Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská
Studijní obor: Podniková ekonomika a management

Název bakalářské práce:

Český spotřebitel a zdravý životní styl

Netnografie online komunity

Autor bakalářské práce: Ivana Juchelková
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zuzana Chytková, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma
"Český spotřebitel a zdravý životní styl"
jsem vypracovala samostatně. Použitou literaturu
uvádím v přiloženém seznamu literatury.

V Praze 6. května 2015 Podpis

Název bakalářské práce:

Český spotřebitel a zdravý životní styl

Abstrakt:

Práce pomocí netnografie zkoumá průběh změny životního stylu z hlediska přístupu spotřebitele ke svému tělu a k sobě samému. Výzkum probíhá v kontextu online komunity STOB Klub, která sdružuje osoby snažící se dodržovat zdravý životní styl. Analyzuje a interpretuje obsah příspěvků a chování členů v diskuzních skupinách. Výsledkem je analýza, která nabízí blízký pohled na úzkou skupinu spotřebitelů, užitečný jak pro komunikaci se spotřebitelem, tak pro marketingový výzkum.

Klíčová slova:

netnografie, sebepojetí, spotřebitel, zdraví, tělo

Title of the Bachelor's Thesis:

Czech consumer and healthy lifestyle

Abstract:

With the use of netnography this thesis studies the process of transformation of one's lifestyle, approaching consumers' attitude towards their own body and their Selves. It is focused on an online community STOB Klub consisting of people trying to maintain a healthy lifestyle. The research analyzes and interprets the content of posts within newsgroups. The outcome is a study which can offer an inside look at a small group of consumers, useful for communication with a consumer and marketing research.

Key words:

netnography, self-concept, consumer, health, body

Poděkování:

Děkuji paní Ing. Zuzaně Chytkové, PhD. za
odborné připomínky, rady a čas, který věnovala
vedení mé bakalářské práce.

Obsah

1 Úvod 2

2 Teoretická část 4

2.1 Český spotřebitel a zdravý životní styl 4

2.1.1 Zdraví jako business 4

2.1.2 Zdravý životní styl v ČR 5

2.1.3 Zdravý životní styl a sociální média 6

2.2 Sebepojetí a tělo 7

2.2.1 Sebepojetí a sebekoncepce 7

2.2.2 Sebepojetí, identita a spotřební chování 9

2.2.3 Tělo a spotřební chování 10

2.2.4 Tělo a zdravý životní styl 11

2.2.5 Tělo, kultura a společnost 12

2.3 Management těla 13

2.3.1 Diety 13

2.3.2 Technologie 14

3 Praktická část 16

3.1 Metodika 16

3.1.1 STOB klub 18

3.2 Netnografie online komunity STOB Klub 19

4 Závěr 42

5 Zdroje 45

5.1 Knižní zdroje 45

5.2 Online zdroje 46

5.3 Ostatní zdroje 47

1 Úvod

Cílem bakalářské práce je vysvětlit vztah mezi zdravým životním stylem, sebepojetím a ideálním Já. Sebepojetí, identita a ideální Já hrají důležitou roli v životě člověka, ovlivňují, jak se chová, jak se rozhoduje a jaké produkty a služby využívá. Konkrétní otázky, které se práce snaží zodpovědět, jsou:

"Jak se vyvíjí sebepojetí člověka v průběhu změny životního stylu a co tento vývoj ovlivňuje?"

"Jaké spotřební chování se váže k vývoji sebepojetí a přibližování se ideálnímu Já?"

Zdravý životní styl je dnes velký trend, o kterém slýcháme stále častěji (Černá, 2013). Lidé se rozhodují pro změnu životního stylu z různých důvodů, které souvisí s jejich sebepojetím. Již rozhodnutí něco změnit naznačuje, že existuje rozdíl mezi tím, jaký člověk je a tím, jaký by být chtěl. Zdravý životní styl může pomoci dosáhnout lepšího tělesného i duševního zdraví či štíhlejší postavy. Pomáhá tedy člověku přiblížit skutečné já obrazu ideálního Já. Prostřednictvím své bakalářské práce se tyto vztahy mezi zdravým životním stylem a sebepojetím snažím vysvětlit. Teoretická část poskytne základ pro pochopení sebepojetí, identity a ideálního Já, jejich role v životě člověka a význam pro spotřební chování. Praktická část doplní teoretické poznatky o kvalitativní analýzu online komunity lidí dodržujících zdravý životní styl, která odhalí roli a vývoj sebepojetí a ideálního Já při změně životního stylu.

S rozšiřujícím se trhem zaměřeným na zdravý životní styl si mohou spotřebitelé vybírat ze stále více produktů a značek. Obchodníci musí proto potenciální zákazníky přesvědčit, že právě jejich produkt je ten pravý, který jim pomůže dosáhnout vytyčených cílů. Pochopení role sebepojetí a ideálního Já během změny životního stylu obchodníkům umožní potenciálním zákazníkům a jejich potřebám lépe porozumět. Díky tomu budou schopni lépe komunikovat hodnotu svých produktů, kterou mohou spotřebitelům nabídnout. Přidaná hodnota produktu pro zákazníka začíná vznikat ve chvíli, kdy se obchodník začne o zákazníka zajímat a snaží se pochopit, co ovlivňuje jeho rozhodnutí dodržovat zdravý životní styl. Výsledky této práce poskytnou blízký pohled na cílového spotřebitele a vysvětlí vztah mezi sebepojetím a zdravým životním stylem. Tím umožní marketérům zvýšit hodnotu jejich produktů, díky které lze budovat dlouhodobou loajalitu zákazníka (Kotler, 2007).

Prostředkem k dosažení úspěchů v oblasti zdravého životního stylu je řízení vlastního těla a sebe sama, například úprava jídelníčku, aktivní pohyb či pravidelné vážení a měření. Tyto aktivity jsem ve své práci označila pojmem "management těla" a věnovala jim jednu kapitolu teoretické části. Koncept řízení těla a sebekontroly hrál spolu se sebepojetím roli při vybírání cílové skupiny, která by byla předmětem mého výzkumu. Touto skupinou se stala komunita účastnic kurzů zdravého hubnutí společnosti STOB, která byla založena v roce 2010 jako nástroj pro vzájemnou podporu a motivaci k dosažení cílů v oblasti hubnutí a zdravého životního stylu.

Komunita STOB je hned z několika důvodů ideální skupinou pro výzkum vztahu mezi zdravým životním stylem a sebepojetím. Zdravý životní styl pod vedením kurzů STOB je založen na řízení těla a sebe sama. Díky diskuzním skupinám na webu STOB Klub bylo možné sledovat vývoj členek komunity a jejich sebepojetí v průběhu necelého jednoho roku. Sledování skupiny v prostředí online komunity navíc poskytuje blízký pohled na přirozené chování členů

skupiny. Online interakce je dnes ceněna jako odraz kultury a umožňuje do hloubky prozkoumat a pochopit lidské chování (Kozinets, 2010).

Pro výzkum jsem zvolila kvalitativní metodu sběru dat, konkrétně netnografii. Kvalitativní metoda umožňuje do hloubky prozkoumat problém, kterým se zabývá tato práce a odpovědět na otevřené výzkumné otázky. Netnografie je metoda online marketingového výzkumu, která umožňuje nenápadné pozorování spotřebitele v přirozeném prostředí, narozdíl od uměle vytvořených situací při např. dotazníku či rozhovoru (Kozinets, 2010). Hlavním přínosem netnografie je jedinečný způsob, kterým lze poznat potenciálního zákazníka, umožňující obchodníkům zvýšit hodnotu svých produktů pro zákazníky.

2 Teoretická část

První kapitola teoretické části uvede do tématu bakalářské práce, "Český spotřebitel a zdravý životní styl." Seznámí s trhem, který je cílený na zdravý životní styl, jako například nutriční poradenství a dietní produkty, a ukáže, proč je dnes tento trh tak populární. V druhé části budou vysvětleny pojmy, jako je sebepojetí, sebekoncept a ideální Já. Protože tato práce zkoumá vztah mezi zdravým životním stylem a sebepojetím člověka, je klíčové pochopit, co tyto pojmy znamenají, co je ovlivňuje a jakou souvislost mají se spotřebním chováním. Díky tomu bude možné lépe pochopit spotřebitele, který dodržuje zdravý životní styl. Poslední část teorie vysvětlí management těla jako součást dodržování zdravého životního stylu a jakou roli hraje při formování sebepojetí.

2.1 Český spotřebitel a zdravý životní styl

Kapitola "Český spotřebitel a zdravý životní styl" se nejdříve zaměří na skutečnost, že ze zdravého životního stylu se stává nejen trend, ale také poměrně velký a lukrativní business. Výsledky této práce umožní lépe pochopit spotřebitele, který je potenciálním zákazníkem právě v této oblasti trhu. Jelikož je práce zaměřena na zdravý životní styl českého spotřebitele, jedna část kapitoly bude věnována životnímu stylu v České republice. Závěrem tato kapitola zasadí zdravý životní styl do kontextu sociálních médií, protože právě v kontextu online komunity (STOB Klub) je prováděn výzkum této práce.

2.1.1 Zdraví jako business

S rozrůstajícím se počtem lidí s nadváhou, čím dál větší popularitou diet, aktivního pohybu a zdravého životního stylu, se začal rozvíjet i nový směr businessu. Ten se soustředí na dietní režim, pohyb a kosmetiku, na vše, co pomáhá lidem dostat se blíže ideálnímu Já. Existence tohoto trhu je závislá na konceptu udržování "krásného těla", který spotřebitele tlačí do investování do produktů, které mu zachování mladistvého vzhledu umožní (Featherstone, 1991). Všudypřítomná touha ovládnout proces stárnutí a mít pod kontrolou své tělo se proměnila v multimilionový business s produkty a službami, které lidem tuto kontrolu nad tělem umožňují (Thompson, Hirschman, 1995). Existuje nesčetně produktů a služeb zaměřených přímo na tělo, například dietní programy, vybavení, móda a služby zaměřené na pohyb a fitness, prodejny se zdravými potravinami nebo knihy a časopisy zaměřené na dietu a cvičení.

Docent Drbal říká, že zdravý životní styl je dnes velký business (Drbal, 2004). Lidé si čím dál více začínají uvědomovat, že aby zůstali zdraví, je třeba opravdové odhodlání a závazek ke zdravému životímu stylu (Hueltenschmidt, Olsen, 2014). Lidé, kteří si přejí zhubnout, si přejí vidět výsledky co nejrychleji a s co nejmenším úsilím. Firmy se musí postavit výzvě a začít nabízet spotřebitelům produkty a služby takovým způsobem a v takové ceně, aby v nich lidé viděli cestu,

jak rychle a lehce změnit životní styl (Hueltenschmidt, Olsen, 2014). Takové lidi je vcelku snadné přesvědčit ke koupi produktu zaměřeného na zdravý životní styl či hubnutí. Jakmile se produkt v reklamě dobře podá a vzbudí v potenciálním zákazníhovi pozitivní emoci, dobře se také prodá (Havlíček, 2015). Tato práce poskytne obchodníkům možnost lépe poznat zákazníka, který se snaží dodržovat zdravý životní styl. Pochopení vztahu mezi sebepojetím a zdravým životním stylem může pomoci zvýšit hodnotu produktu pro zákazníka (Kotler, 2007) právě díky použití těchto znalostí k lepšímu zacílení a propagaci produktu či služby.

2.1.2 Zdravý životní styl v ČR

I přes to, že studie ukazují, že obyvatelé České republiky si osvojili některé pozitivní stravovací návyky, například se snížila spotřeba živočišných tuků, hovězího a vepřového masa a vajec, stále v jídelníčcích Čechů zůstávají ne příliš zdravé potraviny. Například přetrvává obliba ve smažených jídlech, sladkých nápojích a smažených brambůrkách (Machová, Kubátová, 2009). Podle výzkumu determinantů zdraví, který prováděl Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, denně konzumuje ovoce 75% žen a 57% mužů. Celkově Češi konzumují spíše ovoce, než zeleninu (ÚHIS ČR, 2011). V konzumaci ovoce a zeleniny čeští obyvatelé zaujímají jedno z posledních míst v Evropě a asi 2% obyvatel ovoce a zeleninu vůbec nezařazují do jídelníčku (Machová, Kubátová, 2009).

Nevhodná skladba výživy u nás souvisí především s tradičními zvyklostmi v české kuchyni a stravování, ale také s konzumním stylem života, tendencí k přejídání a nedostatečným zájmem o zdravý životní styl. V některých případech vede ke konzumaci nekvalitních potravin také špatná finanční situace (Machová, Kubátová, 2009). Ve chvíli, kdy se začne zhoršovat ekonomická situace, člověk začne šetřit nejprve na sobě a přestane kupovat kvalitní potraviny (Havlíček, 2015). Stravovací návyky mohou souviset také se vzděláním. Čím vyšší má člověk vzdělání, tím více dbá na to, aby se stravoval kvalitně a v souladu se zásadami zdravé výživy. Byla zjištěna také souvislost mezi stravovacími návyky a pohlavím. Zásady zdravé výživy dodržují více ženy, než muži (Machová, Kubátová, 2009).

Nejvýznamnějším faktorem, který ovlivňuje zdraví jedince, je zdravý životní styl (Machová, Kubátová, 2009). Kromě dodržování zdravého jídelníčku je součástí zdravého životního stylu také fyzická aktivita. Z šetření o zdraví v České republice vyplývá, že aktivně vykonává vysokou fyzickou aktivitu 87,7% mužů a 79,5% žen. Z hlediska věku jsou nejvyšší hodnoty fyzické aktivity zaznamenány u žen i mužů ve věku 25 - 44 let (ÚZIS ČR, 2011). Co se týče úspěchu při dodržování zdravého životního stylu, je důležité dát si reálné cíle a postupně měnit návyky, aby změna životního stylu byla dlouhodobě udržitelná a aby výsledky byly trvalé (Málková, 2014). Důležité je také to, jaké okolnosti člověka donutí k tomu, aby změnil životní styl. Výsledky studií ukazují, že relapsy (návraty k původnímu negativnímu stavu) jsou méně časté u lidí, kteří se rozhodnou zhubnout z vlastní vůle (Křivohlavý, 2001).

