

K té přispívá i to, že Instagram obecně je médium, které je velmi zaměřeno na vzhled (Fardouly et al., 2018). Mimo již zmiňovaných fotografií k tomu také přispívají komentáře, které obvykle mluví o tom, jak



osoby na fotkách vypadají (Fardouly et al., tamtéž). Dále můžeme vidět souvislost i mezi sebe-objektifikací a časem stráveným na Instagramu u mladých žen ve věku 18–25 let. Čím více času trávíme na této sociální síti, tím vyšší míru sebe-objektifikace budeme mít (Fardouly et al., tamtéž). Považuji za důležité zmínit, že autoři této studie se zaměřili na používání Instagramu obecně a v některých částech svého výzkumu na tzv. fitspiration obsahy. Zobecnitelnost na další obsahy je tedy poněkud nejasná, čehož si jsou autoři vědomi, protože zdůrazňují, že budoucí výzkumy by se měly soustředit i na další typy příspěvků.

Meierová a Gray (2014) však upozorňují na to, že se nelze zaměřit pouze na médium jako takové obecně a měřit jeho vliv na sebe-objektifikaci. Podle nich totiž obecné používání Facebooku nesouvisí se sebe-objektifikací. Zaměříme-li se však pouze na takové obsahy, které se dotýkají vzhledu (např. publikování vlastní fotky, prohlížení fotek někoho jiného), pozitivní souvislost se sebe-objektifikací zde existuje.

Dosavadní výzkumy tedy naznačují, že sociální sítě pozitivně souvisí se sebe-objektifikací, nicméně je nutné prozkoumat jejich jednotlivé obsahy, protože ty jsou velmi rozmanité a mohou se sebe-objektifikací souviset různě. Je tedy nezbytné se tímto tématem dál zabývat, protože dosud není dostatečně prozkoumáno, a navíc se objevují další sociální sítě, jako např. BeReal, které se v současných výzkumech zatím neobjevují.

### 1.3 Současná práce

Ve své práci se budu zabývat souvislostí mezi body positivity příspěvky a mírou sebe-objektifikace po zhlédnutí těchto příspěvků. Cílem mé práce je zjistit, zda existuje rozdíl v aktuální (stavové) sebe-objektifikaci, po zhlédnutí body positivity příspěvků zobrazujících ženská těla a body positivity příspěvků, která ho nezobrazují. Současné výzkumy se touto otázkou příliš nezabývaly, a navíc dosud nebylo vytvořeno jednotné dělení body positivity účtů (Cohen, Irwin et al., 2019). Dosavadní výzkumy se zabývaly srovnáním míry sebe-objektifikace po zhlédnutí body positivity obsahů a jiných obsahů, ale nedělily body positivity účty podle toho, zda je na nich ženské tělo či nikoliv. Příspěvky, které zobrazují ženské tělo, můžeme považovat za objektifikační a je potřeba zkoumat, zda po jejich zhlédnutí mají lidé vyšší sebe-objektifikaci (Cohen et al., 2021). To může vést k pochopení vztahu mezi sebe-objektifikací a body positivity účty, který je stále nejasný (Cohen et al., tamtéž).

Co však již předchozí studie naznačily je, že stavová sebe-objektifikace je po zhlédnutí body positivity účtů vyšší než po zhlédnutí vzhledově neutrálních příspěvků (Cohen, Fardouly et al., 2019). Mezi vzhledově neutrální příspěvky byly ve studii zařazeny takové, které nezobrazují lidské tělo, ale zachycují přírodu či zvířata (Cohen, Fardouly et al., tamtéž). Sebe-objektifikace však byla po zhlédnutí body positivity vyšší i ve srovnání s tzv. thinspiration obsahy (Cohen, Fardouly et al., tamtéž). Zde se však jednalo o poměrně malý rozdíl, nicméně dle mého názoru už jen srovnatelná hodnota sebe-objektifikace po zhlédnutí těchto dvou typů obsahů ukazuje na problematickou míru sebe-objektifikace po zhlédnutí body positivity obsahů. Je to z toho důvodu, že tzv. thinspiration obsahy jsou obecně vnímány negativně, protože např. vedou k poruchám příjmu potravy (Lewis & Arbuthnott, 2012) a často je můžeme najít na stránkách podporujících chování vedoucí k poruchám příjmu potravy (Lapinski, 2006).

Tato studie (Cohen, Fardouly et al., 2019) však srovnávala míru sebe-objektifikace se vzhledově neutrálními obsahy, které nezahrnují lidské tělo. Nicméně i do body positivity obsahů autoři zahrnuli body pozitivní citáty, které rovněž lidské tělo nezobrazují. Tvořily však pouze 1/4 ze všech body positivity příspěvků a při analýze byly součástí všech body positivity příspěvků (Cohen, Fardouly et al., tamtéž), nikoliv jako zvláštní kategorie body positivity příspěvků. Autoři této studie tedy dva (mnou navržené) druhy body positivity obsahů zařadili do jedné kategorie a nezkoumali jejich vliv odděleně.

### **1.3.1 Proč zkoumat vliv body positivity obsahů na sebe-objektifikaci**

Body positivity účty jsou často kritizovány za zvyšující sebe-objektifikaci. Domnívám se, že negativní dopady sebe-objektifikace zmíněné výše ukazují na důležitost zkoumání této problematiky. Vezmeme-li např. souvislost s poruchami příjmu potravy (Fredrickson & Roberts, 1997) či negativní souvislost se spokojeností s vlastním tělem a tělesným sebehodnocením (Strelan et al., 2003), dostáváme se do konfliktu s cíli body positivity obsahů. Ty chtějí dosáhnout přijetí a oceňování všech těl (Cohen, Fardouly et al., 2019), což je ale opačný účinek, než ke kterému vede sebe-objektifikace. Jinými slovy řečeno – dokud budou body positivity obsahy zvyšovat sebe-objektifikaci, nedosáhnou svého cíle. To

podporují i studie poukazující na souvislost mezi sebe-objektifikací a negativním body imagem (Tiggemann & Lynch, 2001).

Kromě již zmíněných důsledků sebe-objektifikace, sebe-objektifikace má dopady i do běžných denních situací. Sebe-objektifikace totiž pozitivně souvisí s výběrem oblečení na základě módy a negativně s výběrem na základě pohodlí a komfortu (Tiggemann & Andrew, 2012a). Dokud budou body positivity účty objektifikující a jejich sledování povede k sebe-objektifikaci, sledující jimi mohou být ovlivňováni i v běžných činnostech jako je výběr oblečení. Mimo to, sebe-objektifikace souvisí i s nespokojeností s vlastním tělem (Grippio & Hill, 2008) a nižším well-beingem (který byl ve studii Chomové et al. (2009), kteří na souvislost poukázali, chápán jako tří složkový, což zahrnuje životní spokojenost, pozitivní a negativní afekt). Dle mého názoru je tedy opravdu žádoucí najít takové body positivity účty, které nezvyšují sebe-objektifikaci, nebo k ní alespoň nepřispívají takovou mírou.

Na základě výše zmíněné studie Cohenové, Fardoulyové et al. (2019), ve které zkoumali vliv body positivity obsahů (a dalších) na sebe-objektifikaci, se však domnívám, že všechny body positivity obsahy budou alespoň trochu zvyšovat sebe-objektifikaci. Protože i při zahrnutí body positivity obsahů, které ženské tělo nezobrazují, zvyšují body positivity obsahy sebe-objektifikaci (Cohen, Fardouly et al., tamtéž). Dle mého názoru může být důvodem to, že mluví o vzhledu, čímž (možná nezáměrně) zdůrazňují jeho důležitost, což následně vede k sebe-objektifikaci (Fredrickson & Roberts, 1997).

### **1.3.2 Dělení body positivity příspěvků podle objektifikačního potenciálu**

Již původní Objektifikační teorie říká, že: „ženské tělo je vždy potenciálně objektifikováno“ (Fredrickson & Roberts, 1997, p. 175). A když objektifikujeme ostatní, uvědomujeme si důležitost vzhledu, což následně vede k vyšší sebe-objektifikaci.

Tuto myšlenku lze dle mého názoru aplikovat i na body positivity účty. Body positivity obsahy, které zobrazují sexualizovaná těla žen (sexualizovaná ve smyslu, že na nich např. ženy pózují, mají na sobě plavky apod.), totiž zvyšují jak objektifikaci viděných žen, tak mohou zvyšovat sebe-objektifikaci osob, které příspěvky vidí (Vendemia et al., 2021). Avšak i takové body positivity příspěvky, které zobrazují ne-

sexualizovaná těla žen, mohou zvyšovat objektivaci ostatních i sebe-objektivaci sledujících ve srovnání s neutrálními podněty (Vendemia et al., tamtéž). Tato studie tedy srovnávala rozdíl v sebe-objektivaci po tom, co ženy viděly body positivity příspěvky buď s ženou, která pózovala (či byla jinak sexualizována) a s ženou, která nijak nepózovala, ani nebyla jinak sexualizována. Vzhledem k tomu, že mezi skupinami, které viděly tyto příspěvky nebyl výrazný rozdíl, se domnívám, že na výslednou míru sebe-objektivace může mít vliv ženské tělo jako takové, nikoliv míra jeho sexualizace.

Navíc body positivity příspěvky na sociálních sítích, ve kterých nevidíme tělo, můžeme zařadit mezi ty, které zlepšují pozitivní body image (Rodgers et al., 2021). Pouze 34 % body positivity příspěvků nezahrnuje lidské tělo, nezaměřuje se na jeho části, neobsahuje sexuálně pózující osobu či její obličej a/nebo hlavu (Cohen, Irwin et al., 2019) a můžeme je označit za neobjektivující (Cohen et al., 2021). Proto se domnívám, že ženy, které uvidí příspěvky, na kterých bude ženské tělo, budou mít vyšší sebe-objektivaci než ženy, které uvidí příspěvky bez ženského těla.

Ženy jsou navíc častěji objektivovány (Fredrickson & Roberts, 1997) a pozorovány (Hall, 1984) a i původní Objektivizační teorie (Fredrickson & Roberts, tamtéž) byla formulována pouze na ženách. A protože na téměř 96 % body positivity obsahů jsou ženy (Cohen, Irwin et al., 2019), rozhodla jsem se svou práci zaměřit pouze na ženy. Dále také u žen může docházet ke zvnitřňování viděných ideálů, což vede k vyšší sebe-objektivaci (Vandenbosch & Eggermont, 2012). Domnívám se, že ke zvnitřňování viděných ideálů a srovnávání se s nimi bude docházet u žen, protože na obsazích budou zobrazeny osoby stejného pohlaví jako jsou ony. Pro práci s muži by dle mého názoru bylo nezbytné vybrat jiný podnětový materiál, který zobrazuje především muže a cílí na ně (a ne například na velikost prsou).

Cílem práce je tedy zjistit, zda přítomnost ženského těla v body positivity příspěvcích vede k vyšší sebe-objektivaci.

**H<sub>1</sub>:** Ženy zhlížející body positivity příspěvky zobrazující ženská těla mají vyšší míru stavové sebe-objektivace než ženy zhlížející body positivity příspěvky nezobrazující ženská těla.

### 1.3.3 Kontrolní proměnné

Stavová sebe-objektifikace může být ovlivněna některými dalšími proměnnými. Proto jsem se rozhodla tři z nich měřit, abych jejich vliv mohla kontrolovat.

#### *Rysová sebe-objektifikace*

Domnívám se, že rysová sebe-objektifikace může ovlivňovat míru stavové sebe-objektifikace, a proto je potřeba ji kontrolovat. Při tomto tvrzení vycházím z předchozích studií, které naznačují, že vyšší míra rysové sebe-objektifikace může vést k vyšší míře stavové sebe-objektifikace po vystavení objektifikační situaci (Tiggemann & Boundy, 2008). Proto jsem se rozhodla kontrolovat míru rysové sebe-objektifikace ještě před vystavením experimentálním podmínkám.

#### *Negativní nálada*

Další měřenou proměnnou bude negativní nálada před experimentální podmínkou, protože i ta může mít vliv na stavovou sebe-objektifikaci. Negativní nálada totiž může mít vliv na vnímání vlastního těla, jeho hodnocení a pocity ohledně něj, což jsou složky body image (Baker et al., 1995). Z toho důvodu se domnívám, že by negativní nálada mohla ovlivnit míru stavové sebe-objektifikace.

Navíc nálada může ovlivnit pozornost. Ačkoliv nelze jednoznačně říci, zda má emoční stav vliv na pozornost, či ne, na základě současných studií nemůžeme jeho vliv vyloučit (Niedenthal & Wood, 2019). A pokud mají emoce vliv na pozornost, tak by mohly ovlivňovat soustředění se na prohlížení jednotlivých příspěvků (experimentálních podmínek), což by dle mého názoru mohlo mít vliv na stavovou sebe-objektifikaci.

#### *Postoj k body positivity příspěvkům*

Domnívám se, že stavovou sebe-objektifikaci by mohl ovlivnit i postoj k body positivity příspěvkům. Někteří lidé totiž na body positivity účty nahlíží poněkud negativně, protože si myslí, že podporují obezitu a jejich sledování k ní může vést (Cohen et al., 2021). Podle Cohenové et al. (tamtéž) je důležité, aby nové výzkumy zkoumaly a kontrolovaly právě postoje k body pozitivě a jejich vliv.

## 2 Metoda

### 2.1 Účastníci

#### *Vzorek*

Vzorek tvořilo 158 žen ve věku 18-29 let ( $M = 21,58$ ,  $SD = 2,35$ ). Většinu vzorku tvořily studentky ( $N = 140$ ), zatímco pracujících bylo výrazně méně ( $N = 16$ ) a dvě respondentky nevedly, zda studují, či ne. Účastnice, které uvedly, že studují, byly nejčastěji studentkami pedagogických oborů (43,15 %,  $N = 63$ ), humanitních oborů mimo psychologii (15,07 %,  $N = 22$ ) a psychologie (14,38 %,  $N = 21$ ). Dále také dotazník vyplnily studentky gymnázií (7,53 %,  $N = 11$ ), zdravotnických či lékařských oborů (5,48 %,  $N = 8$ ), přírodovědných oborů (3,42 %,  $N = 5$ ) a jiných (např. cestovní ruch, 6,85 %,  $N = 10$ ). Dvě respondentky nevedly, co studují.

Účastnice byly hlavně Češky (94,90 %,  $N = 150$ ), nicméně výzkum vyplnilo i několik Slovenek ( $N = 6$ ). Jiné národnosti byla pouze jedna účastnice a jedna národnost nevedla. Přibližně 85 % účastnic vyplňovalo dotazník na mobilu ( $N = 134$ ). Na počítači či notebooku spustilo dotazník přibližně 15 % účastnic ( $N = 23$ ) a pouze jedna respondentka k vyplnění použila tablet.

V práci zacházím se dvěma vzorky. Vzorek 1 byl vytvořen podle pre-registrovaných kritérií (tedy zahrnoval pouze ženy, které vyplnily celý Ten statements test), měl velikost  $N = 158$  a je popsán výše. Použila jsem ho pro primární analýzu (ordinální regresi) a druhou explorativní analýzu. Vzorek 2 zahrnoval i ženy, které nevyplnily Ten statements test, ale položky subškály OBCS vyplnily. Ty v první analýze nemohly být zahrnuty, protože zodpovězení položek Ten statements testu bylo předem stanovenou podmínkou pro zahrnutí do analýzy. To se týkalo celkem 33 žen, nicméně 4 z nich nevyplnily celou ani škálu OBCS, a proto nebyly zahrnuty. Vzorek 2 měl tedy velikost  $N = 187$ . Respondentky dosahovaly téměř stejného průměrného věku ( $M = 21,62$ ,  $SD = 2,33$ ). Tento vzorek byl použit v rámci explorační regresi, kterou jsem ověřovala stejnou hypotézu. Rozdíl byl pouze v použité měřicí škále stavové sebeobjektifikace.

### *Odhad potřebné velikosti vzorku*

Pomocí power analýzy v programu G\*Power jsem odhadla požadovanou velikost vzorku na 142 participantů.

K výpočtu jsem použila velikost účinku ze studie Cohenové, Fardoulyové et al. (2019). Jejich studie sice srovnávala body positivity příspěvky s tzv. thinspiration příspěvky a neutrálními příspěvky, nicméně je ze současných studií nejbližší mé práci. Mezi jednotlivými experimentálními podmínkami byl rozdíl s velikostí efektu parciální  $\eta^2 = 0,07$ . Pomocí vzorečku  $f^2 = \frac{\eta^2}{1-\eta^2}$  (Easystats, n.d.) jsem získala požadovanou velikost efektu pro stanovení potřebné velikosti vzorku u vícenásobné lineární regrese. Výši  $\alpha$  jsem stanovila na standardních  $\alpha = 0,05$  a sílu testu  $(1-\beta) = 0,90$ . Počet prediktorů je vzhledem k zařazení experimentální podmínky jako kategorického prediktoru 4. Plánované ověřování hypotézy jsem vybrala jako oboustranné, i přes to, že jsem hypotetizovala efekt v konkrétním směru. Domnívám se, že by bylo informativní a užitečné zjistit i opačný efekt.

## 2.2 Procedura

Plán metody a analýzy jsem před sběrem dat preregistrovala na stránce osf.io. Preregistrace je dostupná na adrese: <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/AM2V8>. Data jsou dostupná na adrese: <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/EWKJ8>. Pomocí dokumentu „Checklist etických aspektů výzkumných závěrečných prací“ jsem ověřila etiku celé metody. Jediným bodem, u kterého by mohlo být sporné, zda byl naplněn, je 5. bod ve znění: „Charakter výzkumu nedovoluje účastníky dopředu dostatečně informovat o účelu a průběhu výzkumu či od nich dopředu získat jejich explicitní souhlas s účastí.“ Ačkoliv v informovaném souhlasu uvádím všechny informace včetně popisu použitých měřicích škál, nemohla jsem účastníkům sdělit, do jaké experimentální skupiny budou zařazeni a v čem se skupiny liší, což je u experimentálního designu obvyklé. Z tohoto důvodu byl na konec dotazníku zařazen debriefing, který vysvětluje podstatu experimentální manipulace a rozdíly mezi skupinami. Účastnice měly v tomto bodě příležitost odvolat svůj souhlas s účastí ve výzkumu.

Sběr dat probíhal pomocí sociálních sítí Facebook a Instagram. Respondenti byli nejprve seznámeni s cílem výzkumu a podmínkami účasti.

Po udělení souhlasu s účastí ve výzkumu následovaly deskriptivní otázky. Pokud respondent odpověděl na otázku pohlaví jakkoliv jinak než zaškrtnutím políčka „žena“ (včetně nezodpovězení) a u věku uvedl jiný věk než v rozmezí 18-29 let včetně, či věk neuvedl, dotazník byl automaticky ukončen.

Následně respondentky zhodnotily svou aktuální náladu a vyplnily dotazník měřící rysovou sebe-objektifikaci. Poté respondentky dostaly instrukci, že uvidí 10 instagramových příspěvků, které si mají dobře prohlédnout. Zobrazily se jim buď příspěvky s ženským tělem, nebo bez něj, podle toho, do jaké experimentální skupiny byly náhodně zařazeny. Ihned po zhlédnutí příspěvků vyplnily dotazníky měřící stavovou sebe-objektifikaci a postoj k body positivity příspěvkům.

Poslední částí byl debriefing, kde se účastnice dozvěděly, že byly součástí jedné ze dvou skupin, proč tomu tak bylo a jaké výsledky očekávají.

Ve výzkumu jsem využila srovnání dvou skupin (between subject design), protože hlavní měření stavové sebe-objektifikace (Ten statements test) je dle mého názoru nevhodné pro opakované měření.

## 2.3 Materiály

### 2.3.1 Experimentální manipulace: typ body positivity příspěvku

Experimentální skupiny se lišily typem příspěvku. Buď účastnice viděly 10 body positivity příspěvků, které kromě textu obsahovaly i fotografii ženského těla, nebo 10 body positivity příspěvků zobrazujících pouze texty.



Obrázek 3. Ukázka příspěvku s fotkou



Obrázek 4. Ukázka příspěvku bez fotky



Počet 10 příspěvků jsem zvolila na základě review Rodgersové et al. (2021), podle které se nejčastěji použitý počet příspěvků pohybuje mezi 10-20. Vzhledem k délce dotazníku jsem se rozhodla přiklonit k právě 10 příspěvkům.

Nejprve jsem vybrala účty, ze kterých jsem později vybírala konkrétní příspěvky. Inspirovala jsem se u předchozích studií, které se také body positivity účty zabývaly a vybrala z nich několik účtů. Takto jsem vybrala účty: @meganjaycrabbe (Crabbe, n.d.) a @kale.themwith.kindness (Danielle Self Love Fitness Coach, n.d.). Dále jsem pomocí hashtagů #bodypositivity, #bodypositivemovement, prostřednictvím náhodného prohlížení Instagramových příspěvků a doporučení vybrala účty @feminist (Feminist, n.d.), @khal\_essie (Essie Dennis, n.d.) a @zdravasebelaska (Body respekt & Sebeláska, n.d.), který je jako jediný český. Většina účtů, která je označena hashtagem #bodypositivity nebo podobným je vedena v angličtině. Proto jsem se rozhodla vybírat jak z anglických účtů, tak jsem se rozhodla zařadit alespoň jeden český účet, který se dle mého názoru dá považovat za body positivity. Je

to z toho důvodu, že výzkum byl realizován primárně na českých participantkách, a proto mi přijde logické, aby viděly i příspěvky v jejich rodném jazyce.

Následně jsem vybírala jednotlivé příspěvky. Vybírala jsem takové, kde je ženské tělo a zároveň text, aby i po odstranění fotografie ženského těla dával příspěvek smysl. Také jsem se řídila obsahovou analýzou Cohenové, Irwinové et al. (2019), kteří ve své studii popsali tematické kategorie body positivity příspěvků. Vybrané příspěvky zastupovaly všechny kategorie. Celkem jsem vybrala 30 příspěvků. Tyto příspěvky (respektive 10 z nich – viz část Kognitivní pilotáž) jsem použila pro experimentální skupinu, která viděla příspěvky s ženským tělem. Pro druhou skupinu, která viděla příspěvky bez ženského těla, jsem použila stejné příspěvky, které jsem však upravila. V programu CorelDRAW X6 (64-Bit) jsem odstranila fotografie ženy tak, aby v příspěvku zůstal pouze text. V případě, kdy nedávalo smysl nechat text na původním místě (např. byl vpravo dole), protože by příspěvek mohl působit nereálně, jsem ho přesunula do středu.

U některých příspěvků, které v popisku odkazovaly na fotografii, jsem tuto zmínku odstranila. Například v příspěvku: „Než se začneš nenávidět proto, že máš celulitidu, vzpomeň si na to, že ji má většina žen,“ bylo v popisku napsáno, že na poslední fotce není Kim Kardashian, jak bylo uvedeno, ale Ashley Graham. Takovýto popis by upozornil na chybějící fotografii, a proto jsem ho odstranila a ponechala pouze jeho začátek. Stejnou úpravu jsem udělala i u příspěvku s fotografií, aby se experimentální podmínky lišily pouze přítomností fotografie ženy.

### *Kognitivní pilotáž*

Po výběru a úpravě jednotlivých příspěvků jsem tyto příspěvky zařadila do kognitivní pilotáže. Celkem bylo pro každou experimentální podmínku 30 snímků, celkem tedy 60. Kognitivní pilotáž probíhala formou rozhovoru s 5 ženami. Tři z nich byly mé spolužačky, dvě ve věku 21 let a třetí ve věku 22 let. Další byla má kamarádka ve věku 21 let, která studuje experimentální biologii a poslední byla má sestra ve věku 23 let, která studuje učitelství matematiky a informatiky.

Všechny ženy nejprve dostaly definici body positivity účtů a měly ji po celou dobu rozhovoru k dispozici. Pro pilotáž jsem použila definici Cohenové, Fardoulyové et al. (2019, s. 1550):

*Body positivity účty odmítají nerealistické tělesné ideály a povzbuzují ženy, aby akceptovaly a milovaly svá těla jakéhokoliv tvaru a velikosti. Body positivity příspěvky na Instagramu obvykle zobrazují ženy, které hrdě zveřejňují svá jedinečná těla a citáty a texty o přijímání těla.*

Účastnice pilotáže měly u každého příspěvku posoudit, zda se jedná o body positivity, či nikoliv. Nejprve viděly příspěvky bez ženského těla a až po jejich zhlédnutí viděly jejich druhou (originální) verzi. Bylo to z toho důvodu, že měly posoudit, zda je možné, aby upravený příspěvek viděly na Instagramu a je podle nich reálný. Další otázkou bylo, zda je pro ně příspěvek srozumitelný, jasný, dobře pochopitelný, dává smysl a v případě anglického příspěvku, jestli mu rozumí. Záměrně jsem pro pilotáž vybrala ženy z cílové skupiny s různou úrovní angličtiny, aby vybrané příspěvky byly ideálně všem srozumitelné. U příspěvků, kde byly fotografie žen, jsem se jich ptala, zda autorka a její postava neruší myšlenku příspěvku a jestli se stále jedná o body positivity příspěvek. Někdo totiž může vnímat ženy na fotografiích jako splňující standardní ideály krásy. Poslední otázkou bylo, kterých 10 příspěvků by zařadily do dotazníku s tím, že se muselo jednat o dvě varianty stejného příspěvku, aby obě experimentální skupiny viděly totožný příspěvek.

Následně jsem ze všech pilotovaných příspěvků vybrala všechny ty, které některé z účastnic vybraly mezi svých 10. Poté jsem si vzala jednotlivé příspěvky a zjistila, co k nim jednotlivé účastnice řekly. Podmínkou pro to, abych příspěvek použila, bylo, aby se všechny účastnice shodly na tom, že ho považují za body positivity a je všem srozumitelný. Dále jsem zohledňovala i další komentáře, např. zda příspěvek neprosazuje spíše obezitu či zda by si delší text respondentky přečetly. Takto jsem vybrala 10 příspěvků, na jejichž výběru se navíc shodlo více účastnic.

Vzhledem k tomu, že se na příspěvcích objevují těla autorek, požádala jsem je o souhlas s použitím jejich příspěvků. Odpověděla však pouze autorka účtu @kale.themwith.kindness. Z toho důvodu jsem všechny příspěvky (kromě dvou od této autorky, která s použitím souhlasila) upravila tak, že zobrazují ženy z volně dostupného licencovaného zdroje Pexels (n. d.). Všechny fotografie byly vybrány tak, aby zobrazovaly ženy co nejpodobnější postavy, jako má původní autorka a aby například pózovaly podobně či zobrazovaly stejnou část těla. Protože se jedná o účty, které by některá z respondentek mohla znát a mohla by si například uvědomit, že autorka takto nevypadá, u všech příspěvků (kromě těch od autorky @kale.themwith.kindness; Danielle Self Love

Fitness Coach, n.d.) jsem změnila i název a profilovou fotografii účtu. U českých příspěvků (původně od @zdravasebelaska; Body respekt & Sebeláska, n.d.) jsem vytvořila účet s názvem „mej.se.rada.“. Anglické příspěvky (původních autorek @meganjaynecrabbe (Crabbe, n.d.) a @feminist (Feminist, n.d.) jsem sjednotila do smyšleného účtu „bodypositivity.movement“.

### 2.3.2 Negativní nálada před měřením

Pro měření negativní nálady jsem použila 100mm horizontální vizuální analogovou škálu. Póly škál byly: *vůbec ne*, *velmi* a zadání znělo: „Jak se právě teď cítíte?“. Účastnice reagovaly na pět příslovčí – šťastně, úzkostně, sebejistě, našťvaně, depresivně. Tyto příslovce použily např. i Tiggemannová a Andrewová ve své studii (2012). Odpovědi na „šťastně“ a „sebejistě“ byly kódovány opačně. Celkové skóre bylo rovno průměru vzdálenostem.

Škála na získaných datech vykazuje poměrně dobrou vnitřní konzistenci (McDonaldova  $\omega = 0,85$ , 95%  $CI = 0,81; 0,88$ ). Validitu jsem ověřila pomocí jednofaktorového modelu v rámci konfirmační faktorové analýzy. Výsledky nejsou zcela ideální ( $SRMR = 0,05$ ,  $\chi^2(5) = 17,19$ ,  $p = 0,004$ ,  $RMSEA = 0,15$ , 90%  $CI = 0,08; 0,23$ ,  $TLI = 0,88$ ). Důvodem těchto horších hodnot může být reziduální kovariance některých položek ( $cov(\text{sebejistě, šťastně}) = 92,18$ ,  $cov(\text{našťvaně, depresivně}) = 14,12$ ,  $cov(\text{úzkostně, depresivně}) = 19,05$ ). U chí-kvadrátu může hrát roli malý vzorek.

### 2.3.3 Rysová sebe-objektifikace

Pro měření rysové sebe-objektifikace jsem použila The Likert Version of the Self-Objectification Questionnaire (LSOQ; Wollast et al., 2021). Dotazník obsahuje 10 položek – 5 zaměřených na vzhled (váha, sex appeal, fyzická atraktivita, silné/vypracované svaly, míry) a 5 zaměřených na kompetence (zdraví, síla, míra energie, fyzická zdatnost, fyzická koordinace). U každé mají respondenti za úkol ohodnotit, jak velký vliv má daný atribut na jejich body image, a to pomocí 11 bodové Likertovy škály. Tato verze vykazuje lepší psychometrické vlastnosti než původní dotazník Fredricksonové et al. (1998) The Self-Objectification Questionnaire (Wollast et al., 2021).

Výsledná míra sebe-objektifikace se vypočítá pomocí rozdílu průměrného hodnocení položek vzhledu a průměrného hodnocení položek

zaměřených na kompetence. Vyšší hodnoty pak značí vyšší míru sebe-objektifikace (Vandenbosch & Eggermont, 2012).

Škála na získaných datech taktéž vykazuje uspokojivou vnitřní konzistenci (McDonaldova  $\omega = 0,78$ , 95%  $CI = 0,74; 0,83$ ). Zde jsem na základě studie Wollasta et al. (2021) předpokládala dvou faktorový model, protože se zde vyskytují položky zaměřené na vzhled a na kompetence. Výsledky nejsou uspokojivé ( $SRMR = 0,10$ ,  $\chi^2(35) = 207,16$ ,  $p < 0,001$ ,  $RMSEA = 0,14$ , 90%  $CI = 0,12; 0,16$ ,  $TLI = 0,72$ ). Horší výsledky mohla způsobit reziduální kovariance některých proměnných ( $cov(\text{zdraví, energie}) = 1,00$ ,  $cov(\text{síla, svaly}) = 2,25$ ,  $cov(\text{energie, svaly}) = 0,82$ ,  $cov(\text{zdatnost, svaly}) = 2,33$ ,  $cov(\text{fyzická koordinace, svaly}) = 0,69$ ,  $cov(\text{váha, míry}) = 2,34$ ) a velikost vzorku. Vzhledem k tomu, že původní škála Fredricksonové et al. (1998) by měla být jednofaktorová, ověřovala jsem i tuto strukturu, která má však ještě horší parametry ( $SRMR = 0,10$ ,  $\chi^2(35) = 207,16$ ,  $p < 0,001$ ,  $RMSEA = 0,16$ , 90%  $CI = 0,14; 0,18$ ,  $TLI = 0,62$ ). Explorační faktorová analýza pak navrhuje dvou faktorový model, nicméně položku silné/vypracované svaly řadí do faktoru ke kompetencím. Ani jedna možnost tak není uspokojivá.

### 2.3.4 Stavová sebe-objektifikace

#### *Ten statements test*

Stavovou sebe-objektifikaci jsem měřila pomocí upravené 10 položkové verze Twenty statements testu (Fredrickson et al., 1998). Tuto verzi použili i autoři předchozích výzkumů s experimentálním designem (např. Cohen, Fardouly et al., 2019).

Respondenti se v tomto testu popíší pomocí 10 vět začínajících slovy „Já jsem.“ Jejich odpovědi jsou pak kódovány do 6 kategorií – tvar a velikost těla, další fyzický vzhled, fyzické kompetence, rysy či schopnosti, stavy a emoce, smíšené či nekódovatelné. Výsledné skóre odpovídá počtu odpovědí spadajících do prvních dvou kategorií, které značí sebe-objektifikaci. Vyšší skóre ukazuje na vyšší sebe-objektifikaci. Nabývá hodnot od 0 do 10.