Zjistilo se také, že kladně na výdrž u cvičení působí sociální opora, kterou může poskytovat člen rodiny, či cvičící "parta" a vzájemné vztahy mezi cvičícími. Kladný vliv má také hravá forma cvičení a dobrý cvičitel, který dokáže motivovat a vhodnými způsoby stimulovat. Proto je doporučováno zapojit se do různých sportovních klubů. Osvědčené je například kognitivně-behaviorální ovlivňování změny postoje necvičících (Křivohlavý, 2001). "*Kognitivně-behaviorální teorie vychází z teorie, že příčinou problémů je nevhodné chování a myšlení, které je naučené a udržované vnějšími a vnitřními faktory. V terapii se může klient toto chybné chování a myšlení odnaučit, přeučit nebo se může naučit novým, vhodnějším způsobům řešení problému*[1]*.*" Na tomto principu jsou založeny postupy společnosti Stop obezitě, jejíž komunitní web je předmětem zkoumání praktické části této práce.

2.1.3 Zdravý životní styl a sociální média

Výzkum vztahu mezi zdravým životním stylem a sebepojetím v této práci probíhá v kontextu online komunity STOB Klub. Sociální média a online komunity v dnešní době hrají celkem zásadní roli v každodenním životě lidí. Aktivita na sociálních sítích se stala rutinou a dokonce se ukázalo, že má své výhody. Aktivita na sociálních sítích pomáhá rozvíjet komunikační schopnosti a sociální vztahy (O'Keeffe, 2011). Mnohdy se příspěvek, který člověk vidí na sociálních médiích, stane prvotním motivátorem ke změně životního stylu. Může to být motivační citát, obrázek běžecké trasy, kterou sdílel na sociální síť kamarád, či fotografie fitness instruktorky, která ukazuje, jak se její postava změnila za rok dodržování zdravého životního stylu. Sociální síť se pro člověka může stát jakýmsi "parťákem", inspirací a motivací v průběhu cesty za vysněnou postavou a ideálním Já (Kelly, 2013). V metodologické části této práce bude seznámeno s komunitním webem www.stobklub.cz, který k výzkumu sloužil jako prostředí zkoumání vztahu mezi zdravým životním stylem a sebepojetím. Pro porovnání bude seznámeno se zahraniční online komunitou Blogilates, která podobně jako web STOB, slouží k vzájemné podpoře mezi hubnoucími lidmi.

Z 10 nejlepších Youtube kanálů, podle kterých můžete cvičit (Jones, 2014), byl jako příklad online komunity založené na společném životním stylu vybrán web Blogilates. Svůj web, Youtube kanál, Instagramový účet, Facebookový profil i vlastní aplikaci řídí certifikovaná pilates instruktorka, Cassey Ho. Ta okolo svého webu a účtů na sociálních médiích vybudovala komunitu, kterou povzbuzuje k pozitivnímu přístupu ke svému tělu a zdravému životnímu stylu. Kromě toho, že je Cassey Ho zakladatelka POP Pilates a fitness instruktorka, je pro své fanoušky také obrovským příkladem. Proto se snaží lidi podporovat k tomu, aby se cítili dobře ve svých tělech, ať už vypadají jakkoli. Její přístup ke cvičení a zdravému jídelníčku je takový, že člověk by si neměl za cíl dávat pouze fyzickou změnu své postavy, ale měl by najít v aktivním pohybu hlavně radost. Cassey se domnívá, že sociální média, zejména ta, která se týkají fitness, hrají důležitou roli v životech lidí, kteří se snaží dosáhnout svých cílů a potenciálu v oblasti zdravého

[1] *Kognitivně - behaviorální terapie* [online].

životního stylu[2]. Online sociální skupinu sestávající z přívrženkyň POP Pilates provází pozitivní a podporující atmosféra, která je základem ke zdravému a příjemnému hubnutí.

Sociální média, která jsou takto zaměřená na určitý životní styl, aktivity či názory, vytvářejí online komunity sdružující právě takové skupiny lidí, které spojují společné koníčky a zájmy. Online komunity fungují jako sociální skupiny, ovlivňují a formují identitu jejich členů. V následující kapitole bude vysvětleno, jak se od členství ve skupině odvíjí sebekoncepce jednotlivců, která hraje důležitou roli v jejich spotřebním chování. Vliv skupiny ovlivňuje, jak členové skupiny používají produkty k definování sebe sama (Solomon, 2010). Wellman definuje online komunitu jako místo, kde lidé navazují vztahy, vzájemně se podporují a kde je aktivita lidí naplněna významem, identitou a pocitem příslušnosti (Wellman, 2001). Online komunita založená na zdravém životním stylu bude ovlivňovat jedincovy preference v jídelníčku, pohybových aktivitách a pomůckách, které k dodržování zdravého životního stylu využívá. Jednotliví členové budou vzájemně ovlivňovat svá spotřební rozhodnutí prostřednictvím doporučení a sdílení vlastních zkušeností s produkty a službami. Výzkum této oblasti odhalí, jak působí online komunita jako faktor ve formování sebepojetí lidí dodržujících zdravý životní styl.

2.2 Sebepojetí a tělo

Protože je cílem práce vysvětlit vztah mezi zdravým životním stylem, sebepojetím a ideálním Já, je důležité pochopit, co to sebepojetí je a jak vůbec souvisí se spotřebním chováním. Tato kapitola seznámí s pojmy sebepojetí, sebekoncepce, skutečné a ideální Já. Spotřebitel, který je předmětem výzkumu této práce je člověk, který se snaží přiblížit skutečné Já ideálnímu Já. Tato kapitola proto zmíní také pojem identita a vysvětlí, jak člověk svou identitu vědomě formuje. Jedním z důvodů, proč se lidé rozhodnou změnit životní styl, je jejich nespokojenost s vlastním tělem, proto je část kapitoly věnována vztahem mezi tělem, zdravým životním stylem a sebepojetím člověka. Nakonec bude vysvětleno, jakou roli hraje kultura a společnost v tom, jak je člověk spokojen či nespokojen se svým tělem. Pro pochopení vztahu zdravého životního stylu, sebepojetí a ideálního Já je důležité pochopit, jakou roli hraje v této souvislosti vliv na obraz ideálního těla ze strany společnosti a médií.

2.2.1 Sebepojetí a sebekoncepce

Nákup produktů a využívání služeb je svázáno se sebekoncepcí a identitou jedince. "*Sebekoncepce je osobní systém hodnot a postojů k sobě, který determinuje vztahy jedince i k druhým lidem a postup dalšího utváření vlastní identity, sebe sama, své psychiky a osobnosti*"[3]. Vědomí vlastního Já je základem pro formování sebepojetí. Sebepojetí je obraz sebe samého,

---

[2] *Cassey Ho* [online].

[3] *Sebekoncepce* [online].

který ovlivňuje představy o tom, jaký jedinec je, jaký by měl být a jaký by být chtěl (Mikuláštík, 2007). To, jak si člověk myslí, že ho vnímají ostatní, ovlivňuje, co si člověk o sobě myslí sám. Lidé používají spotřební chování jako pomůcku k tomu, aby posoudili, jaký člověk je. Definice spotřebního chování zní: *"Spotřební chování znamená chování lidí – konečných spotřebitelů, které se vztahuje k získávání, užívání a odkládání spotřebních výrobků – produktů,"* (Koudelka, 2006). Dojem, který v ostatních člověk zanechává, zahrnuje jeho oblečení, vybavení domu, automobil apod. Proto majetek člověka a produkty, které užívá, určují, jak je vnímáno jeho Já. Stejně jako si podle kupního chování o nás dělají obrázek ostatní, my sami využíváme tato rozhodnutí k tomu, abychom formovali vlastní identitu a sebekoncepci. Lpíme na produktech, díky kterým se nám daří zachovat sebekoncepci, které mohou sloužit jako jakási jistota v neznámých situacích nebo prostředích (Solomon, 2010).

"*Protože spousta spotřebních aktivit souvisí se sebekoncepcí a definováním sebe sama, není překvapivé, že se u spotřebitelů ukazuje soudržnost mezi jejich hodnotami a věcmi, které nakupují,"* (Solomon, 2010). Při rozhodování o koupi produktu hraje důležitou roli skutečné Já a ideální Já. "*Ideální Já je jakýsi vysněný obraz sám sebe a plní funkci v motivaci chování,"* (Blatný, 2010). Je to pojetí toho, jaký by chtěl člověk být, zatímco skutečné Já se vztahuje k reálným vlastnostem, které máme nebo které nám naopak chybí (Solomon, 2010). Pokud jde o nákup každodenních a praktických produktů, člověk se většinou rozhodne podle svého skutečného Já. Naopak při koupi expresivních produktů, které často mají sociální význam, hraje důležitou roli ideální Já (Landon, 1974). Spotřebou produktů a služeb je člověk schopen mazat rozdíl mezi skutečným a ideálním Já. I když výzkumy ukazují, že vztah mezi spotřebitelovou sebekoncepcí a produkty existuje, není jasné, jestli spotřebitelé produkty nakupují, protože jim připadají podobné sobě samým nebo jestli předpokládají, že produkty, které si kupuje, musí být podobné, protože jinak by si je nekoupil (Solomon, 2010).

Velikost rozdílu mezi reálným, ideálním Já a sebekoncepcí ovlivňuje spokojenost či nespokojenost člověka se sebou samým (Mikuláštík, 2007). Tento rozdíl je však různý pro různé jedince. Takoví lidé, jejichž rozdíl mezi skutečným a ideálním Já je větší, než u ostatních, mají tendenci více reagovat na reklamy zaměřené právě na tuto propast (Solomon, 2010). Cílem člověka je přiblížit se co nejvíce obrazu svého ideálního Já. Potřeba tohoto cíle dosáhnout předchází taková rozhodnutí, jako je změna životního stylu. Zde se obchodníci snaží spotřebitelům nabídnout produkty, které spotřebiteli dovolí se k cíli posunout blíž (Solomon, 2010). Marketingové kampaně často působí na touhu člověka se stále zlepšovat, vypadat lépe a přiblížit se ideálnímu Já (Schmitt, 1999). Výsledky této práce marketérům poskytnou více informací o spotřebiteli, kterého se snaží zacílit, zejména o tom, jakou roli hraje sebepojetí ve vztahu ke zdravému životnímu stylu.

Takové objekty, které jsou v určitém smyslu součástí Já spotřebitele, utvářejí jeho "rozšířené Já" a slouží k formování jeho identity. Nejde pouze o produkty, které si člověk koupil. Rozšířené Já sestává z jedincova těla, jeho vnitřních procesů, myšlenek a zkušeností a z lidí, míst a věcí, ke kterým má jedinec určitý vztah (Miller, 2001). Solomon popisuje 4 úrovně rozšířeného Já: individuální, rodinnou, komunitní a skupinovou. Individuální úroveň představuje osobní vlastnictví jedince, kterým sám sebe definuje. Věci, které člověk vlastní, jsou považovány za jeho součást. Rodinná část rozšířeného Já zahrnuje spotřebitelovo sídlo a nábytek, které jsou často centrálním aspektem identity. Komunitní úroveň je blízká spotřebitelům, kteří sami sebe chápou jako součást

nějaké komunity, se kterou jsou silně spoutáni, což je typické pro rodinné farmy apod. Co se týče skupinové úrovně, někdy mohou naše vztahy k určitým skupinám být považovány za součást našeho Já, např. blízký vztah k oblíbenému fotbalovému týmu (Solomon, 2010).

2.2.2 Sebepojetí, identita a spotřební chování

Se změnou životního stylu, jakmile se člověk začně přibližovat svému ideálnímu Já, se mění také skutečné Já člověka, jeho identita. Identita jednotlivce je odpověď na otázky, jako jsou: ”Kdo jsem? Čím se odlišuji od ostatních?” (Myers, 2009). Identita nás nejen odlišuje od ostatních, ale také ostatním lidem umožňuje nám porozumět. Stanovit identitu věci, zvířete či člověka dříve znamenalo ho pojmenovat a specifikovat jeho jedinečnost. Pro člověka byla identita byla pouze příslušností k určité rodové linii. Lidská identita nebyla něco, co by si člověk mohl přát, zvolit, změnit nebo čeho by mohl dosáhnout. Identita člověka byla chápána spíše v politickém či byrokratickém slova smyslu, kdy bylo třeba od sebe odlišit osoby podle jména, identifikačních karet či otisků prstů. V krajních případech docházelo v rámci odlišení identity k označování či cejchování, například v případě trestanců, kterým byly vypalovány značky, aby od sebe byli snadno rozeznatelní (Gabriel, Lang, 2006).

V moderní době již identita není něco, co je pevně dáno a ani nezávisí pouze na prostředí, kterému se člověk přizpůsobuje. Identitu a svou jedinečnost si člověk zvolí a utváří sám (Gabriel, Lang, 2006). Vedle charakteristik daných geneticky a ovlivněním v průběhu dosavadního života člověka je třeba věnovat větší pozornost jeho vlastním snahám dosáhnout určitých cílů. Stále více se hovoří o vědomém jednání člověka, nejen o jeho chování. Cíle, které si před sebe člověk staví, jsou zdrojem motivace jeho jednání (Křivohlavý, 2001). Budování identity s sebou nese zásadní životní volby a rozhodnutí. Identita se stává životním příběhem, který člověk sám píše a přepisuje, příběhem, který je reflexivní a nikdy nekončící. Psychologická identita člověka je něco, co je třeba pěstovat a obhajovat, je to produkt práce a snahy. Psychologové mluví také o tzv. identitě skupiny. Znamená to, že člověk ve skupině ztrácí svou individuální identitu, která se stává součástí masy. S tím, jak se formuje identita skupiny, zaniká problém jedince s vlastní identitou a jeho identita je odvozena od identity skupiny (Gabriel, Lang, 2006).