Data byla kódována celkem dvěma osobami. Jednou jsem je kódovala já a nezávisle na mně druhý kódér, který nevěděl, co je cílem výzkumu a není studentem psychologie a jeho kódování by tedy mělo být nezaujaté. Po kódování jsme obě verze srovnali (shoda posuzovatelů ve výsledné míře stavové sebe-objektifikace (tedy počtu prvních dvou

kategorií) byla velice uspokojivá – Cohenova  $\kappa = 0,78$ , 95%  $CI = 0,71; 0,86$ ) a snažili jsme se dojít k výslednému kódování, se kterým budeme oba souhlasit. Nejdůležitější bylo shodnout se na kódování kategorií 1 a 2 (tvar a velikost těla, další fyzický vzhled), protože ty určují výslednou míru sebe-objektifikace. V případě, kdy se naše kódování rozcházel, jsme se snažili dojít ke společnému konsenzu s tím, že poslední slovo měl druhý kódující, protože neznal detaily výzkumu, a tudíž ho považuji za nezaujatého. K tomu ale docházelo převážně u kategorií 3-6, kde rozdíl neovlivní výslednou míru sebe-objektifikace. V několika případech jsme se neshodli na kódování prvních dvou kategorií. Zde jsme obvykle došli k závěru, že je tvrzení možno chápat více způsoby (a zařadit ho do více kategorií), a tudíž jsme ho kódovali jako poslední kategorii (smíšené či nekódovatelné).

Validitu této metody, jsem se rozhodla ověřit pomocí souběžné validity. Vzhledem k tomu, že obě měření závislé proměnné (Ten statements test a subškála OBCS Body Surveillance scale) mají měřit stavovou sebe-objektifikaci, předpokládám, že spolu souvisí. Skutečná hodnota korelace je však  $r = 0,16$ ,  $p = 0,049$ . Z toho usuzuji, že obě měření neměří stejný konstrukt. Za předpokladu, že subškála OBCS Body Surveillance scale měří stavovou sebe-objektifikaci, by tak mohla být narušena validita této metody.

#### *Body Surveillance subscale*

Vzhledem k možnému nevyplnění Ten statements testu, jsem stavovou sebe-objektifikaci měřila i pomocí Body Surveillance subscale, což je jedna ze subškál škály Objectified Body Consciousness Scale (OBCS; McKinley & Hyde, 1996). Tato škála obvykle měří rysovou sebe-objektifikaci, nicméně další autoři její subškálu používají pro měření stavové sebe-objektifikace (např. Breines et al., 2008; Tiggemann & Andrew, 2012b). Tu upravují pomocí přidání slov „right now“ do každého tvrzení. Nikde však není k dispozici plné znění upravené verze, a proto není jasné, jak se autoři vypořádávají s tím, že některá tvrzení se po této úpravě stanou téměř stejnými. Z tohoto důvodu jsem nechtěla škálu použít pro primární měření stavové sebe-objektifikace. Tato upravená verze subškály má však poměrně dobré psychometrické vlastnosti (vnitřní konzistence  $\alpha = 0,74-0,83$  ve čtyřech experimentálních podmínkách ve studii Tiggemannové a Andrewové (tamtéž)).

Osm tvrzení je hodnoceno na 7bodové Likertově škále (1 = *silně nesouhlasím*, 7 = *silně souhlasím*). Míra stavové sebe-objektifikace v tomto testu odpovídá sumě skóre u všech tvrzení a nabývá hodnot od 8 do 56. Vyšší skóre reprezentují vyšší míru stavové sebe-objektifikace.

Vnitřní konzistence škály je opravdu dobrá (McDonaldova  $\omega = 0,83$ , 95%  $CI = 0,80; 0,87$ ). Výsledky konfirmační faktorové analýzy jsou až na hodnotu RMSEA a TLI vcelku uspokojivé ( $SRMR = 0,06$ ,  $\chi^2(20) = 63,40$ ,  $p < 0,001$ ,  $RMSEA = 0,11$ , 90%  $CI = 0,08; 0,14$ ,  $TLI = 0,88$ ). Horší hodnoty můžeme vysvětlit mírnou reziduální kovariancí některých položek ( $cov(\text{položka 2, položka 3}) = 0,38$ ,  $cov(\text{položka 3, položka 8}) = 0,54$ ).

### 2.3.5 Postoj k body positivity příspěvkům

Postoj k body positivity příspěvkům jsem měřila pomocí tří tvrzení a míry souhlasu s nimi na 5bodové Likertově škále (1 = *rozhodně nesouhlasím*, 5 = *rozhodně souhlasím*). Vzhledem k tomu, že není dostupná měřicí škála postoje k body positivity příspěvkům (a že se jedná pouze o kontrolní měření), rozhodla jsem se postoj měřit pomocí vlastních tvrzení. Vycházela jsem ze tří složek postojů, a sice kognitivní, afektivní a behaviorální. Každou složku reprezentovalo jedno tvrzení (viz Přílohy). Výsledné skóre bylo rovno průměru odpovědí na položky.

Škála na získaných datech vykazuje poměrně uspokojivou reliabilitu (McDonaldova  $\omega = 0,77$ , 95%  $CI = 0,71; 0,83$ ). Validitu jsem ověřila pomocí konfirmační faktorové analýzy, s předpokládaným jednofaktorovým modelem. Ten byl analýzou podpořen ( $SRMR = 0,00$ ,  $\chi^2(0) = 0,00$ ,  $RMSEA = 0,00$ , 95%  $CI = 0,00; 0,00$ ,  $TLI = 1,00$ ). Vzhledem k tomu, že škála má pouze tři položky, a v důsledku toho žádné stupně volnosti, může se jednat o tzv. just-identified-model (Raykov et al., 2013). Z tohoto důvodu tak konfirmační faktorová analýza vychází velice dobře, nicméně nemůžeme tvrdit, že model opravdu adekvátně sedí na data.

## 2.4 Analýza dat

Vzhledem k preregistraci celé metody jsem se ještě před sběrem dat rozhodla data analyzovat pomocí vícenásobné lineární regrese. Protože získaná data stavové sebe-objektifikace měřené pomocí Ten statements testu nebyla spojitá, nakonec jsem použila ordinální regresi, což byla jediná změna oproti preregistraci. Experimentální podmínka zde bude

zastoupena v podobě kategorického prediktoru. Rysová sebe-objektifikace, nálada a postoj k body positivity příspěvkům budou rovněž použity jako prediktory a všechny budou přidávány do regrese hierarchicky v blocích.

V preregistraci jsem uvedla, že v případě, kdy by se nepodařilo se sbírat dostatek dat s vyplněným Ten statements testem, účastnice vyplnily i druhé měření stavové sebe-objektifikace, které by bylo místo Ten statements testu použito. V případě, že se podaří nasbírat data od 142 účastnic a více, které vyplní Ten statements test, budou respondentky, které ho nevyplnily, odstraněny.

Pro ověření hypotéz a posouzení statistické signifikance jednotlivých prediktorů budu pracovat s hladinou významnosti  $\alpha = 0,05$ .

Reliabilitu jednotlivých škál budu posuzovat pomocí vnitřní konzistence (McDonaldova  $\omega$ ). Validitu pomocí konfirmační analýzy u prediktorů a stavové sebe-objektifikace měřené pomocí subškály OBCS. U stavové sebe-objektifikace měřené pomocí Ten statements testu budu ověřovat reliabilitu pomocí shody posuzovatelů (Cohenova  $\kappa$ ) a validitu pomocí souběžné validity.

K práci s daty a k jejich analýze využiji softwary Microsoft Excel, IBM SPSS Statistics 28.0, Jasp 0.16.1.0 a Jamovi 2.3.21.



## 3 Výsledky

### 3.1 Čištění dat

Celkem jsem získala 266 odpovědí, z čehož jsem použila 158 pro primární analýzu. Celkem 59 lidí nedokončilo dotazník. Vzhledem k předem stanovené podmínce vyplnění Ten statements testu byli všichni odstraněni. Ze stejného důvodu bylo vyřazeno dalších 33 žen.

Z důvodu nesplnění podmínek účasti ve výzkumu bylo vyřazeno celkem 15 osob. Z důvodu nesplnění podmínky pohlaví byl dotazník automaticky ukončen 7 lidem a z důvodu jiného věku či jeho neuvedení byl ukončen 8 lidem.

Posledním důvodem pro vyřazení z analýzy bylo zpětné odvolání souhlasu s účastí ve výzkumu, k čemuž respondentky dostaly možnost po debriefingu. Této možnosti využila pouze jedna respondentka.

### 3.2 Popisné statistiky

#### 3.2.1 Prediktory

V těchto popisných statistikách pracuji se vzorkem  $N = 158$ , který vznikl na základě preregistrovaných exkluzivních kritérií, jak popisují výše.

První prediktor, experimentální skupina, nabývá dvou hodnot: 1 = skupina, která viděla body positivity příspěvky s ženským tělem, 0 = skupina, která viděla body positivity příspěvky bez ženského těla. V obou skupinách byl stejný počet účastnic ( $N = 79$ ).

Dalším prediktorem byla negativní nálada, která se pohybovala v rozmezí od  $min = 1,00$  do  $max = 87,80$  (s možným  $min = 0$  a  $max = 100$ ) a průměrnou hodnotou  $M = 37,24$ ,  $SD = 20,00$ . Přesným středem pak byla hodnota  $Med = 34,20$ . Rozložení bylo mírně zprava zešikmené (šikmost = 0,49, špičatost = -0,58). Z těchto informací můžeme uvažovat, že účastnice měly negativní náladu, nicméně její míra se převážně pohybovala spíše v nižších hodnotách. Míra negativní nálady se nijak výrazně nelišila ani mezi experimentálními skupinami.

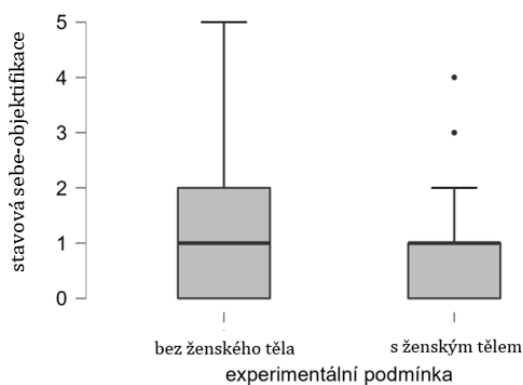
Mezi prediktory jsem zařadila i rysovou sebe-objektifikaci, která v průměru dosahovala hodnoty  $M = -0,26$ ,  $SD = 1,95$ . Nejnižší hodnotou rysové sebe-objektifikace byla  $min = -5,20$ , naopak nejvyšší  $max = 4,20$ . Rozložení bylo normální (šikmost = 0,09, špičatost = -0,25). Vzhledem k tomu, že možný rozsah hodnot byl od -11 do 11, můžeme usuzovat, že většina respondentek dosahovala spíše středových hodnot, které značí určitou míru sebe-objektifikace, nicméně jen u některých mírně vyšší. Téměř stejnou míru rysové sebe-objektifikace vykazovaly obě skupiny.

Posledním prediktorem byl postoj k body positivity příspěvkům. Průměrnou hodnotou je  $M = 3,38$ ,  $SD = 0,94$ , z čehož můžeme usuzovat, že postoj respondentek byl spíše pozitivní. Nejnižší hodnotou postoje byla  $min = 1$ , nejvyšší pak  $max = 5$ . Rozložení této proměnné bylo přibližně normální (šikmost = -0,16, špičatost = -0,55). Stejně jako u ostatních prediktorů ani u tohoto nejsou výrazné rozdíly mezi experimentálními skupinami.

### 3.2.2 Stavová sebe-objektifikace

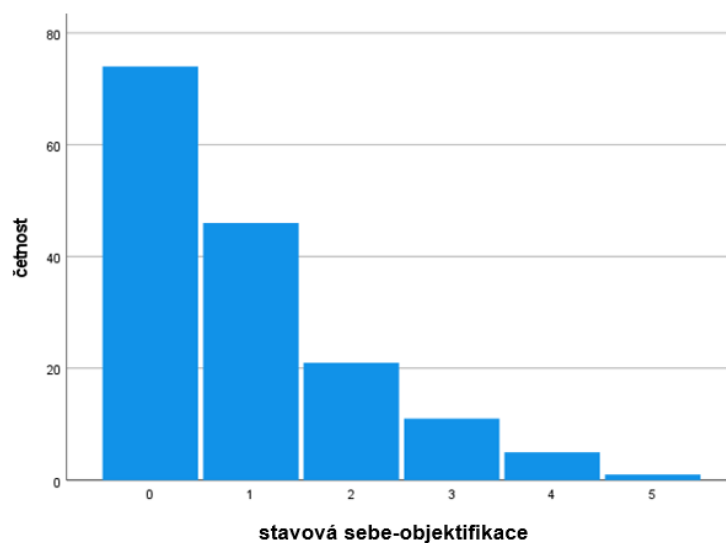
Stavová sebe-objektifikace měřená pomocí Ten statements testu může nabývat hodnot od 0 do 10. Maximální hodnoty sebe-objektifikace nedosáhla žádná z účastnic. Respondentky dosahovaly spíše nižších hodnot ( $min = 0$ ,  $max = 5$ ). To značí i průměr napříč skupinami  $M = 0,92$ ,  $SD = 1,13$ . Pokud srovnáme hodnoty průměrů u jednotlivých skupin, průměr je mírně vyšší u skupiny, která viděla příspěvky bez ženského těla ( $M_{bez\ těla\ ženy} = 0,95$ ,  $SD = 1,18$ ), nicméně se jedná o pouze drobný rozdíl ( $M_{s\ tělem\ ženy} = 0,90$ ,  $SD = 1,08$ ), což můžeme vidět i na grafu 1.

**Graf 1. Průměrné hodnoty stavové sebe-objektifikace (Ten statements test) v jednotlivých experimentálních skupinách**



U této proměnné jsou zajímavé také četnosti jednotlivých hodnot. Nejen, že nikdo nedosáhl možného maxima, ale téměř polovina respondentek dosáhla nulové hodnoty, jak můžeme vidět na grafu 2. Domnívám se, že již při pohledu na tyto hodnoty je na místě uvažovat, zda měřicí nástroj (Ten statements test) dokáže odhalit míru stavové sebe-objektifikace, když téměř polovina respondentek měla hodnotu 0. Toto rozložení jsem se snažila upravit pomocí Box-Cox transformace. Ta ale nebyla úspěšná, protože i po transformaci bylo rozložení téměř stejné, a proto jsem pracovala s netransformovanými daty.

**Graf 2. Rozložení závislé proměnné měřené pomocí Ten statements testu**



Nejčastěji kódovanou kategorií u vět „Já jsem“ byla kategorie rysy či schopnosti ( $N = 939$ ), která tvořila téměř 60 % všech kódů (z celkových 1580). Druhou nejčastější byla kategorie smíšené či nekódovatelné ( $N = 283$ ) a následovala kategorie stavy a emoce ( $N = 161$ ). Druhou a třetí kategorií od konce v počtu kódů byly kategorie určující míru stavové sebe-objektifikace, a sice tvar a velikost těla ( $N = 53$ ) a další fyzický vzhled ( $N = 93$ ). Nejméně častou kategorií byla kategorie fyzické kompetence ( $N = 51$ ).

Stavová sebe-objektifikace nijak výrazně nekoreluje s prediktory, což můžeme vidět v tabulce 1. Souvislost nemůžeme vidět ani mezi prediktory. Jedinou výraznější korelaci můžeme vidět u stavové sebe-objektifikace měřené pomocí subškály OBCS s rysovou sebe-objektifikací a negativní náladou.

**Tabulka 1. Korelace prediktorů a závislých proměnných**

proměnná	stavová sebe-objektifikace (Ten statements test)	postoj k body positivity	rysová sebe-objektifikace	negativní nálada	stavová sebe-objektifikace (OBCS)
stavová sebe-objektifikace (Ten statements test)	—				
postoj k body positivity	-0,02	—			
rysová sebe-objektifikace	0,13	-0,02	—		
negativní nálada	0,06	-0,02	0,14	—	
stavová sebe-objektifikace (OBCS)	0,16	0,01	0,37	0,34	—

### 3.3 Položková analýza měření postoje k body positivity příspěvkům

Validitu a reliabilitu jednotlivých škál jsem komentovala již v metodě. Protože pro měření postojů jsem nepoužila standardizovanou škálu, ale

měření jsem vytvořila, rozhodla jsem se podívat i na jednotlivé položky této škály.

Jak můžeme vidět v tabulce 2, původní Cronbachova  $\alpha$  by se mírně zvýšila pouze při odebrání poslední položky, avšak stále se pohybuje v původním intervalu spolehlivosti (Cronbachova  $\alpha = 0,75$ , 95%  $CI = 0,69; 0,81$ ).

**Tabulka 2. Položková analýza měření postoje**

položka	Cronbachova $\alpha$ pokud by byla položka odstraněna	korelace položky s ostatními	<i>M</i>	<i>SD</i>
kognitivní složka	0,71	0,59	3,87	0,86
emocionální složka	0,55	0,69	3,51	1,08
behaviorální složka	0,77	0,56	2,74	1,47

Položky spolu také poměrně výrazně korelují. Nejvíce s ostatními koreluje položka dotazující se na emocionální složku postoje. Tato korelace tak může vysvětlit nízkou jedinečnost položky a zároveň velký faktorový náboj (za použití metody extrakce minimálních residuů a rotace oblique – GeominQ; viz tabulka 3.) Kvůli její souvislosti je však výrazně lepší vnitřní konzistence měření.

**Tabulka 3. Faktorové náboje a jedinečnost položek v měření postoje**

	faktorový náboj pro faktor 1	jedinečnost
emocionální složka	0,92	0,16
kognitivní složka	0,70	0,52
behaviorální složka	0,62	0,61

## 3.4 Ordinální regrese

### 3.4.1 Ověření předpokladů

Ordinální regrese předpokládá, že závislá proměnná je ordinální. Vzhledem k rozložení stavové sebe-objektifikace jsem se rozhodla o ní uvažovat spíše jako o ordinální, a proto předpoklad považuji za splněný. Dalším předpokladem je absence multikolinearity. Protože nejnížší hodnotou  $VIF$  byla  $VIF = 1,00$  a nejvyšší  $VIF = 1,03$ , a hodnota tolerance byla u všech prediktorů vyšší než 0,2 (konkrétně  $tolerance_{min} = 0,98$  a  $tolerance_{max} = 1,00$ ), považuji tento předpoklad za splněný. Posledním předpokladem je předpoklad proporciálních šancí (proportional odds). Ověřila jsem ho pomocí Test of parallel lines, který ukázal statisticky signifikantní výsledek ( $p < 0,001$ ). Z tohoto důvodu považuji předpoklad za narušený, nicméně vzhledem k nevhodnosti dalších modelů jsem se rozhodla i tak s ním pracovat.

### 3.4.2 Výsledky ordinální regrese

Pro otestování hypotézy jsem použila model hierarchické ordinální regrese. Pracovala jsem s následující nulovou a alternativní hypotézou:

**H<sub>0</sub>:** Mezi ženami zhlízejícími body positivity příspěvky zobrazující ženská těla a ženami zhlízejícími body positivity příspěvky nezobrazující ženská těla není rozdíl ve stavové sebe-objektifikaci.

**H<sub>1</sub>:** Ženy zhlízející body positivity příspěvky zobrazující ženská těla mají vyšší míru stavové sebe-objektifikace než ženy zhlízející body positivity příspěvky nezobrazující ženská těla.

Z první části regresní analýzy vyplývá, že experimentální podmínka signifikantně nepredikuje stavovou sebe-objektifikaci ( $B = -0,02$ ;  $p = 0,951$ , 95% CI  $B = -0,60$ ;  $0,56$ ,  $OR = 0,98$ ). Model nevysvětluje žádný rozptyl ( $R^2 = 0,00$ ) závislé proměnné. Vzhledem k výrazné nesignifikanci a intervalovému odhadu regresního koeficientu tedy nebyla podpořena alternativní hypotéza a přikláním se tak k nulové hypotéze, a sice že mezi ženami zhlízejícími body positivity příspěvky zobrazující ženská těla a ženami zhlízejícími body positivity příspěvky nezobrazující ženská těla není rozdíl ve stavové sebe-objektifikaci.

V dalších blocích v tabulce 4 lze vidět, že ani ostatní prediktory signifikantně nepredikují stavovou sebe-objektifikaci. Celý model vysvětluje pouze 1 % rozptylu závislé proměnné ( $R^2 = 0,01$ ).

**Tabulka 4. Regresní koeficienty**

model	prediktor	<i>B</i>	95% interval spolehlivosti pro <i>B</i>		SE	p-hodnota	OR
			spodní hranice	horní hranice			
1	experimentální podmínka	-0,02	-0,60	0,56	0,30	0,951	0,98
2	experimentální podmínka	-0,04	-0,63	0,54	0,30	0,881	0,96
	rysová sebe-objektifikace	0,11	-0,04	0,26	0,08	0,155	1,12
3	experimentální podmínka	-0,04	-0,63	0,54	0,30	0,882	0,96
	rysová sebe-objektifikace	0,11	-0,04	0,27	0,08	0,158	1,12
	negativní nálada	-0,00	-0,02	0,02	0,01	0,965	1,00
4	experimentální podmínka	-0,04	-0,63	0,54	0,30	0,884	0,96
	rysová sebe-objektifikace	0,11	-0,04	0,27	0,08	0,159	1,12
	negativní nálada	-0,00	-0,02	0,02	0,01	0,983	1,00
	postoj k body positivity	0,04	-0,28	0,36	0,16	0,801	1,04

Vzhledem k nesplnění předpokladu proporciálních šancí jsem udělala i sérii tří binomických logistických regresí, kde do regrese vstupovaly respondentky s hodnotami stavové sebe-objektifikace 0 a 1; 2 a 3; 4 a 5. Toto rozdělení jsem použila, protože dává smysl z teoretického hlediska – nulová, mírná a střední sebe-objektifikace. Vzhledem k tomu, že do poslední skupiny však spadá pouze 6 respondentek a pouze jedna z nich měla hodnotu 5 (čímž byl i zde porušen předpoklad proporciálních šancí), dává smysl posuzovat regresní koeficienty spíše u ostatních modelů. Ve všech třech však experimentální podmínka vycházela jako nonsignifikantní prediktor stavové sebe-objektifikace a stejně tak i ostatní prediktory. V modelu s nulovou sebe-objektifikací měly navíc koeficienty

velmi podobné hodnoty, jako v původním modelu ( $B = 0,33$ ;  $p = 0,407$ , 95% CI  $B = -0,44$ ;  $1,09$ ,  $OR = 1,38$ ). Tento model vysvětluje 5 % ( $R^2 = 0,05$ ) rozptylu závislé proměnné. Obdobné hodnoty nacházíme i v druhém modelu s mírnou sebe-objektifikací ( $B = 0,02$ ;  $p = 0,979$ , 95% CI  $B = -1,52$ ;  $1,56$ ,  $OR = 1,02$ ), který vysvětluje procento rozptylu závislé proměnné ( $R^2 = 0,01$ ). Zohledněním i dílčích modelů se tedy můžeme přiklonit k nulové hypotéze.

### 3.5 Explorativní analýzy

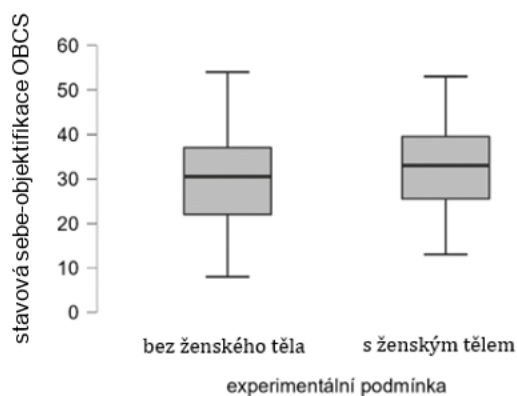
Primární měření stavové sebe-objektifikace (Ten statements test) nevyplnilo 33 respondentek. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla v rámci explorativní analýzy spočítat lineární regresi s použitím hodnot stavové sebe-objektifikace měřené pomocí druhého měření OBCS Body Surveillance subscale, které v první analýze nebylo vůbec použité.

#### 3.5.1 Popisné statistiky stavové sebe-objektifikace měřené pomocí subškály OBCS – Body Surveillance subscale

Stavová sebe-objektifikace měřená druhým měřením dosahovala průměrné hodnoty  $M = 31,10$ ,  $SD = 9,65$ . Nejnižší hodnotou u vzorku  $N = 187$  byla hodnota  $min = 8$  a naopak nejvyšší  $max = 54$ . Proměnná je rozložená přibližně normálně (šikmost =  $0,03$ , špičatost =  $-0,60$ ). Při pohledu na graf 3 vidíme, že ačkoliv je průměrná hodnota mírně nižší u skupiny, která viděla příspěvky bez těla ženy, po zohlednění intervalů spolehlivosti se hodnoty obou skupin téměř překrývají.



**Graf 3. Průměrné hodnoty stavové sebe-objektifikace (OBCS) v jednotlivých experimentálních skupinách**

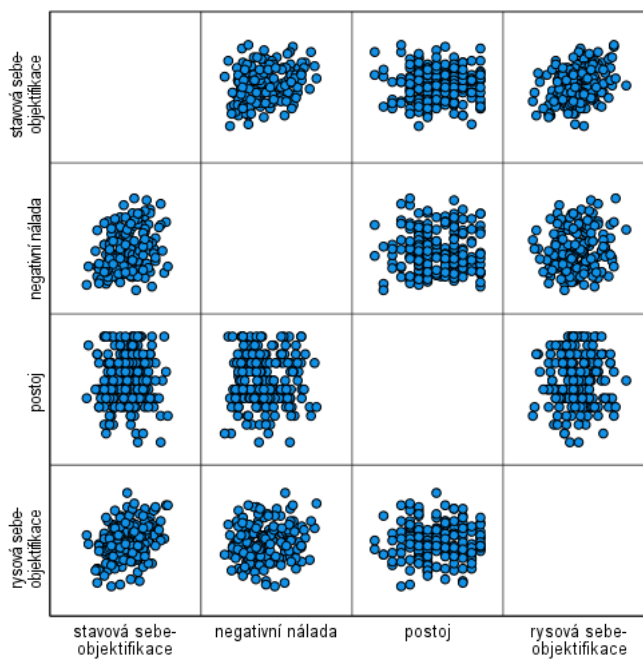


### 3.5.2 Lineární regrese s použitím stavové sebe-objektifikace měřené pomocí subškály OBCS – Body Surveillance subscale jako závislé proměnné

#### Ověření předpokladů

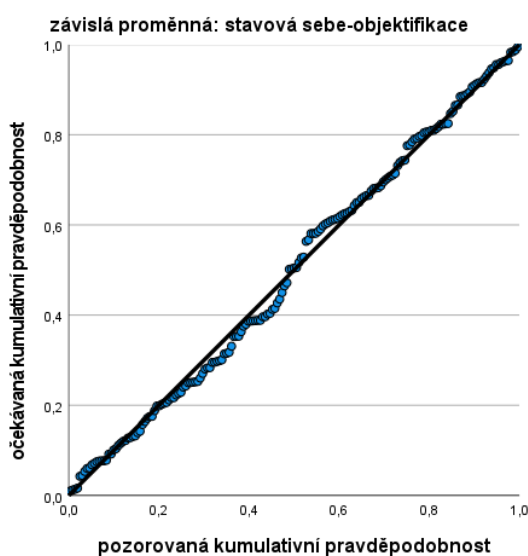
Vztah prediktorů se závislou proměnnou měřenou pomocí subškály OBCS je viditelný (graf 4) a nevykazuje známky nelinearity.

**Graf 4. Bodová matice k ověření předpokladu linearity**



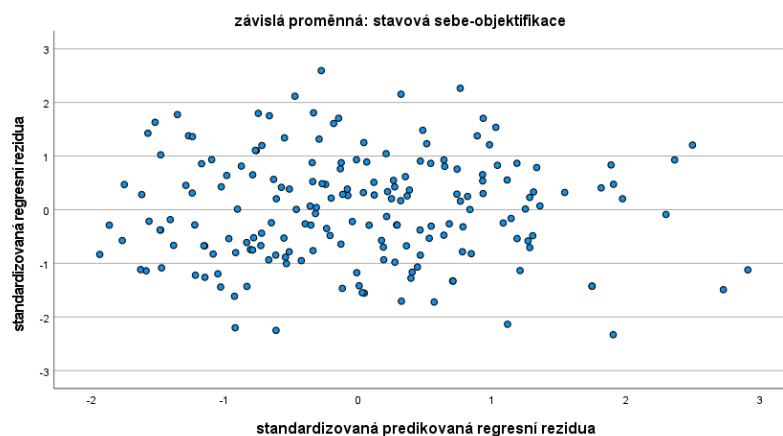
V datech se nevyskytuje multikolinearita, protože nejnižší hodnota  $VIF$  byla  $VIF = 1,00$  a nejvyšší  $VIF = 1,03$ , a hodnota tolerance u všech prediktorů dosahovala nejnižší hodnoty  $tolerance_{min} = 0,98$  a nejvyšší  $tolerance_{max} = 1,00$ . V tabulce č. 1 také nevidíme jakoukoliv výraznou korelaci mezi prediktory (všechna  $r < 0,5$ ), čímž je zároveň naplněn předpoklad aditivity. V datech se rovněž nevyskytují výrazně odlehlé hodnoty, což dokazuje i maximální hodnota Cookovy vzdálenosti  $Cookova\ vzdálenost_{max} = 0,06$ . I další předpoklad, a sice normalita reziduí závislé proměnné, na základě grafu 5 považuji za splněný.

Graf 5. P-P graf standardizovaných regresních reziduí



Vzhledem k podobě grafu 6 považuji za splněný i předpoklad homoskedasticity reziduí. Rezidua rovněž považuji za nezávislá, protože hodnota Durbin-Watsonova testu dosáhla hodnoty  $Durbin-Watson = 1,93$ .

**Graf 6. Bodový graf standardizovaných reziduí a standardizovaných predikovaných hodnot**



#### *Test hypotézy a přínos jednotlivých prediktorů*

Z první části regresní analýzy vyplývá, že experimentální podmínka ani v tomto modelu není signifikantním prediktorem stavové sebe-objektifikace. Tento model vysvětluje necelé 1 % ( $R^2 = 0,008$ ) rozptylu závislé proměnné (stavové sebe-objektifikace). Model se stavovou sebe-objektifikací měřenou pomocí subškály OBCS tedy dále podporuje nulovou hypotézu.

Rysová sebe-objektifikace je v tomto modelu signifikantním prediktorem stavové sebe-objektifikace, jak můžeme vidět v tabulce 5. Navíc po jejím přidání model vysvětluje 14,3 % rozptylu závislé proměnné ( $R^2 = 0,143$ ,  $\Delta R^2 = 0,136$ ). K vysvětlení rozptylu přispívá i negativní nálada, se kterou model vysvětluje přibližně 23 % rozptylu závislé proměnné ( $R^2 = 0,230$ ,  $\Delta R^2 = 0,087$ ), a která je rovněž signifikantním prediktorem stavové sebe-objektifikace. V tomto modelu je společně s experimentální podmínkou nesignifikantním prediktorem postoj k body pozitivě. Jeho přidáním se vysvětlený rozptyl téměř nezvýšil ( $R^2 = 0,231$ ,  $\Delta R^2 = 0,001$ ).

## VÝSLEDKY

**Tabulka 5. Koefficienty lineární regrese**

Model	nestandardizované koeficienty		standardizované koeficienty	$t$	p hodnota	95% interval spolehlivosti pro $B$	
	$B$	$SE$	$\beta$			spodní hranice	horní hranice
1 experimentální podmínka	1,69	1,41	0,09	1,20	0,233	-1,10	4,47
2 experimentální podmínka	1,18	1,32	0,06	0,90	0,372	-1,42	3,78
rysová sebe-objektifikace	1,78	0,33	0,37	5,40	<0,001	1,13	2,43
3 experimentální podmínka	1,46	1,25	0,08	1,16	0,247	-1,02	3,93
rysová sebe-objektifikace	1,58	0,32	0,33	4,97	<0,001	0,95	2,20
negativní nálada	0,15	0,03	0,30	4,55	<0,001	0,08	0,21
4 experimentální podmínka	1,46	1,26	0,08	1,16	0,247	-1,02	3,94
rysová sebe-objektifikace	1,58	0,32	0,33	4,97	<0,001	0,95	2,20
negativní nálada	0,15	0,03	0,30	4,55	<0,001	0,08	0,21
postoj k body positivity	0,20	0,66	0,02	0,31	0,757	-1,09	1,50

### *Výsledky bez zahrnutí žen, které nevyplnily Ten statements test*

Dotazník vyplnilo 33 žen, které přeskočily, nebo nevyplnily celý Ten statements test. Protože však vyplnily druhé měření stavové sebe-objektifikace, do druhé analýzy jsem je zařadila. Nevím však, zda se tyto ženy, co vyplnily pouze druhé měření stavové sebe-objektifikace liší (a

případně jak) od těch, co vyplnily obě měření. Proto zde uvádím i výsledky bez zahrnutí těchto žen – tedy s použitím totožného vzorku, jako při analýze s Ten statements testem (vzorek 1).