Jak tedy dnešní člověk formuje svou identitu? Tak jako dříve udávaly identitu jedince profese, rodinný stav nebo ekonomická situace, dnes má centrální roli ve vytváření identity spotřební chování (Gabriel, Lang, 2006). Nákup produktů a služeb se stal nákupem identity. Některé produkty kupujeme, protože si myslíme, že korespondují s tím, jací jsme, zatímto jiné kupujeme, abychom se přiblížili tomu, jací bychom být chtěli (Solomon, 2010). Spotřebitelovo Já je svázáno s identitou produktů, které nakupuje a služeb, které využívá. Mnohdy lidé se svou identitou experimentují, snaží se prozkoumat sami sebe a odpoutat se od svých Já, kterými jsou doma nebo v zaměstnání. Takové pokusy často vedou k dosažení limitů jedince, ať už ve sportu, znalostech a dovednostech, či umění. Mnohé oblasti ekonomiky, například průmysl zaměřený na volný čas, koníčky, tělo či osobní růst, jsou poháněny touhou jednotlivce pracovat na své identitě a přiblížit se ideálnímu Já (Gabriel, Lang, 2006).

Kromě toho, že identitu formuje spotřební chování člověka, ji může formovat také členství ve skupině. V takovém případě, kdy je identita jedince svázána s identitou ostatních, vzniká skupinová identita, kterou zmiňovali Gabriel a Lang (Gabriel, Lang, 2006). Spotřební chování, které definuje identitu jedince, může vycházet i z identity skupiny. Je pravděpodobné, že ve skupině lidí, kteří vyznávají stejný životní styl, budou jednotlivci sdílet některá spotřební rozhodnutí. Mohou nakupovat podobné produkty, značky, využívat podobné služby. Volba produktů a služeb v tomto případě vyjadřuje to, kým člověk je a s jakými typy lidí se ztotožňuje (Solomon, 2010). Životní styl může být chápán jako skupinová identita. Je to výraz toho, do jaké skupiny se člověk zařazuje na základě toho, co má rád, jak rád tráví volný čas a za co utrácí peníze. Skupiny, které jsou založeny na společném životním stylu, se nazývají mikrokultury (Solomon, 2010).

2.2.3 Tělo a spotřební chování

Novým rysem dnešního člověka v narcistické společnosti je jiný vztah mezi člověkem a jeho tělem. Lidé tráví nesčetně času pozorováním se v zrcadle a v odrazech výkladních skříní. Většinou ale nejsou spokojeni s tím, co vidí. Mají strach, že zestárnou a zoškliví, mají strach ze smrti. Pokoušejí se sami sebe a svou osobnost prodat, jako by to bylo zboží. Proto investují do produktů a služeb, které slibují, že pomáhají bojovat proti známkám stárnutí, zlepšit pleť či zhubnout kila navíc. Díky nákupu těchto produktů a využívání těchto služeb se člověk snaží překlenout vzdálenost mezi tím, kým je a tím, kým by chtěl být (Feathersone, 1991).

Vzhled člověka je velkou součástí jeho sebekoncepce. To, jak člověk vnímá svůj vzhled a tělo, je anglicky nazýváno “body image” (Solomon, 2014). Každý člověk své tělo neustále pozoruje a hodnotí. Náš kritický pohled na vlastní tělo nás nutí cvičit, držet diety nebo dokonce podstupovat plastické operace. To vše proto, abychom dosáhli vytouženého vzhledu a přiblížili se ideálnímu Já. Tato touhla přiblížit se tomu, jak bychom chtěli vypadat, pohání dnes tak populární trh, který je zaměřený na produkty a služby orientované na zdraví. Naše tělo je pro nás v dnešní době nástroj potěšení a sebevyjádření (Featherstone, 1991) a hlavním záměrem marketingu je uspokojit potřeby spotřebitelů spojené s tělem a krásou skrz užívání produktů. Díky užívání produktů, které jej přiblíží k ideálnímu Já, si spotřebitel může připadat atraktivnější a tím zažívá i pocit vyššího sebevědomí (Bloch, Richins, 1992). Sebevědomí vychází ze vztahu člověka k sobě samému. Jakmile se rozdíl mezi skutečným a ideálním Já zmenšuje, člověk sám sebe vnímá pozitivněji a to pozitivně ovlivňuje jeho sebevědomí (Mikuláštík, 2007).

Média, zejména reklamy, nás vybízejí k tomu, abychom si uvědomili, že my sami jsme zodpovědní za to, jak vypadáme. To, jak lidé vnímají své tělo, je v dnešní době ovlivňováno hlavně vizuálními podněty, zejména dvěma nejvlivnějšími vizuálními médii, televizí a filmy. Obrazy lidí, které vidíme v reklamách a filmech, nám neustále připomínají rozdíl mezi tím, jak vypadáme, a jak bychom vypadat mohli (Featherstone, 1991). Obchodníci tohoto rozdílu často využívají, aby ve spotřebiteli probudili touhu nakupovat produkty a služby, které ten rozdíl smažou (Solomon, 2010). Podle Naomi Wolf (Wolf, 2002) marketéři vidí v ženách, které se snaží vypadat lépe, důležitou cílovou skupinu. Aby nakupovaly stále více produktů, je třeba ženy držet v neustálém stavu nízkého sebevědomí. Názory ohledně těla propagované médii způsobují, že lidé si jsou více

vědomi svého zevnějšku a tělesných proporcí. Helena Rubinstein, podnikatelka v kosmetickém průmyslu, například řekla:*"Zachovat si mládí znamená zachovat si zdraví a prodloužit život,"* (Featherstone, 1991). Dnešní obraz ideálního vzhledu udává to, jak je spotřebitel spokojen se svým vlastním tělem, jak si představuje ideální postavu a pro jaké spotřební aktivity se v této souvislosti rozhoduje.

"Dnešní spotřební kultura nám říká, že vzít život do vlasních rukou a změnit své vlastní tělo je naše rozhodnutí," (Bordo, 2003). Na tělo je někdy nahlíženo spíš jako na objekt, který je oddělený od naší lidské podstaty (Thompson, Hirschman, 1995). Je normální cítit vinu, když sníme něco nezdravého nebo když vynecháme cvičení. V dnešní době naše postava vypovídá o naší morálce a člověk cítí povinnost udržovat své tělo v "normě". Obezita je známka slabé vůle, špatné disciplíny a sebekontroly (Thompson, Hirschman, 1995). Na obézního člověka se často nahlíží jako na někoho, kdo nevynaložil dostatek úsilí pro to, aby se svou váhou něco udělal (Fallon, 1990). Mnoho spotřebních rozhodnutí je poháněno všeobecným názorem, že zdraví a dokonalého vzhledu lze dosáhnout využíváním služeb a produktů (Glassner, 1990, Featherstone, 1991, Bordo, 2003).

2.2.4 Tělo a zdravý životní styl

Své tělo můžeme vnímat ze dvou úhlů: jako tělo "vnitřní" a tělo "vnější" (Featherstone, 1991). Ve spojitosti s vnitřním tělem se zabýváme zdravím a tím, jakou péči tělo potřebuje k tomu, aby optimálně fungovalo, regenerovalo se a bylo odolné vůči nemocem. Tělo vnější je spojeno se vzhledem těla a s tím, jak naše tělo vidí ostatní. Vnitřní a vnější tělo se vzájemně doplňují a vytvářejí celek. Hlavní účel, proč člověk dbá na zdravý životní styl a aby jeho tělo správně fungovalo je to, aby jeho tělo vypadalo dobře z vnějšku. Tento názor, že skrz péči o své tělo dosáhneme takových výsledků, jako je dokonalá postava a pleť, je zdůrazňován i v populárních médiích (Featherstone, 1991). To, jak se o tělo staráme, které potraviny konzumujeme, zda dostatečně spíme a aktivně se hýbeme, to vše se odráží na tom, jak naše tělo vypadá.

K rozvoji popularity zdravého životního stylu začalo docházet v meziválečném období. Například v Hollywoodu se začalo propagovat cvičení jako prostředek k posílení přirozené tělesné síly, aby postava vypadala dobře před kamerou (Featherstone, 1991). Nyní považujeme životní styl za jeden z nejdůležitějších determinantů zdraví. Můžeme ho definovat jako souhru dobrovolného chování a životní situace, tedy toho, co si sami vybereme a okolních možností. Pro zlepšení zdravotního stavu člověka a prevenci civilizačních chorob, jako jsou nádorová onemocnění, obezita a cukrovka, je důležité, aby byl do životního stylu člověka navrácen aktivní pohyb a stal se nezbytnou součástí jeho denního režimu (Machová, Kubátová, 2009). Aktivní pohyb kladně působí proti diabetu II. typu, snižuje výskyt srdeční mrtvice až čtyřikrát a pomáhá zvyšovat procento "dobrého" cholesterolu v krvi. Pozitivní vliv má cvičení nejen na fyzickou, ale i psychickou stránku člověka. Působí kladně na depresemi a úzkostmi zatíženou psychiku a pomáhá lidem zvládat problémy každodenního života a stres. Cvičení má také kladný vliv na vztah člověka k sobě samému, jeho sebehodnocení. Kladný vliv cvičení působí nepřímo, přes zvyšování sebedůvěry, pocitu vlasní hodnoty, pocitu zdraví, povědomí o celkovém zlepšení tělesného vzhledu apod. (Křivohlavý, 2001).

2.2.5 Tělo, kultura a společnost

Spokojenost jedince se svým vzhledem je ovlivněna tím, jak blízce je jeho představa svého těla podobná představě, kterou má o těle kultura, jejíž je součástí (Solomon, 2010). Dnešní spotřební kultura, reklamy, média, televize a filmy podsouvají lidem, jak vypadá ideál krásy a dokonalé tělo (Featherstone, 1991). "*Ideál krásy představuje konkrétní příklad dokonalého vzhledu,"* (Solomon, 2010). Pozvolna a jistě se, díky novým technologiím, vytváří průmysl a ideologie neomezeného zlepšování a změn, týkajících se mimo jiné i vnímání těla jako materiálního objektu. Nekladou se žádné meze fantaziím o proměnách těla či obličeje. Jsme neustále vyzýváni k tomu, že si svá těla můžeme sami vybrat. *"The proper diet, the right amount of excercise and you can have, pretty much, any body you desire,"* prohlašuje firma Evian (Bordo, 2003). K náležité dietě a správnému množství pohybu člověk k hubnutí ale potřebuje také dostatek času a peněz, které spousta lidí nemá (Bordo, 2003, Máchová, Kubátová, 2009). Ale skutečnost, že lidé, zejména ženy, utrácejí miliony za kosmetiku, oblečení, diety, nutriční poradce a módní magazíny, nám připomíná, že touha přizpůsobit se současným standardům krásy je stále zde a ve velké míře (Solomon, 2010).

Našimi hrdiny a vzory už nejsou světoví vůdci, vynálezci a úspěšní lidé. Jsou to celebrity, hvězdy filmových pláten, zpěváci a zpěvačky, lidé, kteří představují ideál krásy (Solomon, 2010). Přestože se říká "Nesuď knihu podle obalu," atraktivní vzhled často u lidí vyvolává dojem, že jsou chytřejší, zajímavější a schopnější (Dion, Berscheid, 1972). V tomto přesvědčení nás utvrzují především reklamy, které zobrazují krásné lidi s dokonalou pletí a štíhlými těly. Reklama a jiné formy masových médií hrají významnou roli v určování, které formy krásy jsou považovány za přitažlivé (Solomon, 2010). Díky reklamám zaujímáme kritický postoj vůči svému tělu, sobě samým a svému životnímu stylu, protože se porovnáváme se standardy krásy, které nám nastavují média. Již od 20. let 20. století reklamy oslňují spotřebitele obrazy mládí, krásy a luxusu, které vzbuzují touhy a připomínají nám, že je v našem životě stále co vylepšovat (Featherstone, 1991). Obraz ideálního Já, kterému se člověk snaží přiblížit, je právě takovými vlivy formován (Solomon, 2010). K vytvoření nových standardů krásy přispěly také Hollywoodské filmy, které masovému publiku připomínají, jak důležité je dobře vypadat. Jako reklamní tah začaly firmy používat doporučení na své přípravky přímo od Hollywoodských hvězd (Featherstone, 1991).

Zajímavé je se podívat na tuto problematiku z hlediska ženy. Regulovat váhu se snaží podle statistických šetření daleko více ženy než muži. Např. mezi vysokoškolačkami se až 70% děvčat snaží určitým systémem (regulací příjmu potravy, cvičením apod.) řídit svou váhu. Je tomu tak, i když 50% z nich není obézních (Křivohlavý, 2001). Naomi Wolf se zabývá vlivem kultury na to, jak ženy vnímají svá vlastní těla. Nová vlna ženských časopisů na ženy naléhá, že mají možnost samy sebe definovat a vyzývá je, aby vzaly do svých rukou svůj život, své tělo a zdraví. Ovšem co je na takových magazínech závádějící, snad žádná fotografie či obrázek ženy uvnitř časopisu se neobejde bez retuše. Čtyřicetiletá žena se na sebe podívá do zrcadla a myslí si, že vypadá staře, protože se porovnává s vyretušovým obličejem, který se na ni usmívá z časopisu (Wolf 2001). Takový případ může mít negativní vliv na to, jak spotřebitel vnímá marketingový tah firmy. Například kosmetická firma YSL, jejíž cílovým zákazníkem je zámožná starší žena, k propagaci použije šestnáctiletou modelku bez náznaku vrásek na pleti (Bloch, Richins, 1992). Porovnávání

se s takovým standardem krásy může vést k zákazníkově nespokojenosti, protože takový obraz krásy je nerealistický, nedostupný a velice vzdálený od průměrné cílové zákaznice (Freedman, 1984).

2.3 Management těla

Podle Craiga Thompsona a Elizabeth Hirschman v dnešní době lidé cítí jakýsi závazek monitorovat a kontrolovat své tělo. Do tohoto monitorování a kontrolu spadá jak vzhled těla, tak potraviny, které tělo přijímá a prostředí, v jakém se tělo nachází (Thompson, Hirschman, 1995). Tuto kontrolu a monitoring jsem v této práci označila jako management těla, tedy řízení těla. Management těla lidem slouží jako prostředek k přiblížení se ideálnímu Já. Podmanění stravovacích a pohybových návyků, abychom měli pod kontrolou tělo, vede podle Featherstona k dosažení cíleného vzhledu a tím k možnosti dát plně průchod tomu, aby tělo mluvilo za nás (Featherstone, 1991). Protože podle Solomona je tělo člověka soušástí jeho sebekoncepce a sebepojetí (Solomon, 2010), management těla bude analogicky na formování sebepojetí působit.

2.3.1 Diety

Se snahou o dosažení ideální váhy či těla souvisí pečlivá kontrola a monitorování toho, co jíme, kolik vážíme a jak se nám tělo mění (Thompson, Hisrchman, 1995). Spíše než na vlastní pocit a schopnost udržet si takovou postavu, jakou by člověk chtěl, se raději spoléhá na čísla, která mu říkají, jak na tom jeho tělo je (Talens, 2014). Controlling a monitoring těla jsou součástí přístupu k tělu jako k jednotce, která musí být řízena (Thompson, Hirschman, 1995). Management těla vede k dodržování diet, počítání kalorií, vážení a aktivnímu pohybu. Spojením zdravého jídelníčku a pohybových aktivit je člověk schopen řídit svou váhu, a tím pádem i své tělo. *Weight management je dlouhodobý přístup k zdravému životnímu stylu a skládá se ze zdravého jídelníčku a pohybové aktivity, které se doplňují tak, aby se výdej energie rovnal jejímu příjmu.*[4] Životní styl moderního člověka, ze kterého se vytrácí pohyb, přibývá přejídaní a zhošují se mezilidské vztahy, vede k rozšíření civilizačních chorob jako jsou nádorová onemocnění, obezita a cukrovka. Řešením by mělo být uvědomění si své biologické podstaty a z ní vyplývající potřeby pohybu, přiměřenosti stravování energetickému výdeji a pěstování dobrých mezilidských vztahů (Machová, 2009). Spojení zdravého stravování a aktivního pohybu je proto důležité. Některé zdroje uvádí, že základ efektivního hubnutí je jídelníček, který přispívá k hubnutí 70%, zatímco cvičení pouze 30%. Podle Křivohlavého se cvičení oproti dietě ukazuje jako vhodnější faktor ve změně poměru mezi množstvím svalové a tukové hmoty v těle, proto se ve snižování nadváhy stává rovnocenným partnerem dietě (Křivohlavý, 2001).

"*Diety, odříkání a denní režim jsou formy kontroly, kterými se lidé snaží udržovat svá těla v "normě" a zdraví,"* (Featherstone, 1991). Je běžné při hubnutí počítat kalorie, a to jak jejich příjem v potravinách, tak i výdej způsobený fyzickou aktivitou. Podle průzkumu Reny Wing

---

4 *Weight management* [online].

a Suzanne Phelan je snaha o hubnutí doprovázena pravidelným vážením, dokonce až 44% účastníků průzkumu uvedlo, že se během hubnutí váží denně (Wing, Phelan, 2005). Tloušťku člověka lze kromě váhy měřit také indexem BMI, což je nejrozšířenější metoda měření obezity člověka, která bere v úvahu váhu a výšku člověka. *Hodnota BMI se vypočítá jako tělesná váha v kilogramech dělená druhou mocninou výšky v metrech.*[5] Největším nepřítelem se nestala chuť k jídlu, ale tuk. *"Lidé začali měřit své stravovací úspěchy raději podle čísel na váze, než podle toho, jak ovládají své chutě, impulzivní jezení a přejídání,"* (Bordo, 2003). Tloušťku raději pravidelně definují čísly na váze, než aby se řídili subjektivními pocity (Schwarz, 1986). Váha se stává naším novým Bohem, nevážíme pouze sebe, ale i své jídlo. Kuchyňská váha se pro diety stala nezbytnou stejně jako váha osobní. Počítání kalorií, stejně jako váhy, na kterých počítání závisí, mají velice nízkou toleranci excesů a jakéhokoli druhu tuku (Schwartz, 1986). Takový druh managementu těla může být efektivní, ale o lidech vypovídá, že sami sobě v oblasti dodržování zdravého životního stylu nevěří, proto se potřebují řídit tabulkami a čísly.

Na problematiku diet existují různé zajímavé pohledy. Zmíním pohled Mika Featherstonea a Hillel Schwarz. Mike Featherstone (Featherstone, 1991) se zabývá působením hlídání jídelníčku na lidské zdraví. Dříve diety sloužily jak ke zdraví těla, tak i duše. George Cheyne, britský lékař a spisovatel, který žil v letech 1671-1743, díky dietě z mléka a zeleniny kombinované s pravidelným cvičením a spánkem, shodil přebytečná kila, zbavil se deprese a žil spokojený a mentálně stabilní život. Střídmost a střízlivost byly hlavní obranou proti melancholii, zlobě a dalším násilným emocím. Diety přinášely a stále přináší mnohá pozitiva, zejména zdraví a duševní rovnováhu. Hillel Schwartz má jiný názor:*"Žádná dieta neexistuje bez nějaké rozsáhlejší společenské agendy,"* (Schwarz, 1986). Podle pohledu Schwarzové na problematiku diet a managementu těla, tyto procesy lidé využívají zejména, aby si ohlídali svou postavu, než aby se lépe cítili. Kultura hubnutí se stala váhu-pozorující kulturou, jakmile lidé začali akceptovat názor, že tělo, které je váženo, se stává zrcadlem identity člověka.

2.3.2 Technologie

S rozvojem technologií se rozvíjí i přístup k managementu těla. Nejenže je díky internetu možné najít veškeré informace, které jsou potřeba, aby si kdokoliv vybral takový přístup k jídelníčku a cvičení, který mu bude nejvíce vyhovovat. Různé webové stránky můžou přímo nahradit trenéry i výživové poradce z masa a kostí. Na webu youtube.com jsou aktivní fitness instruktoři, podle kterých si každý může zacvičit doma. Tu pravou dietu pro sebe si člověk vybere během chvíle, stačí jen zadat správná slova do vyhledávače. Technologie, jako je internet, mobilní aplikace a pomůcky na měření tělesných aktivit, jsou dnes součástí managementu těla stejně jako kontrola jídelníčku a denního příjmu. Aplikace a technologie za nás nyní mohou počítat kalorie a kontrolovat, zda je skladba živin taková, jaká být má a sporttestery a krokoměry zajistí druhou stránku hubnutí, kontrolu výdeje kalorií.

---

[5] *Kalkulátor BMI* [online].

Používání technologických pomůcek spolu s aplikacemi zaměřenými na dietu a cvičení může snížit přítěž neustálé sebekontroly a zvýšit výdrž člověka při hubnutí (Burke, Wang, Sevick, 2005). Jejich cílem je zejména motivovat k dlouhodobé změně životního stylu (Schmidtová, 2013). Člověk, který sám sobě nevěří a nemá své aktivity dostatečně pod kontrolou, může svěřit svůj životní styl do "rukou" technologií. Aplikace a programy, které po zadání zkonzumovaných potravin spočítají kalorie, se starají o vyvážený jídelníček uživatele. Člověk tak má přehled o množství kalorií, bílkovin, sacharidů a tuků v jídle a podle toho může přizpůsobit přípravu dalších pokrmů pro daný den. Příkladem takového programu je Sebekoučink, který je součástí webu STOB. Sebekoučink pomáhá mít přehled jak nad příjmem, tak nad výdejem kalorií a může se pro člověka stát "osobním trenérem" v oblasti hubnutí[6].

Úspěšné hubnuté sestává jak z optimálního příjmu, tak z výdeje energie (Hill, Wyatt, Peters, 2012). I pro oblast výdeje existují mobilní aplikace a sportovní pomůcky. Aplikace do chytrých telefonů jsou schopné měřit počet kroků, některé jsou zaměřené na běh, jiné na další sportovní aktivity. Většina z nich dokáže měřit také množství spálených kalorií, pokud uživatel zadá svůj věk, výšku a momentální váhu. Pro měření kroků a pohybových aktivit lze využít také řady "náramků", které jsou schopné měřit stejná data jako mobilní aplikace. S pomůckami, jako jsou sporttestery je výhoda v možnosti měřit tepovou frekvenci. Díky tomu může člověk intenzitu pohybové aktivity upravit tak, aby se pohyboval v tepovém pásmu ideálním pro spalování tuků.

6 *Sebekoučink* [online].

3 Praktická část

Cílem práce je vysvětlit vztah mezi zdravým životním stylem a sebepojetím. Tím bude možné poskytnout kompletní obraz spotřebitele, který se prostřednictvím zdravého životního stylu a managementu těla snaží překonat rozdíl mezi svým skutečným a ideálním Já. Problematika skutečného a ideálního Já byla popsána v teoretické části. Bylo vysvětleno, že lidé podnikají takové kroky, aby se přiblížili svému ideálnímu Já. V případě této práce jsou těmito kroky zejména management těla a spotřební chování spojené s dodržováním zdravého životního stylu. V rámci cíle se zaměřím zejména na zkoumání role sebepojetí během změny životního stylu a vlivy, které na vývoj sebepojetí působí. Budu se snažit odpovědět na tyto otázky:
"Jak se vyvíjí sebepojetí člověka v průběhu změny životního stylu a co tento vývoj ovlivňuje?"
"Jaké spotřební chování se váže k vývoji sebepojetí a přibližování se ideálnímu Já?"

3.1 Metodika

Bakalářská práce zkoumá vztah sebepojetí a zdravého životního stylu. Protože se zabývám rozdílem mezi skutečným a ideálním Já, sebepojetím a vztahem člověka ke svému tělu v průběhu změny životního stylu, zvolila jsem kvalitativní metodu výzkumu. Díky využití kvalitativního výzkumu je možné odpovědět na otevřené otázky, které se vztahují ke zkoumané problematice, a které by kvantitativní metoda nebyla schopná dostatečně do hloubky prozkoumat. Kvalitativní výzkum se snaží především o porozumění akcí, chování a významů v jejich sociálním kontextu (Hendl, 2008). Zvoleným přístupem k výzkumu pro tuto práci je netnografie. Kromě netnografie jsem k analýze příspěvků použila kódování, což je způsob analýzy dat, který zjednoduššil výběr takových příspěvků, které by mohly být použitelné pro můj výzkum.

Netnografie (Kozinets, 2010, Xun, Reynolds, 2010) je online metoda marketingového výzkumu odvozená od etnografie, což je metoda, která provádí analýzu sociálních skupin pomocí pozorování či hloubkových rozhovorů v přirozeném prostředí subjektů pozorování. Netnografie adaptuje techniky etnografie na komunity, které vznikají na internetu. Netnografie je ideální metodou pro můj výzkum, protože umožňuje zkoumat online komunity, aniž by narušovala přirozené prostředí komunity. Nedochází zde k uměle vytvořeným situacím jako např. v dotaznících nebo rozhovorech, kdy subjekt nemusí na otázky odpovídat pravdivě. Proto je netnografie také nejspolehlivější metodou pro tento výzkum. Jedním z hlavních cílů marketingového výzkumu je identifikovat a porozumět touhám a vkusu spotřebitele a poznat, co ovlivňuje jejich nákupní rozhodování. V dnešní době roste význam internetu v marketingovém výzkumu a spotřebitelů aktivních v online komunitách. Netnografie tyto potřeby výzkumu spojuje, poskytuje blízký pohled na chování spotřebitelů v online komunitách, např. word of mouth, tedy *formu, kterou se mezi potenciálními zákazníky šíří povědomí o službách a produktech* (Zikmund, 2010). Díky netnografii mohou obchodníci lépe řídit obchodní rozhodnutí, což společnostem dává jedinečnou konkurenční výhodu.

Při výzkumu jsem čerpala z diskuzní skupiny sdružující návštěvníky kurzů STOB, která obsahuje 27 témat a má 178 členů. Diskuzní skupina byla založena doktorkou Ivou Málkovou pro účastníky kurzů STOB, kteří chtějí zůstat v kontaktu s přáteli z kurzu a vzájemně se podporovat při dodržování zdravého životního stylu po skončení kurzu. Protože zkoumám vztah mezi zdravým životním stylem a sebepojetím člověka, skupina byla ideální volbou pro můj výzkum. Ve skupině se dá dobře sledovat průběh změny životního stylu u členů online komunity, vývoj sebepojetí při dodržování zdravého životního stylu a faktory, které sebepojetí ovlivňují, mezi které patří také management těla. Většinu příspěvků jsem čerpala ze tří témat s největším počtem příspěvků. Všechna témata se týkala kurzů STOB vedených v Praze. Tyto tři skupiny mi umožnily sledovat průběh změny životního stylu u účastnic kurzů během více než jednoho roku, díky tomu se dal příznivě určit vývoj sebepojetí během změny životního stylu a vlivy působící na tento vývoj. Společnosti Stop obezitě, klubu STOB a jejich principům zdravého životního stylu jsem věnovala část kapitoly, která následuje po vysvětlení metodiky.

Výzkum jsem rozdělila na dvě části. V první části jsem všechna témata ze skupiny nahrála do systému Dedoose. Dedoose je webová aplikace, která slouží jako pomůcka při kvalitativním výzkumu[7]. Pomocí tohoto systému jsem kódovala příspěvky členek diskuzních skupin. Kódování je způsob analýzy dat, kterou Hendl popisuje jako přiřazování označení neboli kódů částem empirického materiálu (Hendl, 2012). Kódy mi umožnily lepší orientaci v textu a usnadnily následnou netnografii. Kódy jsem příspěvkům přiřazovala na základě pojmů vysvětlených v teorii, např. "management těla", "sebepojetí" nebo "ideální Já". Během pročítání příspěvků se objevovaly opakující se jevy, například vybočení ze zdravého jídelníčku a následné výčitky svědomí. Takto vznikaly i další kódy, které již z teorie této práce nevycházely. Tento proces se nazývá kategorizace, což je "proces seskupování pojmů, které se zdají příslušet stejnému jevu," a probíhá v rámci otevřeného kódování. Otevřené kódování je část analýzy, během které dochází k pečlivému studiu údajů a následně procesu označování pojmů (Strauss, 1999).