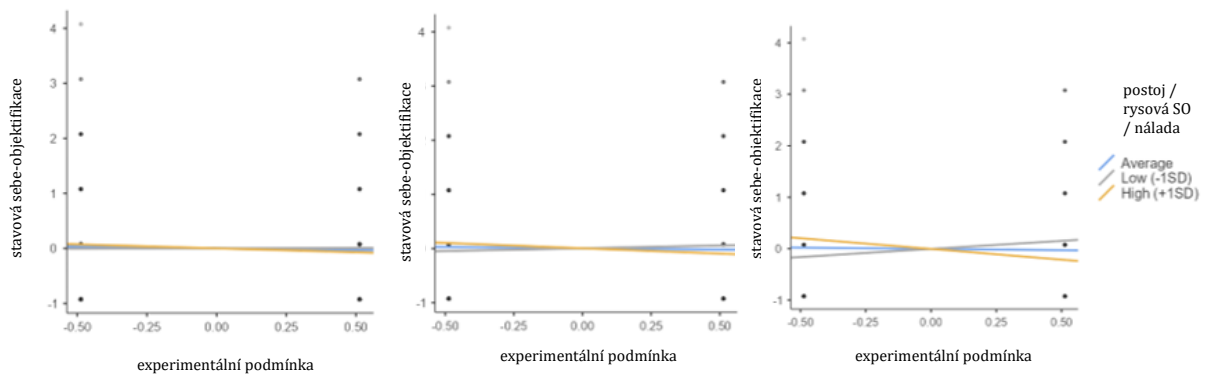
Při zahrnutí pouze žen, které vyplnily obě měření, je experimentální podmínka signifikantním prediktorem stavové sebe-objektifikace ( $B = 3,18$ ,  $\beta = 0,17$ ,  $p = 0,040$ , 95% CI  $B = 0,14; 6,22$ ). Celý model vysvětluje přibližně 3 % ( $R^2 = 0,027$ ) rozptylu závislé proměnné. Vzhledem k signifikanci a koeficientům lineární regrese tak lze uvažovat o alternativní hypotéze, a sice že ženy zhlížející body positivity přispěvky zobrazující ženská těla mají vyšší míru stavové sebe-objektifikace než ženy zhlížející body positivity přispěvky nezobrazující ženská těla. Ačkoli p-hodnota u tohoto prediktoru je poměrně hraniční s hodnotou  $\alpha = 0,05$  a velikost efektu není velká (Cohenovo  $d = -0,33$ ,  $t(152) = -2,07$ ,  $p = 0,040$ ).

### 3.5.3 Moderační role rysově sebe-objektifikace, nálady a postoje k body positivity

V rámci explorativní analýzy jsem zkusila použít prediktory jako moderační členy vztahu experimentální podmínky a stavové sebe-objektifikace. Pro tyto analýzy jsem použila stavovou sebe-objektifikaci měřenou Ten statements testem, protože to bylo, i dle preregistrace, pro moji práci primární měření.

Rysová sebe-objektifikace vztah experimentální podmínky se stavovou sebe-objektifikací nemoderuje ( $B = -0,05$ ,  $SE = 0,09$ ,  $\beta = -0,08$ ,  $p = 0,618$ ). To můžeme vidět i na grafu 7. Moderační efekt nepozorujeme ani u negativní nálady ( $B = -0,01$ ,  $SE = 0,01$ ,  $\beta = -0,19$ ,  $p = 0,243$ ). O moderační roli můžeme uvažovat u postoje ( $B = -0,42$ ,  $SE = 0,19$ ,  $\beta = -0,35$ ,  $p = 0,031$ ), ačkoliv jeho vliv není zas tak výrazný a u jednotlivých úrovních postoje je nesignifikantní (nízká (-1 SD):  $B = 0,31$ ,  $SE = 0,25$ ,  $p = 0,211$ ; průměrná:  $B = -0,05$ ,  $SE = 0,18$ ,  $p = 0,777$ ; vysoká (+ 1 SD):  $B = -0,42$ ,  $SE = 0,25$ ,  $p = 0,098$ ).

**Graf 7. Experimentální podmínka, stavová sebe-objektifikace, a prediktory jako možné moderátory (zleva: rysová sebe-objektifikace, negativní nálada, postoj)**



Při použití druhého měření stavové sebe-objektifikace dosáhneme stejných výsledků u rysová sebe-objektifikace ( $B = -0,32$ ,  $SE = 0,65$ ,  $\beta = -0,07$ ,  $p = 0,623$ ) i negativní nálady ( $B = -0,05$ ,  $SE = 0,07$ ,  $\beta = -0,11$ ,  $p = 0,424$ ). V tomto případě však ani postoj nemoderuje vztah experimentální podmínky a stavové sebe-objektifikace ( $B = -1,11$ ,  $SE = 1,33$ ,  $\beta = -0,11$ ,  $p = 0,403$ ).

Rysová sebe-objektifikace a negativní nálada tedy nemoderují vztah mezi experimentální podmínkou a stavovou sebe-objektifikací. U postoje můžeme o jeho moderační roli uvažovat u měření pomocí Ten statements testu.

## 4 Diskuze

Body positivity příspěvky se snaží potlačovat vliv nedosažitelných ideálů krásy a podporovat, aby byla oceňována všechna těla (Cohen, Fardouly et al., 2019). Tyto příspěvky však stále poukazují na vzhled, čímž mohou zvyšovat sebe-objektifikaci u žen, které je vidí (Cohen, Fardouly et al., tamtéž). Na sebe-objektifikaci je obvykle nahlíženo negativně, protože má řadu negativních důsledků, mezi které řadíme tělesný stud, či chování vedoucí k poruchám příjmu potravy (Fredrickson & Roberts, 1997). Vzhledem k negativním dopadům, které může sebe-objektifikace mít, je důležité zjistit, co ovlivňuje její míru a ideálně najít takové body positivity příspěvky, které ji nezvyšují. To by mohlo pomoci např. v prevenci negativního body image.

V původní Objektifikační teorii autorky (Fredrickson & Roberts, 1997) zmiňují, že ženské tělo má potenciál být objektifikováno, na základě čehož usuzuji, že jeho přítomnost v body positivity příspěvcích může ovlivňovat míru sebe-objektifikace. Cílem práce tedy bylo zjistit, jestli přítomnost ženského těla v body positivity příspěvcích vede k vyšší sebe-objektifikaci. Tuto hypotézu jsem testovala pomocí experimentu, ve kterém ženy viděly buď body positivity příspěvky s ženským tělem, nebo bez něj. Kromě toho jsem kontrolovala vliv jejich negativní nálady, rysovou sebe-objektifikaci a postoje k body positivity příspěvkům. Mnou uvažovaná hypotéza však nebyla daty podpořena. Možným vysvětlením může být objektifikační potenciál v textu, které body positivity příspěvky obsahují. Souvislost s negativní náladou a rysovou sebe-objektifikací byla statisticky významná pouze u měření pomocí subškály OBCS, kterou považuji za validnější měření. Nevypadá to, že by postoj k body positivity příspěvkům měl vliv na míru stavové sebe-objektifikace, nicméně je možné uvažovat, že s pozitivnějším postojem roste vliv ženského těla v body positivity příspěvcích na stavovou sebe-objektifikaci.

## 4.1 Výsledky

### 4.1.1 Vliv ženského těla v body positivity příspěvcích na sebe-objektifikaci

Výsledky mé práce naznačily, že přítomnost ženského těla v body positivity příspěvcích nevede k vyšší sebe-objektifikaci. Tento závěr podporují výsledky získané pomocí Ten statements testu i subškály OBCS se vzorkem zahrnující i ženy, které nevyplnily Ten statements test ( $N = 187$ ). Na opačný efekt však poukazují výsledky získané v rámci explorační studie s využitím subškály OBCS a vzorku 1 (kde byly pouze ženy, které vyplnily obě měření stavové sebe-objektifikace,  $N = 158$ ). Ty totiž malý rozdíl mezi skupinami naznačují – ženy, které viděly body positivity příspěvky s ženským tělem měly vyšší sebe-objektifikaci. Je však důležité podotknout, že tato analýza se stavovou sebe-objektifikací měřenou škálou OBCS na vzorku, ve kterém ženy vyplnily obě měření, je zcela explorativní. Tento výsledek proto nemůže být považován za silnou podporu pro hypotézu o vlivu ženského těla v body positivity příspěvcích na sebe-objektifikaci.

U výsledků získaných s použitím Ten statements testu, primární měřicí škály stavové sebe-objektifikace dle preregistrace, může být nevhodné interpretovat výsledky jako celek, protože zde nebyl dodržen jeden z předpokladů ordinální regrese, a sice předpoklad proporciálních šancí. I jednotlivé skupiny a na nich provedené analýzy, které byly provedeny v rámci korekce tohoto předpokladu, však naznačují, že bychom se měli přiklánět spíše k nulové hypotéze a nepředpokládat tedy, že přítomnost ženského těla v body positivity příspěvcích vede k vyšší sebe-objektifikaci.

Důvodem, proč ženy, které viděly příspěvky s ženským tělem nezažívají vyšší sebe-objektifikaci, může být, že rozhodující vliv nemá pouze vyobrazené tělo, ale i jen zmínka o něm. Respondentky ve druhé skupině sice ženské tělo neviděly, nicméně o něm četly. Nabízí se tedy uvažovat, že i jen text o těle zvyšuje stavovou sebe-objektifikaci. Zmínka o ženském těle by dle mého názoru mohla fungovat jako priming, který by aktivoval mentální reprezentaci těla. Což by mohlo vysvětlit shodnou míru stavové sebe-objektifikace u obou skupin. Podporou pro mou myšlenku je i studie Vandenboschové et al. (2015), kteří se rovněž o vlivu primingu na sebe-objektifikaci zmiňují.



O vlivu slovního primingu na sebe-objektifikaci mluví i předchozí výzkum Robertsové a Gettmanové (2004). Jejich studie ukazuje, že i vystavení slovům dotýkajících se vzhledu může zvyšovat stavovou sebe-objektifikaci.

Ke stejným výsledkům došla i Buchmayerová (2019), která se ve své práci zaměřila na srovnání tzv. *fitspiration* příspěvků ve třech podobách: příspěvky s fotkou, příspěvky s textem a příspěvky s fotkou i textem. Ženy po zhlédnutí příspěvků s fotkou a příspěvků s textem (bez fotky), měly stejnou míru sebe-objektifikace. Nejvyšší míru sebe-objektifikace pak vykazovaly ženy, které viděly kombinaci zmíněného. Podle autorky lze oba podněty považovat za objektifikační, protože zdůrazňují vzhled. Bohužel se hlubšímu zdůvodnění nevěnuje, nicméně i její data podporují mou myšlenku o vlivu textu na sebe-objektifikaci.

Dalším možným vysvětlením by mohlo být, že záleží na subjektivním vnímání toho, jak jsou fotografie a texty v příspěvcích objektifikační. Původní Objektifikační teorie (Fredrickson & Roberts, 1997) totiž mluví o tom, že pro výslednou sebe-objektifikaci je klíčové, zda se žena vnímá být objektifikována, nikoliv zda je opravdu objektifikována. Z toho usuzuji, že je důležitější, zda vnímáme příspěvek jako zdůrazňující vzhled, anebo nikoliv.

Tyto výsledky tedy naznačují, že spíše nedává smysl považovat body positivity příspěvky obsahující ženské tělo za objektifikační a ty, které ho nezobrazují za ne-objektifikační, jak ve své studii navrhuje Cohenová et al. (2021). Ačkoliv příspěvky bez ženského těla patří mezi ty, které zlepšují body image (Rodgers et al., 2021), je možné, že stavovou sebe-objektifikaci i tak zvyšují. Dřívější studie Cohenové, Fardoulyové et al. (2019) naznačuje, že body positivity příspěvky obecně zvyšují sebe-objektifikaci. Ve své studii použili různé druhy body positivity příspěvků (včetně těch bez fotografií), nicméně měřili jejich vliv na stavovou sebe-objektifikaci dohromady, ne u každého druhu zvlášť. Je však možné uvažovat o tom, že různé body positivity příspěvky sebe-objektifikaci zvyšují, včetně těch bez fotek. Tato úvaha však nemusí být zcela podpořena mými výsledky, protože jsem stavovou sebe-objektifikaci neměřila před i po měření, a proto nevím, zda se po vystavení mým příspěvkům vůbec zvýšila. A tudíž nemohu říct, že tyto výsledky podporují tezi, že body positivity příspěvky obecně zvyšují sebe-objektifikaci. Možným vysvětlením, proč respondentky ve studii Cohenové, Fardoulyové et al. (tamtéž) však dosáhly vyšších hodnot stavové sebe-objektifikace než respondentky v této

práci, může být, že Cohenová, Fardoulyová et al. (tamtéž) kódovali i nejednoznačné věty v Ten statements testu jako objektivizační, i když nebylo jasné, jak větu autorka zamýšlela. Podrobněji se této problematice věnuji v části 4.3.

#### **4.1.2 Vliv rysové sebe-objektifikace, negativní nálady a postoje na stavovou sebe-objektifikaci**

Stavovou sebe-objektifikaci jsem měřila pomocí dvou škál. Ačkoliv při použití kterékoliv z nich můžeme dojít k závěru, že zhlédnutí body positivity příspěvků s ženským tělem nepredikuje stavovou sebe-objektifikaci, obě škály odlišně souvisí s dalšími konstrukty.

Na celkovou míru stavové sebe-objektifikace totiž při použití Ten statements testu nemá vliv ani rysová sebe-objektifikace, negativní nálada či postoj k body positivity příspěvkům. Při použití subškály OBCS je však výsledná míra stavové sebe-objektifikace ovlivňována rysovou sebe-objektifikací i negativní náladou. Vzhledem k tomu, že na souvislost s rysovou sebe-objektifikací poukazují i předchozí studie (např. Tiggemann & Boundy, 2008; Vandenbosch et al., 2015) a taktéž i na souvislost negativní nálady a body-image (Baker et al., 1995), domnívám se, že z těchto výsledků můžeme usuzovat na subškálu OBCS jako na validnější měření stavové sebe-objektifikace.

Rysová sebe-objektifikace i negativní nálada vztah mezi viděným příspěvkem a stavovou sebe-objektifikací nemoderují. Dosavadní výzkumy sice možný moderační vliv rysové sebe-objektifikace na vztah objektivizačního podnětu a stavové sebe-objektifikace poukazují (Moradi & Huang, 2008), nicméně podněty s ženským tělem a pouze s textem se nezabývaly. O moderaci rysové sebe-objektifikace lze uvažovat, protože lidé s vyšší rysovou sebe-objektifikací mohou být všímavější vůči objektivizačním podnětům (Vandenbosch et al., 2015). U negativní nálady se dosavadní výzkumy takovouto interakcí nezabývaly, byla (stejně jako ostatní moderace) provedena pouze v rámci explorativní analýzy.

O možné moderaci můžeme dle výsledků uvažovat u postoje. Ačkoliv postoj k body positivity příspěvkům neovlivňoval míru stavové sebe-objektifikace ani u jedné z měřících škál, u měření pomocí Ten statements testu to vypadá, že může vztah mezi viděným příspěvkem a stavovou sebe-objektifikací moderovat. Data naznačují, že pozitivnější postoj může vést k nižší sebe-objektifikaci po zhlédnutí body positivity

příspěvku s ženským tělem. Možným vysvětlením by mohlo být, že pozitivní postoj ovlivňuje míru, do jaké si k sobě pustíme příspěvek a jeho obsah. Například s pozitivním postojem lidé mohou více přemýšlet o tom, co jim příspěvek říká a vzít si z něj především myšlenku pozitivního vztahu k tělu, a ne zdůraznění vzhledu. Podporou pro toto vysvětlení může být studie Alleva et al. (2015), kteří poukázali na to, že ženy, které se naučí zaměřovat se na funkčnost těla spíše než na jeho vzhled, mají nižší sebe-objektifikaci a lepší body image než ženy, které se tomu nenaucí. Nicméně musíme brát v potaz, že moderační vliv postoje na vztah body positivity příspěvku a sebe-objektifikace se ukazuje pouze na výsledcích s použitím měření Ten statements testu a pouze na postoji jako celku, ne na jeho jednotlivých úrovních (negativní, průměrný a pozitivní postoj). Ačkoliv statisticky nevýznamný efekt nemusel na jednotlivých úrovních vyjít kvůli malému vzorku, který vznikl po rozdělení na tři úrovně.

U postoje k body positivity příspěvkům je také velká otázka jeho měření. Vzhledem k jeho třem položkám by mohlo být problematické zahrnutí všech faset a měřicí škála tak může mít horší obsahovou validitu. Domnívám se, že je možné uvažovat o absenci propojení jednotlivých složek postoje (např. může chybět položka, která by zahrnovala jak emoční, tak behaviorální složku apod.) či nějakého komplexnějšího prozkoumání jednotlivých složek. Otázkou je také validita této škály, protože u tří položkové škály je pomocí konfirmační faktorové analýzy těžko zhodnotitelná. Horší validitu vykazovaly i ostatní škály, což mohlo přispět k rozdílným souvislostem se stavovou sebe-objektifikací v závislosti na měřicí škále.