Jakmile byly příspěvky označeny kódy, vybrala jsem zejména příspěvky, které obsahovaly kódy týkající se teorie, na které je tato práce založena a příspěvky, které obsahovaly největší počet kódů. Následně jsem provedla analýzu příspěvků prostřednictvím netnografie. Netnografie je metoda sběru dat založená na porozumění projevů a chování lidí, kteří přidávají příspěvky v diskuzní skupině. Při provádění netnografie je důležité analyzovat obsah a hlubší význam jednání členů diskuzní skupiny (Kozinets, 2010). V příspěvcích jsem se snažila hledat zejména projevy sebepojetí hubnoucích a vlivy, které na jejich sebepojetí působí. Pro zachování anonymity přispívajících v online komunitě jsem interpretované příspěvky označila pseudonymy a neuvedla názvy diskuzních skupin, ze kterých jsem čerpala.

[7] *Dedoose* [online].

3.1.1 STOB klub

Společnost Stop Obezitě, zkráceně STOB, byla založena roku 1990. "*Aktivity společnosti STOB jsou založeny na metodě kognitivně-behaviorální psychoterapie, která byla úspěšně ověřena na mnoha tisících klientů a je i ve světě uznávána za jednu z nejefektivnějších metod terapie obezity.*"[8] K obezitě se nepřistupuje pouze jako k přílišnému množství tuku v těle, protože při hubnutí je významné také myšlení člověka, jeho emoce a celkově jeho psychická stránka. Cílem společnosti STOB je změnit životní styl člověka, právě díky kognitivně-behaviorálnímu přístupu k hubnutí, kdy člověk postupně mění nevhodné stravovací návyky. Předmětem zkoumání v praktické části je komunitní web www.stobklub.cz, který slouží jako online komunita pro hubnoucí, místo, kde se hubnoucí navzájem mohou podpořit a sdílet spolu průběh svých cest zdravým životním stylem.

Kontrola dodržování zdravého životního stylu je založena na managementu těla, konkrétně na programu Sebekoučink, který pomáhá členům vytvořit hubnoucí program přímo na tělo, díky tomu, že uživatel vyplní údaje o svém věku, pohlaví, výšce, váze, plánované cílové váze a požadovanou délku hubnoucího cyklu. Systém poté doporučí denní příjem kalorií a podíl bílkovin, tuků a sacharidů na denním příjmu. Sebekoučink je rozdělen do 3 skupin: Jídlokoučink, Fitkoučink a Psychokoučink. Z nich je pro hubnoucí klíčový Jídlokoučink. Uživatel denně do systému zadává vše, co snědl. Systém je založen na vážení a počítání kalorií. Semaforky, které uživatel vidí přímo pod svým denním příjmem potravin, ukazují příjem kalorií, bílkovin, tuků, sacharidů, zeleniny, tekutin a výdej kalorií. Díky semaforkům, které se rozsvítí zeleně, pokud uživatel dodržuje správý jídelníček, hubnoucí vědí, jaká denní skladba potravin a pohybu je ta pravá.

STOB pořádá také kurzy, na kterých se účastníci naučí upravit své návyky tak, aby si shozená kila dokázali dlouhodobě udržet. Kurzy umožňují pracovat na změně životního stylu, zejména pomocí úpravy stravovacích návyků, ale také díky aktivnímu pohybu. Zdravý životní styl podle kurzů STOB je založený na managementu těla, zapisování jídelníčku, počítání kalorií a vážení. Účastníci mají možnost také získat pomůcky, jako jsou krokoměry, které pomáhají usnadnit proces hubnutí. Kurzy probíhají v Praze, Brně, Českých Budějovicích a dalších českých městech. Každý uživatel si zároveň může založit vlastní blog a účastnit se diskuzí. Tak se lépe zorientují ve světě hubnutí a poznají další lidi, kteří prožívají podobnou cestu za shozenými kily. Mezi uživateli vznikají vztahy a přátelství a rodí se online komunita, která členům poskytuje pozitivní prostředí, kde se všichni vzájemně podporují a spolu dosahují svých cílů. Předmětem analýzy této práce jsou diskuzní skupiny. Proces výběru vhodných diskuzních skupin ke zkoumání byl popsán v předchozí části metodiky.

---

[8] *Společnost STOB* [online].

3.2 Netnografie online komunity STOB Klub

Chodíte do našich kurzů STOB, chcete se pochlubit, jak se vám daří a nebo naopak potřebujete podporu od někoho, kdo "v tom jede taky". Chcete být v kontaktu se svými spolubojovnicemi s nadbytečnými kilogramy i přes týden? Máte možnost.

Již popis diskuzní skupiny odhaluje, že hlavním účelem komunity vytvořené uvnitř diskuzní skupiny je vzájemná podpora, kontakt s lidmi, kteří jdou po stejné cestě za novou postavou a sdílení úspěchů i těžkých chvil během této cesty. Drtivou většinou členů diskuzí jsou ženy, které bojují s nadváhou. Pokus o založení diskuze pro muže hubnoucí v rámci kurzu STOB byl neúspěšný. Online komunita, která je předmětem mého výzkumu, sdružuje ženy, které mají společný cíl, zhubnutí, a společnou cestu, kterou je zdravý životní styl. Hubnutí v kurzech STOB je založené na pravidelném vážení a měření, dodržování jídelníčku a pohybové aktivity. Jídelníček si dámy hlídají pomocí Sebekoučinku, což znamená počítání kalorií, vážení jídla a hlídání poměru bílkovin, tuků a sacharidů. Společný cíl a společná cesta se také pojí se společnou identitou. Identitu spojenou s obezitou mění novým, zdravým životním stylem a tak formují identitu novou.

***Petra**:*
"Milé spolubojovnice,
odjíždím ke kamarádovi na Vysočinu, kde budeme slavit všechno možné i nemožné: jaro, svátky, narozeniny, moje hubnutí - no, to to dopadne :-). Pak abych začala zase na 5000 KJ, abych nespadla zpět do té ohavné obezity!
Ale už se na vás těším příští čtvrtek – na Pankráce na Pankráci.
Mně ten postup od obezity ke "kosmetickému problému" snad povzbudil i básnické střevo :-D"

Petra v příspěvku zmiňuje přeměnu obezity v kosmetický problém. To ukazuje na vývoj její identity a sebepojetí, protože ke svému tělu a kilům navíc nyní přistupuje jinak. Obezita, které se díky novému životnímu stylu zbavila, se stala pouze kosmetickým problémem. Taková interpretace nadváhy zní pozitivněji, zejména v kontrastu s vyjádřením "ohavná obezita". Tím se odvolává na své Já před tím, než se rozhodla změnit životní styl. Je zjevné, že se k takovému stavu již nechce vrátit a že její sebepojetí je blíž k ideálnímu Já. Zmínka 5000 KJ značí přístup k hubnutí založený na počítání příjmu a výdeje kalorií, typický pro hubnutí s kurzem STOB a Sebekoučinkem.

Při kódování příspěvků v diskuzních skupinách jsem se rozhodla pro svůj výzkum čerpat ze tří "podskupin" skupiny založené pro účastníky kurzů STOB. Všechny tři skupiny byly založeny pro návštěvnice kurzů STOB, které se rozhodly zůstat v kontaktu i po skončení kurzu. Ve všech skupinách bylo možné sledovat vývoj hubnoucích žen po dobu okolo 1 roku. Díky propojení poznatků ze tří různých skupin bylo možné záskat obsáhlý pohled na vývoj sebepojetí hubnoucích v průběhu změny životního stylu a různé vlivy, které na tento vývoj působí. Všechny tři komunity jsou součástí komunity STOB, proto neanalyzuji příspěvky odděleně, ale prolínám informace získané z příspěvků dohromady.

ÚVOD

Všechny tři skupiny, ze kterých jsem čerpala příspěvky, sledují téměř roční vývoj boje s kily členek kurzů STOB v Praze. Díky čerpání z těchto tří skupin jsem získala informace o různých vlivech, které působí na vývoj sebepojetí v průběhu změny životního stylu. Kurzy, které daly vzniknout těmto diskuzním skupinám, jsou vedené instruktorkami Věrou a Alžbětou. V textu je vždy označeno, pokud se jedná o příspěvek instruktorky. Kurzy vedené lektorkou Alžbětou jsou lehce odlišné tím, že Alžběta kromě vedení kurzu pracuje na studii, která na účastnicích kurzů sleduje vztah mezi pohybem, jídelníčkem a hubnutím. Účastnice této studie dostaly od své lektorky k zapůjčení krokoměry a sporttestery, aby ona mohla pravidelně stahovat informace z těchto zařízení a sledovat pohybové aktivity účastnic své studie. Následující dva příspěvky seznamují s těmito dvěma lektorkami.

Věra (instruktorka):

"Hezké úterý povelikonoční-:). Milé dámy, posílám povzbuzení do jídelníčkovych zápisů a myslím, že byste mohly zkusit využívat sebekoučink...v pondělí bychom si řekly, zda je vše ok, nebo potřebujete s něčím poradit-:). Pokud můžete, tak mi posílejte jídelníčky za minulý týden ať v pondělí vše zvládneme...hezký týden."

Alžběta (instruktorka):

"Naše milé kurzistky, což takhle se domluvit ve svých kurzech a skrz stobklub a vzájemnou podporu se spolu prokousat horami vanilkových rohlíčků a vosích hnízd..Opakovaně mám zkušenost od mých klientek, že "když jsem v kurzu a vím, že mě každý týden lektorka zváží, tak to je paráda, ale když ten kurz skončí, co pak..." Někdy mám pocit, že to je jak vypouštět mláďata do světa, ať už bojují sami…Jen pro vaši info, jak jsme dopadli jako kurz: Na záčátku jsme měli průměrné BMI 33,1 a na konci 31,9, vstupní průměrná váha 92,8 a konečná 88,8. Gratuluji dámy!"

"Milé bojovnice, sportovkyně či kavárenské tipy, doufám, že jste vyhrály nad svými sporttestery a srostly s krokoměry."

Z obou příspěvků se opět dají vyčíst principy hubnutí v kurzu STOB. Členky si každý den zapisují, co snědly a každý týden jejich jídelníčky lektorka zhodnotí. Kdyby něco nebylo v pořádku, poradí, co změnit. Věra se své svěřenkyně snaží naučit zacházet se Sebekoučinkem, protože je tak jednodušší sledovat a hlídat složení denního příjmu, jak pro hubnoucí, tak pro jejich lektory. Lektorky totiž mohou sledovat jídelníčky svých skupin také právě přes Sebekoučink, což je přehlednější, jednodušší a úspornější, než každotýdenní kontrolování jídelníčků zaslaných přes email. Pravidelný dohled, jako je kontrola jídelníčku spolu s vážením hraje důležitou roli v sebepojetí, zejména v sebekontrole účastnic kurzu STOB.

Další formy managementu těla, se kterými se v příspěvku setkáváme, je měření hodnoty BMI, váhy a používání technologických pomůcek měřících tělesnou aktivitu. Průměrné BMI a váha skupiny ukazuje, kam se během kurzu pohly účastnice jako skupina. Váha jednotlivých účastnic se tedy stala součástí průměrné váhy celé skupiny, což znamená, že i identita jednotlivých členek je

součástí většího celku, kdy se každá členka podílí na celkové změně ve skupině. Výraz "srostly s krokoměry" vyjadřuje snahu o to, aby členky přijaly technologické pomůcky jako součást sebe, aby se měřící náramky a pásky staly přirozenou součástí jejich těl a jejich životů. Měření a kontrola denně našlapaných kroků, tepové frekvence a tělesné aktivity by měla pomoci k lepší kontrole nad sebou sama a celkovým dodržováním zdravého životního stylu.

Podle příspěvku Alžběty je udržování kontaktu se svou skupinou po skončení kurzu klíčové pro zachování životního stylu, kterému se účastnice naučily během něj. Cesta za ideálním Já nekončí se skončením kurzu. Kurz slouží spíše jako "škola" zdravého životního stylu a managementu těla. Jakmile skončí kurz, huboucí ženy se musí ale dál rozvíjet samy, sžít se s novými návyky a dále překonávat rozdíl mezi skutečným a ideálním Já. Kontakt se skupinou ostatních členů kurzu slouží jako kotva ve světě zdravého životního stylu, jak bude patrné z dalších príspěvků. Pravidelné vážení a kontrola lektorky je výraznou motivací pro sebekontrolu a dodržování nastaveného denního příjmu kalorií. Sebekontrola v hubnutí hraje důležitou roli. Zahrnuje kontrolu toho, co hubnoucí jí, kontrolu fyzické aktivity a pokud dobře funguje, s životním stylem se hubnoucím mění váha a jejich postavy. To znamená, že se přibližují tomu, jaké by jednou chtěly být. Vztah lektorky ke svým hubnoucím svěřenkyním se dá hodnotit až jako mateřský, podle výrazu "mláďata", kterým Alžběta popisuje své klientky, které se jí zdají po skončení kurzu bezradné a neschopné se o sebe postarat, co se týče nového životního stylu. Je důležité, aby se účastnice po skončení kurzu naučily, jak si udržet motivaci.

MANAGEMENT TĚLA: Technologie

Management těla a jeho aspekty jsou součástí životů všech členek komunity. Slouží k pomáhání se sebekontrolou. Sebekontrola je pro tyto ženy s nadváhou něco, co jim pomáhá formovat jejich nové, ideální Já. Je součástí jejich sebepojetí a je to něco, co je odlišuje od jejich minulého, obézního Já, které pod kontrolou neměly.

***Petra**:*

"Ahoj Maru, krokoměr se stal nedílnou součástí mého života a sporttester se jím stane, jen co ho vybalím z krabičky :-D
Přeji tobě i všem sportovkyním spoustu měřitelných akcí během nadcházejícího prodlouženého víkendu. :-)"

***Linda**:*

"Já jsem s krokoměrem srostla dokonale, sportestr jsem si objednala a myslím, že minulých 10 měsíců mi změnily život. Dokonce jsem prochodila boty tak, že jsem jim musela nechat vyměnit podrážky.
[…]"

***Renata**:*

"Jak si užíváte krokování? Mně to děsně baví, několikrát denně koukám, co už jsem nachodila a motivuje mě to, abych radši šla pěšky než jela výtahem nebo se svezla eskalátorem. Ani tak to bohužel s mými ušlými "kilásky" není při běžném denním režimu žádná sláva, a tak si zahrávám s myšlenkou vystupovat při cestě z práce o jednu zastávku dřív! "

Petra, Linda i Renata v rámci účasti ve studii, kterou provádí jejich lektorka Alžběta, dostaly k zapůjčení krokoměry a sporttestery a pokyny, jak tyto pomůcky používat. Krokoměry by měly mít připnuté celý den a jak samy účastnice studie tvrdí, během krátké chvíle užívání se staly jejich součástí. Propojením takové technologie a těla vzniká rozšířené Já a podle slov Petry, Lindy i Renaty, je krokoměr součástí jejich nové identity. Díky monitorování denního plnění počtu kroků mají ženy nad sebou lepší kontrolu a to jim pomáhá přiblížit se ideálnímu Já. Sebekontrola je nyní součástí jejich Já, jejich sebepojetí. Jejich nové Já má pod kontrolou své tělo a to se díky tomu mění k obrazu jejich vytouženého těla. Nejenže je krokoměr součástí jejich identity, ale motivuje a pomáhá formovat identitu novou, překonáváním rozdílu mezi skutečným a vysněným Já.

Z příspěvků je zřetelné, že díky programu STOB opravdu v životech účastnic kurzů k radikálním změnám. Chůze se stala jedním z nových návyků, které si z kurzu a díky studii účastnice vypěstovaly. Měření těchto výkonů hubnoucí motivuje k lepším výsledkům a krokoměry umožňují také kontrolu toho, zda chůze bylo za den dostatečné množství. Účastnice studie se o svých výsledcích vzájemně informují v diskuzní skupině a díky tomu je motivují nejen čísla na vlastních krokoměrech, ale také čísla ostatních spolubojovnic.

***Věra**:*

"Od pátku se nějak překonávám, v pátek 15 554 kroků a 1 hod plavání, v sobotu 8 749 kroků a v neděli 20 976kroků a z toho 15 946 aerobním tempem (škoda, že jsem neměla sporttestr...šla jsem se původně jen trochu projít)."

***Iva**:*

"Ahoj holky, dnes jsem krokoměr málem strhla - mám osobní rekord za den 15065 kroků! Vzhledem k tomu, že můj váhový úbytek je od minulého týdne nulový, dnes jsem to vzala pořádně do svých rukou a od 10 do 19 hod jsem byla stále na nohou."

Některé příspěvky spojené se studií ukazují, jak je management těla založený zejména na číslech. Pokud jsou čísla příznivá, v tomto případě, pokud je počet kroků větší než 11 000 kroků denně, ovlivňuje to sebepojetí hubnoucích. Čím více kroků, tím se ženy cítí lépe, jelikož každý další krok je krokem mezi skutečným a ideálním Já. Protože mohou uživatelky krokoměrů po celý den sledovat počet kroků, který zdolaly, jsou vlastně pod neustálým dohledem. Sledování výkonů pomocí krokoměrů je opět formou sebekontroly, sebemonitoringu. Znamená to, že hubnoucí vedomě formují své Já, tvoří Já nové, mají život ve svých rukou, jak v příspěvku píše Iva. Tato moc a kontrola nad svým životem, nad svým tělem, ukazuje na sebepojetí. Mít život ve svých rukou znamená schopnost vytvářet vědomě své nové Já. Dochází k překonávání rekordů v počtu kroků či překonávání sebe sama. Členky diskuze se o své výkony často dělí s ostatními v diskuzní skupině a dostává se jim zpětné vazby jak od ostatních hubnoucích žen, tak od jejich instruktorek.

***Hana**:*

"Hlásím návrat ze cvičícího víkendu. Dneska jsem příjemně unavená, cítím mezilopatkové svaly a břicho. Během víkendu jsem dala 7x cvičení (zumba, fitbally, aerobic) a plavání - teda spíše válení v bazéně. V sobotu přes 28 000 kroků, včera přes 21 000. Kdyby mi před 2 roky někdo řekl, že pojedu na víkend, kde hlavní náplní bude cvičení a bude se mi to ještě líbit, pomyslím si, že se zbláznil. I když jsem hřešila, jsem na

stejné váze. A hřešila jsem pekelně. Nemůžu ani napsat kolik kopečků zmrzliny jsem o víkendu doslova sežrala. Včera po návratu jsem doma oznámila, že na podzim jedu znova."

Alžběta (instruktorka):
"Hani, to je výborný, že sis to parádně užila. Ty změny životních postojů a názorů mě v tom nejlepším slova smyslu upřímně dojímají, fakt. Přeji ať hladina endorfinů vydrží minimálně do půli týdne,nachozeno máš taky na týden dopředu…"

Mezi nové návyky členek STOBu nepatří pouze chůze a měření podle krokoměru. Hubnoucí ženy mezi své každodenní aktivity, chůzi a kontrolu jídelníčku zařadily také aktivní pohyb a často je samotné překvapuje, že se jejich životní styl takto změnil a s životním stylem také jejich Já. Hana, která se zúčastnila víkendu plného pohybových aktivit, která by si podle svých vlastních slov ještě před dvěma lety nedokázala takový výkon ani představit, byla na cvičícím víkendu spokojená. Z příspěvku lze vyčíst, že celkový dojem zapůsobil na její přístup k novému životnímu stylu pozitivně, dokonce se sama rozhodla, že se takového víkendu zúčastní znovu. Ukazuje to na velký pokrok ve změně Haniny identity, jejíž součástí se stalo zalíbení v pohybových aktivitách. To značí aktivnější přístup ke svému vlastnímu tělu, a tím k sobě samé. Sdílení takových výkonů v rámci online komunity může povzbudit k vyšším výkonům ostatní hubnoucí, ale zejména zpětná vazba působí pozitivně na ty, kteří se o své výkony podělili. Odpověď na Hanin příspěvek vyjadřuje emoce, které v lektorce Alžbětě vyvolala změna v postojích její žákyně. Vyjádření o změně životních postojů a názorů ukazuje právě na posun v životě hubnoucí k novému Já. Kromě dobrého pocitu, který ze sebe zřejmě Hana po svých výkonech má, je taková pochvala od lektorky velice silným motivátorem k výkonům dalším.

Zajímavé je také, jaké výrazy Hana ve svém příspěvků použila, jakmile mluvila o vybočení ze zdravého stravování. Objevují se slova a spojení jako "pekelně hřešit" a "sežrala". Na jídlo, které nekoresponduje se zásadami zdravého stravování, nahlíží jako na hřích, tedy něco opravdu špatného. Obraz ideálního Já je tedy někdo, kdo "nehřeší", nějaký lepší člověk. I výraz "žrát" dělá dojem, že jakmile hubnoucí konzumuje něco, co by neměla, považuje samu sebe spíše za zvíře, než za člověka.

MANAGEMENT TĚLA: Sebekoučink

Monitoring těla přes technologie jako jsou krokoměry a sporttestery a měření v rámci kurzů STOB však není jediným způsobem, kterým se hubnoucí snaží získat kontrolu nad svým tělem. Velkou částí hubnutí se STOBem je právě Sebekoučink, program, který pomáhá řídit denní příjem kalorií.

Michaela:
"Sebekaučink – tak jak ho vnímám já, je velmi dobrá pomůcka pro velmi zodpovědné, je to velký pomocník, ušetří práci s počítáním a když se vše zelená, tak je hned líp na světě....Ale kurz - to je VELKÁ PSYCHICKÁ PODPORA pro hubnoucí, je to velmi osobní motivace…
[…]

…"přeci to nevzdám, protože oni taky ne". Dál si myslím, že existence a práce lektora v kursu, jsou bohužel v sebekaučinku pro psychickou a odbornou pomoc při hubnutí nenahraditelné. Konkrétně – když jsi nám „dovolila" sladké snídaně (podmínka kombinace s bílkovinou) – ani nevíš, jak mě to uklidnilo – přestala jsem si je vyčítat. V klídku si dám džem a vím, že to není chyba. Tohle bych se asi v sebekaučinku od nikoho nedozvěděla. Když do sebekaučinku nebudu třeba týden přispívat ... myslím, že nebudu v tu chvíli nikomu chybět. Když ale nepřijdu do kurzu na dvě hodiny - tak se asi někdo ozve...a zeptá se, co je, nebo předá zprávu, co se aktuálně děje.

Bojím se, že jakmile skončí kurs – tak zvolním – a ty schůzky mi budou chybět. Ale je možné, že právě v tuhle chvíli bude pro mě sebekaučink, to pravé, co mi pomůže. Uvidíme."

***Šárka**:*

"O sebekoučinku jsem věděla i než jsem šla do kurzu, mám za sebou i jeden krátký cca 4kg pokus se starým sebekoučinkem. Zjistila jsem, že program funguje, ale pak přišly starosti a vzdala jsem to bez boje…. V akci mne drží hlavně kurz, počítač by mi nestačil…. Na nové informace a postupné zažití nových zvyklostí je kurz super! Kdybych se měla rozhodovat znovu, přihlásila bych se zase.

Vím, že za nás nezhubne žádný kurz, sama jsem jedla, sama musím másla odložit… Ale ukazuješ nám cestu, kudy máme jít. Upřímně čekala jsem jí trnitější = hladovější."

***Petra**:*

"Kurz je hodně moc důležitý, protože se dozvídáme spoustu věcí, které (alespoň já) jsem nevěděla, zapomněla, pomíjela atd. Sebekoučink je fakt bezva, člověk nemusí počítat - to vždy byla moje slabá stránka. Takže spojení kurz a sebekoučink = nemá chybu. Ale osobní kontakt na kurzu se nedá ničím nahradit. Tady to také žije, ale osobní kontakt je osobní kontakt. No a k tomu bezva lektorka a prima cvičitelka, to už pak jde hubnutí téměř samo."

Sebekoučink je pro hubnoucí tedy opravdu užitečnou pomůckou při sebekontrole a hubnutí. Slouží jako dohled a jakmile se překročí daný příjem kalorií či sacharidů nebo tuků, uživatel o tom okamžitě ví. Je možné přizpůsobit svůj jídelníček v průběhu dne, aby se příjem jednotlivých složek potravy rovnal doporučenému množství pro správné hubnutí. Pro orientaci v jídelníčku uživatelkám Sebekoučink vyhovuje, protože se samy nemusí téměř starat o počítání kalorií, to program dokáže sám. Zkušenost je také taková, že hubnutí se Sebekoučinkem opravdu funguje a pokud se plnění plánu také daří, člověka zelené semaforky motivují. *"Když se zelená, je hned líp na světě,"* píše Michaela. Zelený semaforek tedy říká, že sebekontrola funguje a to znamená, že Já hubnoucí je v pořádku a na dobré cestě za ideálním Já. Z příspěvků ale také vyplývá, že hubnutí se Sebekoučinkem je neosobní a nevyvolává takovou motivaci, jako hubnutí ve skupině s lektorkou v kurzu STOB.

Ve dvou z těchto tří příspěvků je zmínka o osobním kontaktu, který je pro udržování zdravého životního stylu klíčový, nenahraditelný. V kurzu působí mnohem silnější psychická motivace, kterou počítačový program v hubnoucím člověku jen tak nevyvolá. Je to spíše nástroj sebekontroly, monitoringu sebe sama. Hubnutí v kurzu členky motivuje, protože hubnou ve skupině, mají společný cíl s ostatními "bojovnicemi" a navzájem se podporují, oslavují pokroky v hubnutí společně. Když člověk vidí výsledky u ostatních, motivuje ho to k vlastním výkonům. "*Přeci to nevzdám, protože oni taky ne,"* znamená, že člověk hubnoucí ve skupině je součástí většího celku a cíle dosahují členky skupiny společně.

Kromě motivace ze strany ostatních ve skupině, je pro hubnoucí důležitá podpora a profesionální pohled lektorky. Lektorka účastnice kurzu usměrňuje a je důležité, že dokáže ukázat cestu ke zhubnutí bez drastického omezování, například povolí sladkou snídani, jak zmiňuje v příspěvku Michaela. Takové informace, které cestu za shozenými kily usnadňují a jsou pro některé hubnoucí velice důležité, by se pravděpodobně nedozvěděly, pokud by se rozhodly hubnout pouze se Sebekoučinkem. Proto pro ty, kteří to s hubnutím myslí vážně a nejsou ve zdravém životním stylu příliš zběhlí, je pravděpodobně lepší používat Sebekoučink jako doplněk ke kurzu STOB či jiné formě odborné podpory v hubnutí.

***Klára**:*

Holky, jen posílám vlastní zkušenost: sebekoučink brát opravdu jako vodítko. Už téměř týden jsem nad stanoveným denním energetickým příjmem (někdy i docela o dost) a dneska jsem se úplně bála vlézt na váhu (vážím se vždy ve středu). Nejen, že jsem nepřibrala, ale mám další kilo dole, takže heslo zní NENECHAT SE SEBEKOUČINKEM NERVOVAT :)

Klára upozorňuje na to, že Sebekoučink je přeci jen pouze stroj a není dobré se jím nechat příliš ovlivňovat. Pokud jsou semaforky červené, může to v hubnoucích vyvolávat pocit viny, stres a nátlak. Takovým emocím je při hubnutí lepší se vyhnout, protože mohou působit negativně na psychiku a od zdravého životního stylu odradit. Člověk by měl přeci jen být schopný dopřát si nějaké jídlo navíc či něco sladkého a necítit při tom pocit viny. Pro dlouhodobou změnu životního stylu je důležité, že i po nějakém "prohřešku" se člověk vrátí zpět ke zdravému stravování a pohybu a vrátí se k takovému životnímu stylu rád.