## 4.2 Implikace pro výzkum, teorii a praxi

Největší přínos své práce vidím v tom, že se snaží řešit aktuální problematiku vlivu body positivity příspěvků na sociálních sítích na body image a navazuje na předchozí výzkumy v této oblasti. Například studie Fardoulyové et al. (2018) zmiňuje, že stále nevíme, jak jednotlivé příspěvky na Instagramu ovlivňují sebe-objektifikaci. Poukázání na možný vliv textu jako na prvek s objektifikačním potenciálem a na přítomnost ženského těla, které nemusí být rozhodujícím prvkem ve zvyšování sebe-objektifikace, může být v objasnění tohoto vztahu přínosem. Navíc zkoumání vlivu příspěvků s ženským tělem na sebe-objektifikaci je důležité i

podle ostatních autorů (Cohen et al., 2021). I Cohenová et al. (tamtéž) se totiž domnívají, že ženské tělo by mohlo být rozhodující ve výsledné sebe-objektifikaci. Dle mých výsledků to vypadá, že nejde pouze o reálné vidění ženského těla, ale možná i jen o zmínku o něm. Což může být novým zjištěním, potenciálně rozšiřující Objektifikační teorii (Fredrickson & Roberts, 1997).

Kromě toho výsledky poukazují na souvislost rysově a stavové sebe-objektifikace. Ta není zcela prozkoumána, a tak považuji za přínosné, že i zde se ukazuje a získaná data (měřená pomocí subškály OBCS, jejíž pravděpodobně lepší validitě oproti Ten statements testu se věnuji dále) ji podporují. Stejně tak negativní nálada je obvykle zkoumána spíše v souvislosti s celkovým body imagem, a proto může být užitečné prozkoumávat jeho jednotlivé složky včetně stavové sebe-objektifikace. Výsledky tak mohou sloužit k rozšíření právě této oblasti a jako východiska pro budoucí výzkumy.

Za přínosné považuji i použití Ten statements testu. Ve výzkumech v kontextu body positivity účtů obvykle není používán na české populaci, a proto je tato práce přínosná i v jeho využití. To se sice ukazuje jako mírně problematické (viz část 4.3 Limity práce a budoucí směřování), avšak i poukázání na problémy může pomoci dalším výzkumům se škálou lépe pracovat a případně ji modifikovat tak, aby byla validnějším měřením.

Přínosem pro praxi by mohlo být rozlišení příspěvků právě podle toho, zda zvyšují sebe-objektifikaci, nebo ne. To by mohlo být užitečné především pro tvůrce body positivity příspěvků. Tato práce poukazuje na to, že může mít vliv i text o ženském těle, ačkoliv vzhledem k tomu, že nevím, jaká byla míra stavové sebe-objektifikace před vystavením experimentální podmínce, tak nevím, zda se její míra vůbec zvýšila. Tvůrci body positivity obsahů by však mohli závěr této práce využít k tomu, aby mezi své obsahy zařazovali i takové příspěvky, které by na tělo explicitně nepoukazovaly. Ačkoliv je to z podstaty body positivity příspěvků trochu nelogické, mnohdy se na takovýchto obsazích objevují i texty typu: „Dneska můžeš sníst cokoli chceš, i když jsi včera necvičila a snědla toho hodně.“ Samozřejmě je otázkou, do jaké míry příspěvky s takovou zprávou splňují definici body positivity účtů, nicméně se domnívám, že jejich zařazení mezi ostatní body positivity příspěvky by z dlouhodobého hlediska mohlo snížit rysovou sebe-objektifikaci, protože přímo neodkazuje na tělo. Pochopitelně i v takovéto zprávě může docházet k aktivaci

mentální reprezentace ženského těla. Do jaké míry k tomu však dochází můžeme ověřit v budoucích výzkumech.

### 4.3 Limity práce a budoucí směřování

Jeden z limitů (avšak i již zmiňovaným přínosem) práce je měření stavové sebe-objektifikace pomocí Ten statements testu. S jeho použitím se dle mého názoru pojí tři problémy – nejasnost zadání, neuspokojivá validita a obtížné kódování.

První ze zmíněných problémů je, že jeho zadání nebylo zcela jasné. Což je sice vzhledem k povaze měřeného konstruktů záměrné, ale mnohdy matoucí. Důkazem může být i odpověď jedné respondentky, která první větu začínající slovy „Já jsem“ dokončila takto: „teď zmatená, protože nevím, čeho přesně na mně se ty věty mají týkat :D“. Uvažuji o tom, že zatímco na obvykle amerických respondentkách (a mnohdy studentkách psychologie) je tento test vhodným měření stavové sebe-objektifikace, vlivem kulturních (a možná i oborových) odlišností může být tento test pro českou populaci nevhodný. Domnívám se, že je pro Češky obtížný na vyplnění, případně se jim vyplnit nechce, o čemž svědčí i velké množství respondentek, které ho přeskočily nebo nedokončily. Důsledkem nejasnosti zadání může být, že respondentky o sobě píšou jiné věci, než které odpovídají jejich aktuálnímu pohledu na sebe samu. Příkladem může být již zmíněná věta, ze které se nedozvíme nic o respondentčině vztahu k sobě, ale k testu.

Druhým problémem je nízká souvislost obou škál stavové sebe-objektifikace. Vzhledem k tomu, že obě škály mají měřit stejný konstrukt, předpokládala bych, že spolu budou silně souviset. Protože tomu tak není, předpokládám, že minimálně jedna ze škál je pro měření stavové sebe-objektifikace nevhodná. Podporou pro myšlenku, že právě Ten statements test u získaných respondentek neměří stavovou sebe-objektifikaci validně, je jeho nesouvislost s dalšími konstrukty zmíněná výše. Nízká validita tak mohla způsobit, že výsledky získané touto měřicí škálou nevyovídají o skutečné míře stavové sebe-objektifikace respondentek.

A třetím důvodem těchto nesrovnalostí s měřením pomocí Ten statements testu může být to, že některé respondentky uvedly ve větě více informací. Takže i když by se věta z části dala považovat za objektivační,

kvůli druhé části mluvící o jiné charakteristice jsme ji museli kódovat jako smíšenou odpověď, což rovněž mohlo způsobit nepřesnosti a snižovat míru sebe-objektifikace. Příkladem takové věty je: „Já jsem člověk, který je sebevědomý (i když nejsem úplně spokojená se svojí postavou).“ V takové větě jsou hned tři informace – člověk, vlastnost sebevědomý a nespokojenost se svou postavou. Některé věty také působily dvojznačně, i když na první pohled obsahovaly pouze jednu informaci. Např. odpovědi: „Já jsem jak kdy spokojená sama se sebou,“ či: „Já jsem lepší verze sebe sama než před pěti lety“ můžeme vnímat jako komentář vzhledu, ale třeba i povahy, dovedností, pracovitosti apod. Proto jsme i takovéto odpovědi kódovali jako poslední kategorii (smíšené či nekódovatelné). Nemůžeme totiž vědět, jak tuto odpověď autorka myslela a která z našich interpretací je správná. Jako problematická odpověď se ukázala i odpověď: „Já jsem žena,“ která se objevovala až překvapivě často. Vzhledem k tomu, že je možné vnímat tuto odpověď jako biologickou charakteristiku, ale zároveň i informaci o vzhledu, kódovali jsme ji rovněž jako smíšenou odpověď. Kódování těchto sporných kategorií jako ty mluvící o vzhledu, by ovlivnilo míru stavové sebe-objektifikace. To však považuji za záměrné ovlivňování výsledků, a proto jsem je takto nekódovala. Zpětně jsem zjistila, že v předchozí studii Cohenové, Fardoulyové et al. (2019) tyto věty autoři kódovali jako první (objektifikační) kategorie. Vzhledem k výše zmíněným důvodům však takovéto kódování nepovažuji za objektivní. V kódování v této práci měl navíc hlavní slovo druhý, nezaujatý kodér, podle kterého se věty vzhledu netýkaly, a tak nebyl důvod je tak kódovat. Z těchto důvodů se poslední kategorie (smíšené či nekódovatelné) stala druhou nejčastější kódovanou kategorií. Zdánlivě jednoduché a logické kódování se tak stalo asi největším úskalím použití tohoto měření. Nekódováním částečně objektifikačních vět jako objektifikační mohlo způsobit výslednou nízkou míru sebe-objektifikace a odlišné výsledky, než jsem předpokládala na základě předchozích výzkumů. Dle mého názoru to navíc může být důvod, proč Ten statements test nezachytil stavovou sebe-objektifikaci stejně jako subškála OBCS. Zatímco s použitím Ten statements testu můžeme uvažovat o minimální míře stavové sebe-objektifikace u respondentek, s použitím druhého měření je totiž míra sebe-objektifikace vyšší a dosahuje převážně středních hodnot. Považuji tedy za důležité ověřit funkčnost Ten statements testu na české populaci.

Dalším limitem může být ekologická validita celé práce. Příspěvky, které jsem použila byly upraveny, a to ze dvou důvodů. Prvním bylo

odstranění fotky tak, aby zbyl na fotce pouze text. Takovéto body positivity příspěvky ve skutečnosti existují, ale obvykle bývá text graficky zpracován a doplněn o různá pozadí apod. Protože by však bylo obtížné oddělit vliv dalších vlastností takového příspěvku, a navíc by bylo složité najít dva příspěvky, které obsahují stejný text, akorát jeden by zahrnoval fotku ženského těla a druhý ne, bylo nezbytné příspěvky upravit. Druhým důvodem k úpravám bylo, že se mi podařilo získat souhlas s použitím příspěvků pouze od jedné autorky. Proto jsem musela ostatní příspěvky upravit tak, aby neobsahovaly fotografie autorek, ale volně dostupné fotky. Ačkoliv jsem vybírala fotografie co nejpodobnější původním, příspěvky v této podobě ve skutečnosti neexistují, což může zhoršit zobecnění výsledků na reálné instagramové příspěvky. Budoucí výzkumy by se tak mohly zaměřit na použití existujících příspěvků, ačkoliv jejich výběr bude jistě (minimálně časově) náročný. Kromě toho může hrát roli i celé prostředí experimentu, protože respondentky viděly příspěvky v dotazníku, a ne v reálném prostředí Instagramu s komentáři či lajky od svých přátel. Roli může hrát i možná identifikace s autorem příspěvku. Ačkoliv se respondentky mohly identifikovat i s neznámými autory, identifikace je jiná než s autory, které sledují dlouhodobě a mají k nim například nějaký vztah. Horší ekologická validita mohla způsobit, že respondentky nevnímaly příspěvky tak, jako vnímají ty reálné, což mohlo ovlivnit míru stavové sebe-objektifikace.

Jistým sporným bodem může být i ponechání anglických textů v příspěvcích. Přestože si myslím, že použití i anglických příspěvků naopak zvyšuje ekologickou validitu, protože na sociálních sítích může kdokoliv, i z České republiky, sledovat anglické profily, mohlo se stát, že některé respondentky textům zcela nerozuměly. To jsem se snažila ošetřit pilotáží, kdy jsem se respondentek s různou úrovní angličtiny ptala, zda je jim příspěvek srozumitelný a vybrala jsem takové příspěvky, které byly srozumitelné všem. Nemohu však říct, zda jim opravdu všechny respondentky rozuměly. Možné neporozumění příspěvkům mohlo zhoršit výsledný vliv příspěvků na respondentku a její stavovou sebe-objektifikaci.

Zahrnutí pouze žen do své práce nevnímám jako její limitu, nicméně i zde vidím možnost pro budoucí studie. Vliv body positivity příspěvků na body image mužů není velmi dobře prozkoumán, avšak některé body positivity příspěvky cílí i na ně. Vzhledem k tomu, že příspěvky s fotografiemi mají fungovat na principu srovnávání a zvnitřňování si viděného, domnívám se, že je třeba pro práci s muži vybrat takové příspěvky, které

zobrazují muže, a nepoužívat stejný podnětový materiál jako v práci s ženami.

### 4.4 Závěr

Ačkoliv předchozí studie poukázaly na zvyšování sebe-objektifikace při zhlédnutí body positivity příspěvků (Cohen, Fardouly et al., 2019), stále není jasné, zda a jak se jejich jednotlivé druhy liší v míře tohoto vlivu. V této práci jsem se snažila zjistit, zda přítomnost ženského těla v body positivity příspěvcích může ovlivňovat míru stavové sebe-objektifikace. Získaná data však ukazují, že se příspěvky s ženským tělem a příspěvky, které obsahují pouze body pozitivní text, neliší ve zvyšování stavové sebe-objektifikace. Je tedy dle mého názoru důležité zaměřit se i na možný vliv textu v body positivity příspěvcích na stavovou sebe-objektifikaci a objasnit tento vztah. Za nezbytné také považuji ověření validity Ten statements testu na české populaci, protože jeho použití považuji za mírně komplikované. Celá práce tak zdůrazňuje důležitost zkoumání vztahu mezi body positivity příspěvků a sebe-objektifikací, k jehož pochopení může přispívat.



## Použité zdroje

1. Alleva, J. M., Martijn, C., Van Breukelen, G. J. P., Jansen, A., & Karos, K. (2015). Expand Your Horizon: A programme that improves body image and reduces self-objectification by training women to focus on body functionality. *Body Image*, 15, 81–89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.07.001>
2. American Psychological Association (n.d.). *Body image*. APA Dictionary of Psychology. <https://dictionary.apa.org/body-image>
3. Argyle, M., & Williams, M. (1969). Observer or Observed? A Reversible Perspective in Person Perception. *Sociometry*, 32(4), 396. <https://doi.org/10.2307/2786543>
4. Auxier, B., Anderson, M. (2021). Social Media Use in 2021. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
5. Baker, J. D., Williamson, D. A., & Sylve, C. (1995). Body image disturbance, memory bias, and body dysphoria: Effects of negative mood induction. *Behavior Therapy*, 26(4), 747–759. [https://doi.org/10.1016/S0005-7894\(05\)80043-7](https://doi.org/10.1016/S0005-7894(05)80043-7)
6. Body respekt & Sebeláska [@zdravasebelaska]. (n.d.). Posts [Instagram profile]. Instagram. Retrived January 10, 2023, from <https://instagram.com/zdravasebelaska?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
7. Breines, J. G., Crocker, J., & Garcia, J. A. (2008). Self-Objectification and Well-Being in Women's Daily Lives. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(5), 583–598. <https://doi.org/10.1177/0146167207313727>
8. Buchmayer, D. (2019). *Fitspiration Photos and Quotes: Effects on Body Image in University Women* [Master thesis, Brock University, Faculty of Applied Health Sciences]. Brock University Digital Repository. <https://dr.library.brocku.ca/bitstream/handle/10464/14571/Buchmayer%20-%20Thesis%20Document%20FINAL%20Oct%2010th.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Calogero, R. M. (2012). Objectification Theory, Self-Objectification, and Body Image. In *Encyclopedia of Body Image and Human*

- Appearance* (s. 574–580). Elsevier.  
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384925-0.00091-2>
10. Calogero, R. M., Boroughs, M., & Thompson, J. K. (2007). The Impact of Western Beauty Ideals on the Lives of Women: A Socio-cultural Perspective. In V. Swami & A. Furnham (Ed.), *The Body Beautiful: Evolutionary and Sociocultural Perspectives* (s. 259–298). Palgrave Macmillan UK.  
[https://doi.org/10.1057/9780230596887\\_13](https://doi.org/10.1057/9780230596887_13)
  11. Cash, T. F., & Hicks, K. L. (1990). Being fat versus thinking fat: Relationships with body image, eating behaviors, and well-being. *Cognitive Therapy and Research*, 14(3), 327–341.  
<https://doi.org/10.1007/BF01184000>
  12. 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>
  13. 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>
  14. 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(13), 2365–2373. <https://doi.org/10.1177/1359105320912450>
  15. Crabbe, M. J. [@meganjaynecrabbe]. (n.d.). *Posts* [Instagram profile]. Instagram. Retrived January 10 2023, from <https://instagram.com/meganjaynecrabbe?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
  16. Danielle Self Love Fitness Coach [@kale.themwith.kindness]. (2023, February 9). *I use to constantly suck in and tense my stomach in fear of showing my real belly. I use to* [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cocp5-dq4Bl/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
  17. Danielle Self Love Fitness Coach [@kale.themwith.kindness]. (n.d.). *Posts* [Instagram profile]. Instagram. Retrived January 10, 2023, from <https://instagram.com/kale.themwith.kindness?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

18. Easystats (n.d.) *Convert F and t Statistics to partial- $\eta^2$  and Other ANOVA Effect Sizes*. Retrieved January 11, 2023 from [https://easystats.github.io/effectsize/reference/F\\_to\\_eta2.html](https://easystats.github.io/effectsize/reference/F_to_eta2.html)
19. Essie Dennis [@khal\_essie]. (n.d.). *Posts* [Instagram profile]. In-  
stagram. Retrived January 10, 2023, from [https://in-  
stagram.com/khal\\_essie?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/khal_essie?igshid=YmMyMTA2M2Y=)
20. Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). The impact of no-makeup sel-  
fies on young women's body image. *Body Image, 28*, 128–134.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.01.006>
21. Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E.  
(2015). The Mediating Role of Appearance Comparisons in the  
Relationship Between Media Usage and Self-Objectification in  
Young Women. *Psychology of Women Quarterly, 39*(4), 447–457.  
<https://doi.org/10.1177/0361684315581841>
22. Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram  
use and young women's body image concerns and self-objectifi-  
cation: Testing mediational pathways. *New Media & Society, 20*(4),  
1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
23. Feminist [@feminist]. (n.d.). *Posts* [Instagram profile]. In-  
stagram. Retrived January 10, 2023, from [https://in-  
stagram.com/feminist?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/feminist?igshid=YmMyMTA2M2Y=)
24. 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>
25. Fredrickson, B. L., Roberts, T. A., Noll, S. M., Quinn, D. M., &  
Twenge, J. M. (1998). That swimsuit becomes you: sex differen-  
ces in self-objectification, restrained eating, and math perfor-  
mance. *Journal of personality and social psychology, 75*, 269.  
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.75.1.269>
26. 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.bo-  
dyim.2015.03.006](https://doi.org/10.1016/j.bo-<br/>dyim.2015.03.006)
27. Grippo, K. P., & Hill, M. S. (2008). Self-objectification, habitual  
body monitoring, and body dissatisfaction in older European  
American women: Exploring age and feminism as moderators.