Význam tohoto příspěvku je ukázat, že Sebekoučink by měl sloužit jako pomůcka, která usnadňuje hubnoucím sebekontrolu. Neměl by se ale stát "pánem" člověka a ovládnout jeho život a psychiku. Vysoký denní příjem vyvoval v Kláře až strach. Pravděpodobně strach z toho, že díky vyššímu příjmu kalorií přibrala, což by znamenalo krok zpět k Já, ke kterému se již vracet nechce.

***Hana**:*

"Kláro, to se ti fakt daří, já teda pořád pilně zapisuji, mám pak pocit, že mám nad sebou lepší kontrolu a mám celkem dole od prvního vážení ve STOBu 9,9kg, cítím se fakt dobře, ještě jednou tolik a bylo by to fajné."

Některé hubnoucí, jako Hana, se bez dohledu Sebekoučinku ovšem necítí příliš jistě, proto preferují každodenní pečlivé zapisování do programu. Skutečnost, že díky programu STOB zhubla již téměř 10kg ji motivuje k tomu, aby se držela takového stylu hubnutí, který jí pomohl hubnout doteď. Sebekoučink slouží zejména těm, kteřá si nejsou příliš jistí sami sebou, nevěří si, že se dokážou ovládnout, co se týče jídla. Takový program jim pomáhá převzít nad svým životním stylem kontrolu a ujasnit, jak by měla přibližně vypadat skladba každodenního příjmu potravin. Lepší kontrola nad sama sebou je totiž jedna z charakteristik nové identity, znakem, že se člověk posouvá blíž ke svému vysněnému Já. Vědomí, že má nad sebou sebekontrolu, formuje sebepojetí. Člověk se vidí jako někoho, kdo má své tělo pod kontrolou a tím má pod kontrolou své Já.

***Lenka**:*

"Ja to zatim bez zapisovani jeste nezvladam, ale zapisovani na papir me neobtezuje, takze u toho rada jeste nejakou dobu vydrzim. Vidim, jak mi zapisovani pomaha srovnat si to v hlave i v situacich, kdy nemam tuzku v ruce... S vedomim, ze vse snedene pak stejne zapisu, se mi trochu koriguji chute.;-) Dneska mi skoncil 8-tydenni cyklus, kdy jsem si na STOBu zapisovala kazdou stredu rano svou vahu. Vysledek? Pred 8 tydny jsem zacinala na uplne stejne vaze, jakou jsem mela dneska rano.:-)

[…]

Nehazejme flintu do zita, hubneme kvuli sobe!!!! Mate pri ruce sve motivacni karticky?:-) Ahoj Lenka"

Stejně jako Hana se Lenka ještě bez Sebekoučinku neobejde, ale takový styl kontroly nad sebou sama ji ani nijak neomezuje a nepůsobí žádný nátlak na její psychiku. Naopak vědomí, že veškeré potraviny, které zkonzumuje, si bude muset zapsat do programu, ji motivuje k sebekontrole a ovládání chutí i mimo bežné situace, kdy má hned po ruce tužku a může si snězené jídlo zapsat. Je zde vidět posun od jakési "závislosti" na zapisování k více přirozenému způsobu sebekontroly, který již není závislý na technologii. Přestože během 8týdenního cyklu nezhubla, udržení váhy považuje za úspěch, který ji motivuje dále pokračovat a udržovat si zdravý životní styl. Lenka zdůrazňuje, že všechny členky hubnou kvůlu sobě a ne kvůli někomu jinému. Jde o vědomé vytváření identity a přibližování se ideálnímu Já, které je jejich vlastní, ne ideál někoho jiného.

BALANC

Ne každá členka online komunity se striktně řídí čísly, jako je BMI a počet kalorií. Pravděpodobně nejúspěšnější členka online komunity co se shozených kil týče, Milena, se snaží kromě managementu těla svému tělu také naslouchat a sžít se s novým životním stylem.

***Milena**:*

"A abych nevypadala přehnaně pozitivně, tak Vám na sebe něco prásknu : Jak jsme se fotily u toho bílého pozadí, vzala jsem tu fotku a pohrála si s ní ve fotoeditoru. Natvrdo jsem ji předělala tak, jak bych ráda vypadala. Myslela jsem si, že když se uvidím jakoby "nová", kam chci dospět, tak mě to namotivuje. Po jedné stránce se to tak stalo...Když to viděl manžel, tak také zajásal :) nojo...jenže..chytla mě panika. Že to nedokážu. Tak teď už mě drží při mé cestě opravdu jen a jen racionální mylšení. Říkám si: "Klid, holka, jíš jakž takž to, co jíst máš, nepiješ alkohol, necpeš se večer, to znamená, že jsi na správné cestě. Spolehni se, že tělo už ví, jak na to a udělá to, co od něj chceš". Pořád dokola si to opakuju...počítám mrkve, kalorie....a zpytuju svědomí...pořád se ohlížím "za sebe", jestli jsem to s něčím nepřehnala...A když jo, tak se utěšuju, že to zase tak velký malér nebyl...Ach jo! Snad to dám!!!! Tuhle jsem se viděla na videu...děs-běs...Divím se, že pode mnou už dávno něco neruplo :D"

Tím, že v počítačovém programu upravila svou fotografii do podoby, které by chtěla jednou dosáhnout, dala Milena představé svého vysněného Já reálnou podobu. Cílem bylo posílit motivaci potřebnou k dosažení této vysněné postavy. Rozdíl mezi ideálním a skutečným tělem dal ale vyniknout také cestě, která k ideálnímu tělu vede. Kromě motivace se dostavil také strach, dokonce až panika z toho, že takového cíle nedokáže dosáhnout. Značí to strach ze selhání, se kterým jsme se již setkali v jednom z předchozích příspěvků. Strach ze selhání sebekontroly

a managementu by znamenal ztrátu vlády nad svým tělem a svým Já. Došlo by k selhání při formování nové identity. Milena se takovými emocemi nenechala unést a rozhodla se pro racionální uvažování, kdy si připomněla, že své staré návyky změnila a osvojila si nové, což ukazuje, že je minimálně na správné cestě a že změna identity již v určitých směrech proběhla. Také tělo prošlo transformací a "chová" se jinak, ví, co od něj jeho nositelka chce. Tento přístup k sobě samé Milena propojuje s počítáním kalorií a sebekontrolou.

Milena si takový přístup ke zdravému životnímu stylu v průběhu sledovaného období stále zachovává. Například v následujícím příspěvku apeluje na to, že sledovat BMI je sice dobré pro orientaci, ale nejdůležitější při hubnutí je najít si na té cestě za novým tělem a novým Já to, co opravdu motivuje. Může to být změna vzhledu, nové oblečení, dobrý pocit z nových návyků či přátelství s ostatními členkami komunity. Všechny tyto motivátory se v průběhu vývoje životního stylu online komunity v příspěvcích objevují.

***Milena**:*

"...a abych netajila to podstatné, čas opravdu udělal svoje, tělo se zase uklidnilo a já mám zdoláno 27kg. Tak snad brzy oslavím 30kilo dole;-) Jo...a ještě drobnost, takové poznání pro hubnoucí: BMI je fajn věc, ale jako motivátor jsou při hubnutí opravdu lepší ty věci, které jsme si na kurzu každá našly... ;-)"

"Pro mě osobně začíná doba "odvahy a vytrvání". Dva-tři měsíce je dlouhá doba :) Budu se řídit tím, co mi napovídá tělo: "Jez pravidelně, ty potvoro, dávej mi to, co opravdu potřebuju a nežer ty müsli tyčinky...Uvidíš, jak se Ti dobře odměním"!
Držte se, žijte zdravě, užijte si léto a sluníčko...a příležitostně tady někdy naviděnou! A když ne tady, tak snad na podzim. Jsem ráda, že Vás znám, holky."

I přes to, že má před sebou období, ke kterému bude třeba vytvralost a odhodlání, nenechává se Milena ovlivnit žádnými negativními myšlenkami. Spoléhá na to, že jí vlastní tělo dá najevo, co potřebuje, ona se jím bude řídit a výsledky se díky tomu dostaví. Personalizace vlastního těla by se dalo interpretovat jako chápání těla jako samostatné identity. Pravidelné stravování se vztahuje k všeobecným pravidlům hubnutí a v tomto kontextu je chápáno jako návyk, který má tělo již zakódováno a samo jej "připomene". Zajímavé je chápání vlastního těla jako samostatné "jednotky" Já. Je zde odlišeno tělo, které se chová spíše racionálně a jakési Já, které je "potvora" a má chutě na müslii tyčinky. Vypadá to, jako by se obrátily role. Většina ostatních hubnoucích se snaží mít pod kontrolou své tělo, aby se přiblížily ideálnímu Já. Milenino tělo je zde naopak tou jednotkou, která "řídí" její Já jako celek, protože ono samo nejlépe ví, co je pro dosažení ideálního Já správné a co ne.

SEBEPOJETÍ A ONLINE KOMUNITA

Některé příspěvky v diskuzních skupinách značí o existenci skupinové identity v online komunitě. Jeden z prvních příspěvků ukázal takový přístup ze strany lektorky, která měřila váhu a BMI celé skupiny dohromady. Následující příspěvky ukáží, jak formuje sebepojetí a identitu členství v online komunitě.

***Lenka**:*

"Ahoj holky, po tydnu 1 kilo dole. Ani nevite, jak jsem rada!!!!!:-) Naprosto souhlasim s Klarkou - taky potrebuju, abyste nade mnou jako skupina bdely. Hodne me motivuje, ze jsme v tom vsechny spolu, ze mame spolecny cil a ze jsme hlavne porad i v osobnim kontaktu. To je pro me nejdulezitejsi. Fyzicky vas potkavat a videt/slyset, jak se vam dari a jak ztracite kila a nabirate usmevy!!!:-)) Za to jedno kilo dole patri velke diky i vam vsem. Jedu dal!!!:-)"

Členství v online komunitě pomáhá k lepší sebekontrole hubnoucích. Pocit, že je člověk součástí skupiny, kde se všichni snaží dosáhnout společného cíle, tedy osvojit si zdravý životní styl, zhubnout a cítit se lépe, slouží jako forma motivace a sebekontroly, podobně jako pravidelné vážení lektorkou v kurzu STOB. Ve skupině působí silná sociální opora, která pomáhá člověku udržet se v kolejích směřujících ke stanoveným cílům. Lenka chápe úbytek váhy jako zásluhu celé skupiny, ne pouze svou. To značí opět o identitě jednotlivce jakou součásti identity celé skupiny. To, kým je teď, tedy člověkem lehčím o jedno kilo, vděčí totiž nejen sobě, ale všem ostatním členkám online komunity, které na této transformaci mají podíl.

***Věra (instruktorka)**:*

"Hezky den dámy-:) Jste hrdinky a drzite se společného cile…to je super. Hlavně jsem moc rada, kdyz tu čtu vaše vzájemně podpory...to je smysl skupiny: nebýt na to sám, kdyz přijde třeba krizicka-:). Držte se G"

Příspěvek lektorky kurzu STOB také ukazuje, jak je důležitá vzájemná podpora mezi členkami diskuzní skupiny. Za tímto účelem totiž skupina vznikla. Jakmile člověk na takovou činnost není sám, ale je součástí skupiny, cíle se dosahuje společně a funguje zde vzájemná motivace. Příspěvky lektorky v průběhu diskuze ukazují, že má o své klientky zájem a stejně jako kontakt s ostatními hubnoucími působí pochvala a účast lektorky v diskuzi jako podpora a motivace pro udržení výkonů na úrovni těch dosavadních.

***Klára**:*

"Ahoj holky, včerejší kurz pro mě byl zase velmi motivační a to i díky příspěvkům vás všech. Taky jsme se celkem dost nasmály, takže si myslím, že naše skupina je opravdu super a to nám to hubnutí jistě usnadní! Takže držím nám všem palce i nadále. A ještě jedna poznámka, která včera několikrát zazněla, ale podle mě je opravdu hrozně důležité udělat si svůj nový stravovací režim takový, aby byl dlouhodobě snesitelný a udržitelný. To znamená, že bychom se opravdu neměly nervovat plánovanými vybočeními anebo i těmi neplánovanými, pokud to nebudou fakt časté úlety), protože pokud máme takhle pěkně a zdravě jíst teď spoustu měsíců, let atd., tak si myslím, že se málokterá z nás dovede natrvalo vzdát čokolády, čabajky anebo oblíbeného KFC :) Nechci tu podrývat morálku, ale spíš dodat optimismus, že nebudeme do konce života jíst jenom mrkev. Ale musíme se umět pak vždy vrátit k novému stylu stravování. Takže ALELUJA, jedeme dál!"

V průběhu kurzů STOB jsou členky skupiny v kontaktu nejen prostřednictvím online komunity, ale také při reálních setkáních v kurzech. Skutečný kontakt během kurzu předchází vzniku online komunity a díky němu se budují první sociální vtahy uvnitř skupiny, které po čase přechází v přátelství. Příspěvek ukazuje, jak jsou pro hubnoucí kontakt s ostatními a vzájemná podpora v průběhu hubnutí důležité. Jakmile Klára začne popisovat cestu k ideálnímu Já, nereferuje

pouze sama o sobě, ale o celé skupině jako celku. To znamená, že chápe sebe sama jako součást nějaké větší identity.

Velkou podporou v průběhu změny životního stylu pro hubnoucí představuje to, že vybočení ze zdravého stravování není něco, co by mělo být vnímáno negativně. Občasné excesy ve stravování, pokud se nevyskytují příliš často, by neměly být vnímány jako nedostatek sebekontroly, ale spíše jako odměna, která dodržování zdravého stravování dělá snesitelnějším a dlouhodobě udržitelným. Tato problematika byla již probírána v jenom z předchozích příspěvků a objevuje se i v dalších. Z nich jednoznačně vyplývá, že hlavní je si občasný prohřešek vůči jídelníčku užít a poté se vrátit zpět k dodržování zdravé stravy. Takové návyky patří k novému životnímu stylu, pro který se členky online komunity STOB samy rozhodly a který by se měl postupně stát přirozenou součástí jejich identity.