- Body Image*, 5(2), 173–182. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.11.003>
28. Hall, J. A. (1984). *Nonverbal sex differences: Communication accuracy and expressive style*. Johns Hopkins University Press.
  29. Choma, B. L., Shove, C., Busseri, M. A., Sadava, S. W., & Hosker, A. (2009). Assessing the Role of Body Image Coping Strategies as Mediators or Moderators of the Links Between Self-Objectification, Body Shame, and Well-Being. *Sex Roles*, 61(9–10), 699–713. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9666-9>
  30. Karsay, K., Knoll, J., & Matthes, J. (2018). Sexualizing Media Use and Self-Objectification: A Meta-Analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 42(1), 9–28. <https://doi.org/10.1177/0361684317743019>
  31. Kraus, A., & Myrick, J. G. (2018). Feeling Bad About Feel-Good Ads: The Emotional and Body-Image Ramifications of Body-Positive Media. *Communication Research Reports*, 35(2), 101–111. <https://doi.org/10.1080/08824096.2017.1383233>
  32. Lapinski, M. K. (2006). StarvingforPerfect.com: A Theoretically Based Content Analysis of Pro-Eating Disorder Web Sites. *Health Communication*, 20(3), 243–253. [https://doi.org/10.1207/s15327027hc2003\\_4](https://doi.org/10.1207/s15327027hc2003_4)
  33. Lewis, S. P., & Arbuthnott, A. E. (2012). Searching for *Thinspiration*: The Nature of Internet Searches for Pro-Eating Disorder Websites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(4), 200–204. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0453>
  34. McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The Objectified Body Consciousness Scale: Development and Validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20(2), 181–215. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1996.tb00467.x>
  35. 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>
  36. Mercurio, A. E., & Landry, L. J. (2008). Self-objectification and Well-being: The Impact of Self-objectification on Women's Overall Sense of Self-worth and Life Satisfaction. *Sex Roles*, 58(7–8), 458–466. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9357-3>

37. Moradi, B., & Huang, Y.-P. (2008). Objectification Theory and Psychology of Women: A Decade of Advances and Future Directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32(4), 377–398. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x>
38. Muehlenkamp, J. J., & Saris-Baglana, R. N. (2002). Self-Objectification and Its Psychological Outcomes for College Women. *Psychology of Women Quarterly*, 26(4), 371–379. <https://doi.org/10.1111/1471-6402.t01-1-00076>
39. Niedenthal, P. M., & Wood, A. (2019). Does emotion influence visual perception? Depends on how you look at it. *Cognition and Emotion*, 33(1), 77–84. <https://doi.org/10.1080/02699931.2018.1561424>
40. Pexels. (n.d.). *Free stock photo & video license*. <https://www.pexels.com/license/>
41. Raykov, T., Marcoulides, G. A., & Patelis, T. (2013). Saturated Versus Just Identified Models: A Note on Their Distinction. *Educational and Psychological Measurement*, 73(1), 162–168. <https://doi.org/10.1177/0013164412457367>
42. Roberts, T.-A., & Gettman, J. Y. (2004). Mere Exposure: Gender Differences in the Negative Effects of Priming a State of Self-Objectification. *Sex Roles*, 51(1/2), 17–27. <https://doi.org/10.1023/B:SERS.0000032306.20462.22>
43. Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction: Implications for the tripartite influence model. *Developmental Psychology*, 51(5), 706–713. <https://doi.org/10.1037/dev0000013>
44. Rodgers, R. F., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2021). #Take idealized bodies out of the picture: A scoping review of social media content aiming to protect and promote positive body image. *Body Image*, 38, 10–36. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.009>
45. Rodgers, R. F., Wertheim, E. H., Paxton, S. J., Tylka, T. L., & Harriger, J. A. (2022). #Bopo: Enhancing body image through body positive social media-evidence to date and research directions. *Body Image*, 41, 367–374. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.008>

46. Socialpark [@socialparkcz]. (2022, October 17). *Kolik % uživatelů otevře aplikaci každý den?* [Instagram photo]. Retrieved from [https://www.instagram.com/p/Cjud1h1Kfgc/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Cjud1h1Kfgc/?utm_source=ig_web_copy_link)
47. Sophie Online Coach [@sophfsfitness]. (2022, September 15). *Stop comparing yourself to the 1% of someone's life. Seeing more authentic, diverse bodies over the last couple years has* [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CihOexzD-jsQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
48. 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 well-being. *Body Image, 35*, 181–191. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.09.003>
49. Strelan, P., Mehaffey, S. J., & Tiggemann, M. (2003). Brief Report: Self-Objectification and Esteem in Young Women: The Mediating Role of Reasons for Exercise. *Sex Roles, 48*(1/2), 89–95. doi:10.1023/a:1022300930307
50. Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>
51. Tiggemann, M., & Andrew, R. (2012a). Clothing choices, weight, and trait self-objectification. *Body Image, 9*(3), 409–412. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.02.003>
52. Tiggemann, M., & Andrew, R. (2012b). Clothes Make a Difference: The Role of Self-Objectification. *Sex Roles, 66*(9), 646–654. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-0085-3>
53. Tiggemann, M., & Boundy, M. (2008). Effect of Environment and Appearance Compliment on College Women's Self-Objectification, Mood, Body Shame, and Cognitive Performance. *Psychology of Women Quarterly, 32*(4), 399–405. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00453.x>
54. 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>

55. Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2016). "Strong is the new skinny": A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology, 23*(8), 1003–1011. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>
56. Tylka, T. L. (2004). The Relation Between Body Dissatisfaction and Eating Disorder Symptomatology: An Analysis of Moderating Variables. *Journal of Counseling Psychology, 51*(2), 178–191. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.51.2.178>
57. van den Berg, P. A., Mond, J., Eisenberg, M., Ackard, D., & Neumark-Sztainer, D. (2010). The Link Between Body Dissatisfaction and Self-Esteem in Adolescents: Similarities Across Gender, Age, Weight Status, Race/Ethnicity, and Socioeconomic Status. *Journal of Adolescent Health, 47*(3), 290–296. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.02.004>
58. Vandebosch, L., & Eggermont, S. (2012). Understanding Sexual Objectification: A Comprehensive Approach Toward Media Exposure and Girls' Internalization of Beauty Ideals, Self-Objectification, and Body Surveillance: Media, Adolescent Girls, and Self-Objectification. *Journal of Communication, 62*(5), 869–887. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01667.x>
59. Vandebosch, L., Muise, A., Eggermont, S., & Impett, E. A. (2015). Sexualizing reality television: Associations with trait and state self-objectification. *Body Image, 13*, 62–66. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.01.003>
60. Vangeel, L., Vandebosch, L., & Eggermont, S. (2018). The multi-dimensional self-objectification process from adolescence to emerging adulthood. *Body Image, 26*, 60–69. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.05.005>
61. Vendemia, M. A., DeAndrea, D. C., & Brathwaite, K. N. (2021). Objectifying the body positive movement: The effects of sexualizing and digitally modifying body-positive images on Instagram. *Body Image, 38*, 137–147. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.017>
62. Wollast, R., Klein, O., VanLeeuwen, D. M., Gervais, S. R., & Bernard, P. (2021). Does Self-Objectification Entail an Opposition Between Appearance and Competence? The Likert Version of the Self-Objectification Questionnaire (LSOQ). *Psychologica Belgica, 61*(1), 33–45. <https://doi.org/10.5334/pb.481>

## POUŽITÉ ZDROJE

---

63. Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). "But I Like My Body": Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, 7(2), 106–116. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.01.001>
64. Wooley, O. W., Wooley, S. C., & Dyrenforth, S. R. (1979). Obesity and women—II. A neglected feminist topic. *Women's Studies International Quarterly*, 2(1), 81–92. doi:10.1016/s0148-0685(79)93096-3



## **Příloha č. 1 – Checklist etických aspektů výzkumných závěrečných prací**

Následující checklist slouží pro orientační posouzení, zda se ve vaší závěrečné práci objevují aspekty relevantní z hlediska výzkumné etiky.

U každého bodu uveďte (ANO/NE), zda platí pro výzkum realizovaný v rámci vaší bakalářské/diplomové práce.

Pro každý bod, který pro váš výzkum platí: (a) podrobně popište, o co konkrétně se jedná, (b) vysvětlete, jak máte tento etický aspekt ve svém výzkumu ošetřen.

Pokud je odpověď na jeden či více bodů ANO, je třeba konzultovat tyto body (včetně jejich podrobného popisu a vašeho návrhu, jak je ošetřit) s vedoucí/m vaší závěrečné práce. Ve složitějších případech vám vedoucí vaší práce může doporučit další konzultaci s některou z osob, které zastupují fakultu v Etické komise pro výzkum MU.

Vyplnění checklistu a případné navazující konzultace je nutné provést před zahájením výzkumu, než začnete sestavovat výzkumný soubor a sbírat data.

1. Budu v některé fázi výzkumu pracovat s osobními údaji, tzn. daty, která potenciálně umožňují identifikaci konkrétních osob. Může jít přímo o jména, e-mailové adresy, telefonní čísla, poštovní adresy a další kontaktní údaje, data narození apod. Spadají sem však i fotografie, video či audio záznamy rozhovorů (i když není jméno explicitně zmíněno, osoba může být identifikovatelná podle vzhledu, hlasu či některých skutečností, které v rozhovoru padnou). Podobně sem mohou patřit například materiály získané na sociálních sítích.

2. Pro účast na výzkumu budu oslovovat osoby, které jsou mladší 18 let nebo nesvéprávné, případně lze u nich předpokládat riziko, že mají sníženou schopnost udělit informovaný souhlas se svou účastí.

3. Pro účast na výzkumu budu oslovovat zranitelné osoby (může jít např. o osoby čelící diskriminaci či socioekonomickému znevýhodnění, osoby v extrémních životních situacích, osoby se závažným tělesným či duševním onemocněním, oběti násilí apod.).

PŘÍLOHA Č. 1 – CHECKLIST ETICKÝCH ASPEKTŮ VÝZKUMNÝCH  
ZÁVĚREČNÝCH PRACÍ

---

4. Pro účast na výzkumu budu oslovovat osoby, které jsou vůči mně v nějaké formě závislého postavení (např. se jedná o mé klienty, podřízené, svěřence, žáky apod.).

5. Charakter výzkumu nedovoluje účastníky dopředu dostatečně informovat o účelu a průběhu výzkumu či od nich dopředu získat jejich explicitní souhlas s účastí.

6. V některé fázi dojde ke klamání účastníků o pravém účelu výzkumu, případně budu interpretovat výsledky způsobem, který by se mohl účastníků dotknout tím, že bude v rozporu s očekáváním, se kterým mi poskytl své odpovědi (může jít např. o situaci, kdy výzkumný rozhovor představím účastníkům jako neutrální zkoumání jejich názorů, ale výsledky interpretuji prostřednictvím potenciálně urážlivých pojmů jako předsudečnost, psychopatie apod.).

7. Budu využívat biomedicínské metody či metody na hranici mezi behaviorálním a biomedicínským výzkumem (může jít např. o měření tepové frekvence či kožního odporu, odběry slin, podávání jakýchkoli látek apod.).

8. Účast na výzkumu bude pro účastníky znamenat zátěž z hlediska času (orientačně >60 minut), nutnosti někam delší dobu cestovat, vynaložení vlastních finančních či jiných prostředků apod.

9. Budu účastníky vystavovat situacím a činnostem, které jim nemusejí být příjemné (vč. plnění nudných úkolů, záměrného vyvolávání negativních emocí apod.).

10. Budu se účastníků dotazovat na citlivá témata (např. v oblasti psychických a zdravotních problémů, sexuality, rizikového či nezákonného chování).

11. Budu po účastnících v rámci výzkumu vyžadovat nějakou fyzickou aktivitu.

12. Existuje riziko (byť velmi malé), že účast na výzkumu účastníky poškodí (může jít o psychické, fyzické, materiální či finanční poškození, dále může jít o poškození dobrého jména a pověsti účastníků, poškození v oblasti osobních vztahů, zaměstnání, studia apod.).

13. Výzkum zahrnuje další eticky relevantní aspekty, které nespadají pod žádný z předchozích bodů.

## Příloha č. 2 – Informovaný souhlas

Jmenuji se Nina Křížová a studuji psychologii na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity. Ráda bych vás požádala o účast ve výzkumu, který je součástí mé bakalářské práce. Cílem mého výzkumu je zjistit, jak tzv. body positivity příspěvky (obsahy, které se snaží tlumit vliv nedosažitelných ideálů krásy, a podporují oceňování všech těl) na Instagramu ovlivňují body image.

Výzkumu se mohou zúčastnit ženy ve věku od 18 do 29 let (včetně).

Ve výzkumu budete vyplňovat dotazníky týkající se demografických údajů, vašeho pohledu na sebe samu a vaší aktuální nálady. Nejprve vás požádám o vyplnění demografických údajů a dvou krátkých škál. Následně vás poprosím, abyste si prohlédla 10 body positivity příspěvků. Poté bude následovat poslední část výzkumu, a sice krátký dotazník zjišťující, které atributy jsou pro vás v danou chvíli důležité a vyjádření souhlasu s třemi tvrzeními. Celkově vám účast na výzkumu nezabere více než 15 minut.

Výzkum je anonymní a nebudu sbírat žádné vaše osobní údaje. Účast na výzkumu není nijak odměněna a není pro vás spojena s žádnými riziky.

Vaše účast je zcela dobrovolná. Otázky nejsou povinné, nemusíte tedy na ně odpovídat, pokud nebudete chtít. Kdykoli v průběhu procedury či bezprostředně po jejím skončení máte právo bez udání důvodu svou účast odvolat. V takovém případě všechna vaše data odstraním. Pozdější odstoupení od výzkumu není možné, protože nasbíraná data budou anonymní (tj. nebude možné identifikovat, která data pocházejí od vás).

V případě jakýchkoli otázek se na mě můžete obrátit prostřednictvím e-mailu: 510297@mail.muni.cz

Potvrďte prosím souhlas s účastí ve výzkumu kliknutím na tlačítko níže.

## **Příloha č. 3 – Měření negativní nálady**

### *Původní znění*

happy, anxious, confident, angry, depressed

kotvy: not at all; very much

### *Překlad*

šťastně, úzkostně, sebejistě, naštvaně, depresivně

kotvy: vůbec ne, velmi

### *Zadání*

Jak se právě teď cítíte?

0 = vůbec ne

100 = velmi

## **Příloha č. 4 – Měření rysové sebe-objektifikace**

Původní znění:

The questions below identify 10 different body attributes. We would like you to indicate the extent to which each of these body attributes has an impact on your physical self-concept. For each attribute, please indicate whether the attribute has an extremely low or extremely high impact on your physical self-concept.

From 1 (Low impact) to 11 (High impact)

1. Health
2. Weight
3. Strength
4. Sex appeal
5. Physical attractiveness
6. Energy level (e.g., stamina)
7. Having firm/sculpted muscles
8. Physical fitness
9. Measurements (e.g., chest, waist, hips)
10. Physical coordination

*Překlad:*

Níže je uvedených 10 různých tělesných vlastností. Uved'te, prosím, do jaké míry má každý z těchto tělesných atributů dopad na vaše tělesné sebepojetí (představa o vlastním těle)<sup>1</sup>. U každého atributu uved'te, zda má extrémně nízký nebo extrémně vysoký dopad na vaše tělesné sebepojetí. Odpovídejte prosím v rozmezí od 1 (nízký dopad) do 11 (vysoký dopad).

---

<sup>1</sup> při kognitivní pilotáži respondentky, které nestudují psychologii, zmínily, že si nejsou zcela jisté srozumitelností pojmu „sebe-pojetí“, proto jsem sem doplnila velmi krátkou definici

#### PŘÍLOHA Č. 4 – MĚŘENÍ RYSOVÉ SEBE-OBJEKTIFIKACE

---

1. zdraví
2. váha
3. síla
4. sex appeal
5. fyzická atraktivita
6. míra energie (např. výdrž)
7. silné/vypracované svaly
8. fyzická zdatnost
9. míry (např. hrudníku, pasu, boků)
10. fyzická koordinace

## Příloha č. 5 – Použité body positivity příspěvky

### Příspěvky bez ženského těla



mej.se.rada



**Velikost prsou neurčuje hodnotu ženy.**



To se líbí prejsimonka a 8 183 dalším

mej.se.rada Každá jsme jiná.

Máme jiné těla, jiný vzhled a jinou velikost prsou. Ale ani jedna z nás není o nic méně žena, než ta druhá ❤️

Já jsem se vždycky prala s tím, že když mám malá prsa, tak nejsem pořádná žena 🙄



### Příspěvky s ženským tělem



mej.se.rada



To se líbí prejsimonka a 8 183 dalším

mej.se.rada Každá jsme jiná.

Máme jiné těla, jiný vzhled a jinou velikost prsou. Ale ani jedna z nás není o nic méně žena, než ta druhá ❤️

Já jsem se vždycky prala s tím, že když mám malá prsa, tak nejsem pořádná žena 🙄



PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY



kale.themwith.kindness  
Edinburgh



♥  
Rolls are  
normal ♥  
and  
healthy! 🥰



3 079 To se mi líbí

kale.themwith.kindness PLEASE know your body is not a TREND. It is your HOME. It is yours to take care of, not to chop and change to match celebrities or fashion trends.

You don't need to change your body to be beautiful 💕



kale.themwith.kindness  
Edinburgh



3 079 To se mi líbí

kale.themwith.kindness PLEASE know your body is not a TREND. It is your HOME. It is yours to take care of, not to chop and change to match celebrities or fashion trends.

You don't need to change your body to be beautiful 💕





PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY

 mej.se.rada

**Než se začneš nenávidět proto, že máš celulitidu, vzpomeň si na to, že ji má většina žen ♥**




 To se líbí holkazblazince a 4 449 dalším


mej.se.rada Tak! ♥


[#neporovnavejse](#) [#odlisnost](#) [#jinakost](#) [#zdravetelo](#)




 mej.se.rada

**Než se začneš nenávidět proto, že máš celulitidu, vzpomeň si na to, že ji má většina žen ♥**






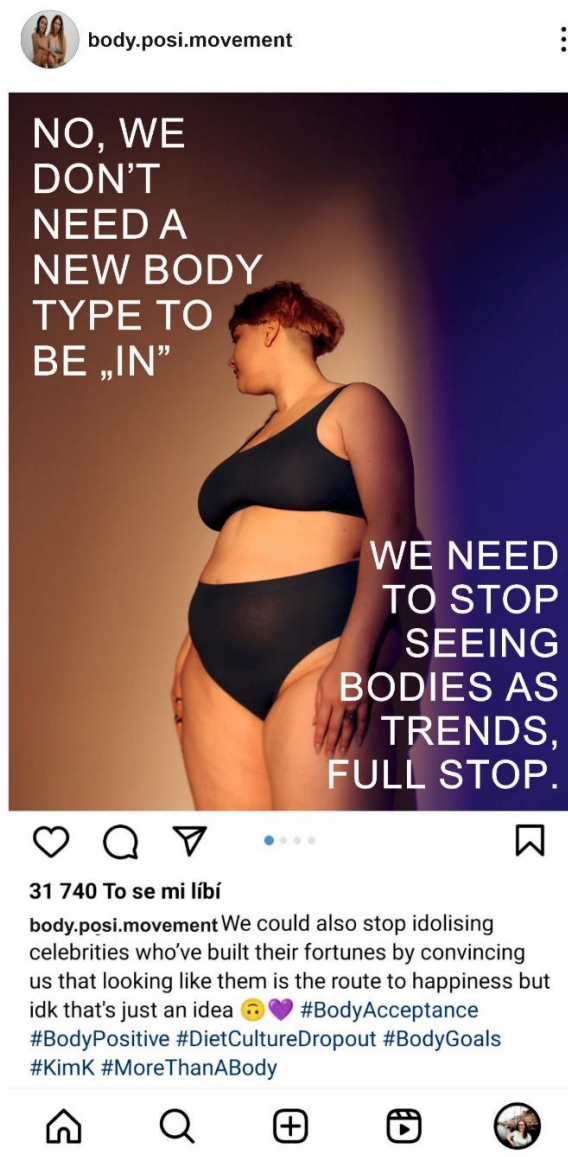
 To se líbí holkazblazince a 4 449 dalším

mej.se.rada Tak! ♥

[#neporovnavejse](#) [#odlisnost](#) [#jinakost](#) [#zdravetelo](#)



PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY



PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY




## PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY

 body.posi.movement

### 1. Give up negative body talk



Instead of swearing off carbs, why not try to cut back on the critical voice that tells you you're not good enough whenever you look in the mirror? I know; it's easier said than done. But actively trying to override negative self-talk and replace it with positive affirmation [really can help](#) to change the way you see yourself.


    

**39 296 To se mi líbí**

body.posi.movement A little something I wrote for @glamouruk for anyone who could use a top up of body acceptance before diet culture goes into overdrive for the New Year 🥰 you deserve resolutions that make your world bigger, not just your body smaller 💜 link to article in my stories/bio! ✨


[Image descriptions in alt text] #FuckDietCulture #NewYearSameMe #BodyGoals #SelfAcceptance #HealingVibes #EatingDisorderRecovery #RecoveryIsPossible






    

 body.posi.movement

### 1. Give up negative body talk

Instead of swearing off carbs, why not try to cut back on the critical voice that tells you you're not good enough whenever you look in the mirror? I know; it's easier said than done. But actively trying to override negative self-talk and replace it with positive affirmation [really can help](#) to change the way you see yourself.








**39 296 To se mi líbí**

body.posi.movement A little something I wrote for @glamouruk for anyone who could use a top up of body acceptance before diet culture goes into overdrive for the New Year 🥰 you deserve resolutions that make your world bigger, not just your body smaller 💜 link to article in my stories/bio! ✨


[Image descriptions in alt text] #FuckDietCulture #NewYearSameMe #BodyGoals #SelfAcceptance #HealingVibes #EatingDisorderRecovery #RecoveryIsPossible





## PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY








## PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY


 body.posi.movement


Don't wait till you are ,thin enough' to  
Be intimate  
Wear a bikini  
Go on that date  
Start living your life





419 642 To se mi líbí  
body.posi.movement  
@isabelladavis6 "I'll go to the beach when I'm thin enough".  
"I'll be intimate with my partner when I'm thinner".  
"I'll start dating when I lose weight".  
"I'll book that holiday when I'm smaller".






 body.posi.movement



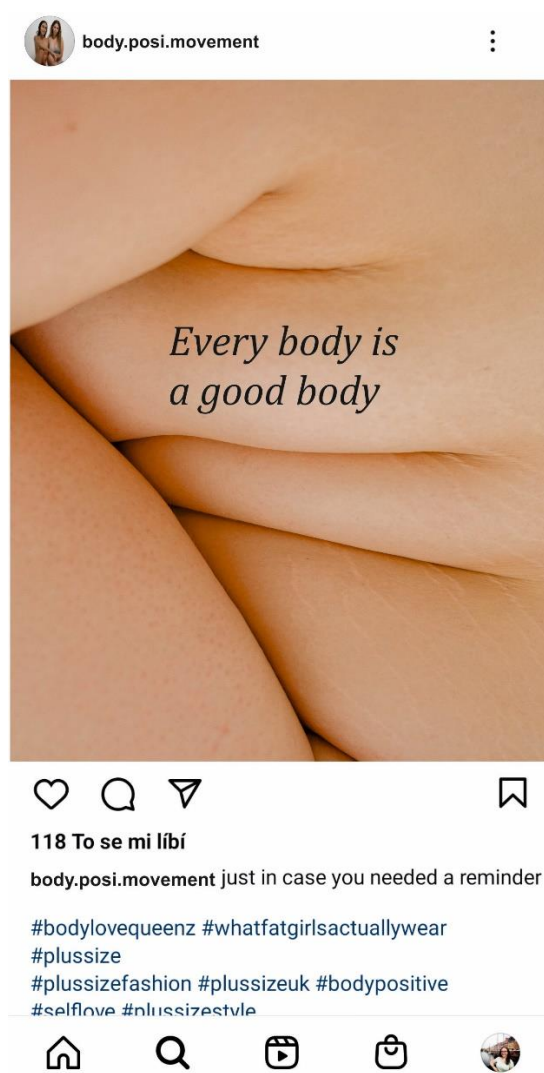
Don't wait till you are ,thin enough' to  
Be intimate  
Wear a bikini  
Go on that date  
Start living your life

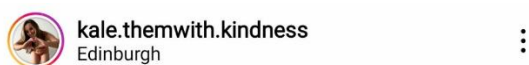
419 642 To se mi líbí  
body.posi.movement  
@isabelladavis6 "I'll go to the beach when I'm thin enough".  
"I'll be intimate with my partner when I'm thinner".  
"I'll start dating when I lose weight".  
"I'll book that holiday when I'm smaller".

PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY



## PŘÍLOHA Č. 5 – POUŽITÉ BODY POSITIVITY PŘÍSPĚVKY



kale.themwith.kindness  
Edinburgh



Insta is  
full of edited  
and unrealistic  
bodies.  
Be mindful of this

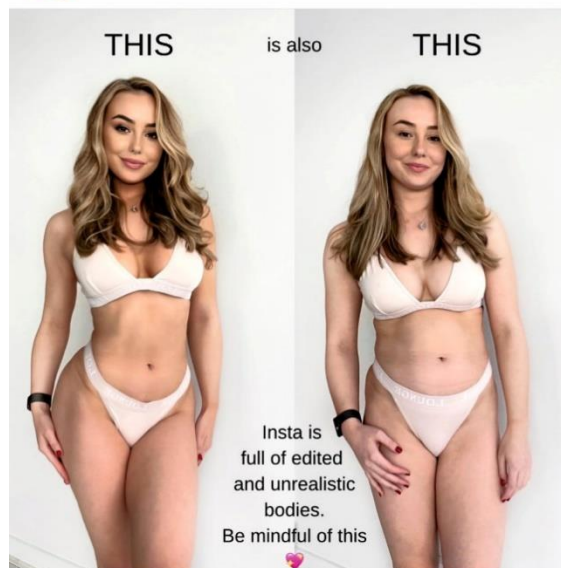


To se líbí **sophfsfitness** a **6 378** dalším

**kale.themwith.kindness** Just imagine, always editing your photos and videos and only being happy viewing the edited version of you. Subconsciously you are going to begin to feel unworthy as your true self because you're use to seeing a manipulated version of yourself. This is not good.



kale.themwith.kindness  
Edinburgh



To se líbí **sophfsfitness** a **6 378** dalším

**kale.themwith.kindness** Just imagine, always editing your photos and videos and only being happy viewing the edited version of you. Subconsciously you are going to begin to feel unworthy as your true self because you're use to seeing a manipulated version of yourself. This is not good.





## Příloha č. 6 – Měření stavové sebe-objektifikace

### *Ten statements test*

Popište se prosím pomocí 10 vět, které začínají slovy "já jsem".

1. Já jsem
2. Já jsem
3. Já jsem
4. Já jsem
5. Já jsem
6. Já jsem
7. Já jsem
8. Já jsem
9. Já jsem
10. Já jsem

### *Body Surveillance Scale*

#### **Původní znění:**

1. I rarely think about how I look.
2. I think it is more important that my clothes are comfortable than whether they look good on me.
3. I think more about how my body feels than how my body looks.
4. I rarely compare how I look with how other people look.
5. During the day, I think about how I look many times.
6. I often worry about whether the clothes I am wearing make me look good.
7. I rarely worry about how I look to other people.
8. I am more concerned with what my body can do than how it looks.

Reverzně kódované položky: 1, 2, 3, 4, 7, 8

**Překlad a úprava znění s přidáním „právě teď“**

1. Právě teď nepřemýšlím o tom, jak vypadám.
2. Právě teď považuji za důležitější, aby bylo mé oblečení pohodlné, než abych v něm dobře vypadala.
3. Právě teď více přemýšlím o tom, jak se cítím ve svém těle, než jak mé tělo vypadá.
4. Právě teď srovnávám svůj vzhled se vzhledem ostatních.<sup>2</sup>
5. Právě teď přemýšlím, jak vypadám.
6. Právě teď se obávám, jestli v oblečení, které mám na sobě, vypadám dobře.
7. Právě teď mě trápí, jak vypadám pro ostatní.<sup>3</sup>
8. Právě teď se spíše zajímám o to, jak je mé tělo funkční, než jak vypadá.

Reverzně kódované položky: 1, 2, 3, 8

---

<sup>2</sup> Zde jsme změnilы původní negativní formulaci na pozitivní, aby byla položka lépe pochopitelná. Původní položka byla reverzně kódovaná, tato po změně ne.

<sup>3</sup> Stejná změna jako u položky výše.

## **Příloha č. 7 – Měření postoje k body positivity**

### *Zadání*

Vyjádřete prosím míru souhlasu s následujícími výroky.

Pokud neznáte pojem "body positivity", uvažujte o něm na základě této definice: Body positivity účty odmítají nerealistické tělesné ideály a povzbuzují ženy, aby akceptovaly a milovaly svá těla jakéhokoliv tvaru a velikosti. Body positivity příspěvky na Instagramu obvykle zobrazují ženy, které hrdě zveřejňují svá jedinečná těla a citáty a texty o přijímání těla.

### *Výroky*

Sledování body positivity příspěvků může vést k pozitivnějšímu vnímání vlastního těla.

Body positivity příspěvky ve mně vyvolávají pozitivní emoce.

Sleduji body positivity účty na některé sociální síti.

## Příloha č. 8 - Debriefing

### Vysvětlení cíle výzkumu

Tento výzkum se zabývá vlivem body positivity příspěvků na body image, konkrétně na míru sebe-objektifikace, kterou sledování takových příspěvků může zvyšovat. Sebe-objektifikaci chápeme jako nahlížení na sebe jako na objekt, který má být hodnocen. Zkoumání této oblasti považuji za důležité, protože sebe-objektifikace má řadu negativních důsledků především na vnímání vlastního těla a spokojenost s ním. Dokud tedy budou body positivity příspěvky zvyšovat sebe-objektifikaci, nedosáhnou toho, aby jejich sledující přijímali svá těla a měli je rádi.

V dotazníku jste mohly vidět buď příspěvky, které zobrazovaly pouze nějaké texty, nebo příspěvky s texty a fotografií ženy. Je to z toho důvodu, že účastnice jsou náhodně rozděleny do dvou skupin a každá skupina vidí jeden typ příspěvků. Po jejich zhlédnutí jste vyplnily dotazník, který měřil míru vaší sebe-objektifikace. Cílem práce je zjistit, zda mezi skupinami, které viděly odlišné příspěvky, byl rozdíl v aktuální sebe-objektifikaci. Předpokládám, že mírně většího zvýšení dosáhne skupina, která viděla příspěvky s fotkou ženy, protože ženské tělo má potenciál být objektifikováno. To může být způsobeno tím, že média nám často ukazují pohled na ženy jako na objekty, jejichž těla nám o nich řeknou vše (včetně toho, jaká žena je, jak se chová apod.).

Pokud se rozhodnete, že nyní po seznámení se s detaily výzkumu, nechcete být jeho součástí, napište prosím zprávu do této kolonky.