ZMĚNA SEBEPOJETÍ

Management těla a vliv online skupiny hrají důležitou motivační roli v procesu změny životního stylu a ovlivňují také identitu a sebepojetí hubnoucích. Individuální identita se prolíná s identitou skupiny, dosažené cíle se oslavují společně, členky online komunity se podílejí na úspěších ostatních a sdílejí spolu také ty méně pozitivní zážitky, protože *"sdílená starost je poloviční starost"*. Pravidelné vážení a užívání Sebekoučinku působí jako forma motivace a pomáhají k sebekontrole. Technologie, které hubnoucí používají ke kontrole příjmu a výdeje energie, se stávají součástí identity, "rozšířeným Já".

Sebepojetí ovlivňuje celá řada dalších faktorů, které budou prozkoumány v následujících příspěvcích. Z příspěvků lze vyčíst vývoj identity v průběhu změny životního stylu, sebechápání, přístup k sobě a ke svému tělu a je možné identifikovat také spotřební chování, které se ve skupině objevuje. Tyto aspekty se vzájemně prolínají a vytváří obraz o předmětech zkoumání této bakalářské práce, tedy o vztahu sebepojetí a obrazu ideálního Já a zdravého životního stylu.

***Lenka**:*

"Ahoj holky, zdravim vas a verim, ze se taky drzite! Mam 3 kila dole a to je bajecna motivace. Krome pohybu mi hodne pomaha jeden "volny den" v tydnu, kdy muzu - s mirou - zhresit. Tj. dam si treba kus dortu a fakt si ho vychutnam na maximum. Volny den si davam bud na sobotu nebo na nedeli, kdy je nejvic ruznych akci, kde bych nerada chroupala jenom mrkev. A i s, jednim volnym dnem v tydnu hubnu. Je ovsem pravda, ze zbylych 6 dni v tydnu se drzim zdraveho jidelnicku.:-) Drzim vam - i sobe - palce!!;-)"

***Hana**:*

"Ahoj holky, právě jsem ukončila první cyklus sebekoučinku, váha 82kg a jede se dál.....teď jsem se zastavila a trochu vybočovala a asi ještě budu, začíná mi dovolená, ale budu se snažit a do konce roku bych chtěla být pod 80kg, to slibuji, hezké léto a doufám, že se sejdeme, Hanka"

***Veronika**:*

Velký den....dnes jsem konečně spadla pod metrák!!!! sice na tý původní váze, která váží o něco míň, ale i tak to byl úchvatný pocit...tak zanedlouho ať je to i na ostatních váhách:-)))

***Martina**:*

Ženy, já to nevydržím a musím se pochlubit - dneska se mi splnilo tajné přání: na váze jsem do Vánoc pokořila 80 - ukázala mi mrška jedna 79,4:-)))) Ó jak já se, Maruško, odměním:-))

Úbytek na váze je jedním z nejčastěji zmiňovaných změn, které ukazují na změnu Já hubnoucích. Nižší číslo na váze vypovídá o tom, že dodržování zdravého životního stylu funguje a to vzbuzuje odhodlání pokračovat. Zejména dosažení určitého milníku silně ovlivní přístup k sobě samé, zvýší sebevědomí a navodí pozitivní pocit ohledně nového životního stylu a nového Já. Může to být sto kilo, jako v případě Veroniky, nebo osmdesát kilo, což bylo "tajné přání" Martiny. Strategie, kterou zvolila Lenka, tedy jedno vybočení ze zdravého jídelníčku jeden den v týdnu, jí pomáhá k sebekontrole ve zbývajících šesti dnech a přitom umožňuje stále hubnout. Důležité je, že takové vybočení nevyvolává výčitky svědomí. Schopnost vrátit se ke zdravému jídelníčku během ostatních dnů v týdnu je součástí nových návyků souvisejících se zdravým životním stylem podle STOBu.

Hana si za krátkodobý cíl dává zhubnutí dvou kil za určité časové období. Jako hubnoucí metoda se jí osvědčil hubnoucí cyklus se Sebekoučinkem, po kterém si Hana zřejmě dopřála lehkou pauzu od striktní kontroly jídelníčku a několikrát si dovolila ze zdravého stravování vybočit. Slib, že do konce roku stihne zredukovat váhu pod 80kg vyvolává pocit zodpovědnosti vůči sobě samé a protože byl tento slib zveřejněn v příspěvku v rámci online komunity, může toto být dodatečnou motivací. Jelikož byl slib "zpečetěn" takto písemně v rámci skupiny, je možné, že díky tomu Hana bude cítit silnější potřebu dostát tomuto závazku.

***Věra (instruktorka)**:*

"Zdravím všechny mé milé ženy:-). Leni, tip na jeden "volný" den je docela fajn - hlaně se mi líbíla ta tvá poznámka, že si něco dáš a hlavně SI TO UŽIJEŠ:-). To je důležité, žádné výčitky...černé myšlenky, nic takového nás nesloží, jsme skvělé holky:-). Všem tleskám...moc. Tak si říkám, že mě ani vůbec nepotřebujete, podporu a rady zvládáte perfektně mezi sebou a to je úžasný:-). A co jsem tu už psala, žádné černé myšlenky a výčitky - největší nepřítel."

Způsob hubnutí s "vybočením" ze zdravého jídelníčku jednou týdně schvaluje i lektorka Věra a zejména apeluje na své klientky, že je důležité si jídlo nevyčítat. Již zde bylo řečeno, že pro hubnutí je důležitá psychika a pokud člověk k jídlu získá negativní postoj a začne si vyčítat každý malý prohřešek, může to mít negativní efekt i na postoj k sobě samé a na výsledky hubnutí. Jak již bylo zmíněno v jiném příspěvku, účast a pochvala lektorky působí pozitivně na morálku celé skupiny.

Přístup Věry ke svým klientkám se liší od přístupu Alžběty z jednoho z předchozích příspěvků, kdy popisuje své klientky jako mláďata, kterým po skončení kurzu chybí motivace ve formě pravidelného vážení a které si často nedokáží udržet morálku na takové úrovni, jako během kurzu. Zde naopak Věra vnímá své klientky jako dostatečně samostatné jedince, kteří si dokáží poradit a podpořit se navzájem a pomoc lektorky již téměř nepotřebují.

***Klára**:*

"Tak ja jsem si nekoupila nic dobreho k snedku, ale za to mam pro sebe darek pod stromecek. Nadherne kozacky. Motivacni na nich je, ze jakmile bych pribrala, nedopnu je pres lytko :)"

Klára místo jídla zvolila jiný typ odměny, a to nové boty. Zmínky o nákupu oblečení se v diskuzní skupině objevují několikrát. Nové oblečení působí jako motivační pomůcka pro udržování zdravého životního stylu. Stejně jako úbytek na váze ukazuje, že se hubnoucí přibližuje ideálnímu Já a to ovlivňuje sebepojetí. V tomto konkrétním případě nepřipadá v úvahu přírůstek na váze, protože by se přiléhavá obuv nedala zapnout přes lýtko. Díky tomu se Klára bude snažit si váhu minimálně udržet.

***Lucie**:*

"Moc díky za podporu :-) Je to o té demotivaci, taky to tak mám :-(Snažím se to ustát, a když vidím, jak jsou mi věci volnější a že jsem si koupila džíny o jednu velikost menší, které mi super sedí, tak to za to stojí :-) Já do těch plavek jdu, bude to super motivace :-) Mějte se krásně Lucka"

Pokud se dostaví nedostatek motivace a nechuť dále dodržovat zdravý životní styl, novou dávku motivace zaručeně vyvolá zjištění, že oblečení začíná být na těle o něco větší, než je člověk zvyklý. Koupě nových, o velikost menších kalhot je úspěch, který dokazuje, že změna návyků a jejich dodržování se skutečně vyplatí a není důvod nechat se ovlivnit chvilkovou demotivací. Skutečné Já se v mnoha případech ve skupině přibližuje ideálnímu Já a pokud tento zmenšující se rozdíl začne být viditelný, motivace se stává silnější.

***Jana**:*

"Ahojky holky, nebo jen Ivčo? Dneska jsem si na tebe vzpomněla - pekla jsem bábovku (tvarohovou). Celý den kolem ní chodím a nějak jsem neměla kdy si ji v klidu a s chutí dát. Ale ted si zkrátka kousek dám, už se na mne směje vedle počítače... Já se taky za poslední 4 dny zasekla s krokoměrem, nevylezu ani na 3tisíce! Nebyla jsem venku, taky se točím kolem návštev. Ale chci se vám pochlubit. Už druhý den chodím doma v kalhotech a tričku. To je novinka, protože už přes rok se kryju šatovkou přes břicho a prdel, a pod ní stahuju trikem a kalhotami vše, co jde. Vy tohle jistě oceníte, chodím v tričku!!! Taky váha jde pořád dolů, a já se těším, že se jednou přehoupnu taky přes (resp. POD) osmdesátku. Z mého stravování profituje i naše želva - lednice je plná kedluben, salátů, špenátů... když se to tak vezme, máme dost podobný jídelníček. Tak se mějte, jdu si vychutnat bábovku, Dý"

Janin příspěvek ukazuje podobnou situaci, jako příspěvek předchozí, kdy se hubnoucí těší ze skutečnosti, že si může obléknout něco, co na sobě již neměla dlouhou dobu. Po více než roce si Jana oblékla kalhoty a tričko, aniž by si přes ně ještě navlékla šatovku. Znamená to, že je se svým tělem více spokojená, jelikož se jí působením dodržování zdravého životního stylu mění. Nové oblečení odráží identitu, která se pojí s nových životním stylem. Dříve Jana své tělo zakrývala šatovkou a pod ní stahovala kalhotami a tričkem, aby svou postavu opticky zmenšila. S novou postavou a s novým životním stylem přišel i nový styl oblékání, který odráží změnu, kterou Jana již prošla a dál jí prochází. Je zde patrná velká změna v sebepojetí. Úbytek kil se projevuje také na váze a Jana před sebe položila cíl, zhubnout pod osmdesát kilo. Zdá se, že návyky spojené s hubnutím se STOBem jsou již celkem zakořeněné a Jana si vychutná dezert, aniž by měla výčitky svědomí. Značí to, že má v sebe důvěru, že se nebude výrazně přejídat a bude schopná se po vychutnání bábovky vrátit ke zdravému stravování podle zásad STOBu.

***Lenka**:*

"Radost mi udelala maserka, ke ktere chodim jednou za mesic, kdyz rikala, ze jsem hodne zhubla, ze si mysli tak 5 - 6 kg.:-) Mam dole 3 kila a nastesti se zatim nenaplnuji me obavy, ze po poslednich par dnech neplanovanych vybocenich je vsechno v haji. Neni!!:-) Pocit, ze se oblecu do neceho, co se na me pred mesicem a pul neveslo je uzasny! Drzte se, holky!!"

Lenčin příspěvek je dalším z několika příkladů, kdy se stimulem pro hubnutí stává právě oblečení nebo konkrétně pocit, že oblečení, které ještě před někajou dobou nemohla Lenka obléct, jí nyní bez problémů sedí. Se shozenými kily se lepší pojetí vlastního těla a díky tomu se celkově zlepšuje přístup k sobě samé a sebevědomí.

***Lucie**:*

"Já se teď dlouho nevážila, ale mamka říká, že je vidět, že jsem zhubla a že jí hubnu před očima :-) Jakmile bude vědět aktuální váhu dám vědět :-)"

***Klára**:*

"Holky, taky se to ve mně pere - teď v tom teple bych si tak ráda dala točenou zmrzlinu nebo si prostě něco mlsla, ale zároveň mě přesně hřeje pocit, že se vejdu do menšího oblečení, které jsem dva roky nenosila… A myslím, že tenhle pocit by pro nás měl být rozhodně silnější! Vždycky si řeknu, že přece chuť zmrzky nebo čokolády jsem zažila už tolikrát, ale teď poprvé v životě zažívám pocit, že mě někdo pochválí, že jsem zhubla a že mi někdo řekne, že je to na mně vidět. A to je super motivace do budoucna! Vždycky jsem totiž chválila takhle jenom ostatní a teď jsem to já, kdo hubne. Respektive jsme to my všechny :)"

Sebepojetí také pozitivně ovlivňuje, pokud si změny postavy všimne někdo z okolí. Poznámka ze strany masérky, matky či přátel dodává pocit sebevědomí. Jakmile úbytek váhy zaregistruje okolí, změna postavy a identity člověka nabírá skutečnějších obrysů. Toto na změnu sebepojetí funguje podobně jako úbytek váhy a potřeba nákupu nového oblečení.

***Klára**:*

"Ahoj holky, mám před sebou celkem výzvu, tak jsem zvědavá, jak to ustojím - čtyřdenní wellness v Třeboni s polopenzí. Beru s sebou motivační kartičku a STOB materiály, abych veškeré úsilí tímhle pobytem neuložila k ledu. Jak jsem říkala na pondělním kurzu, motivují mě úspěchy ostatních, třeba to máte některá taky tak, takže: já jsem zatím -3 kg. Nezdá se to moc, ale nosím džíny, které jsem dva roky neměla na sobě byly mi malé dokonce i před těhotenstvím. Držím palce všem ostatním, ať nám to nadále dobře jde!"

***Klára**:*

"Holky, tak ještě těsně před odletem se s vámi dělím o výsledek svého dílčího snažení: do Švýcarska jsem chtěla odlétat s 68 kg, což o bylo necelých 7 kg méně oproti mé výchozí váze při nástupu do STOBu. Ráno jsem vlezla na váhu a mám 68,7 kg… Beru to jako úspěch, sice jsem úplně přesně nesplnila, ale na to, že jsem se teď na dovolené jedla svíčkovou a kachnu se zelím, tak mi to přijde skvělé! Mějte se pěkně!"

Přesto, že podle čísel na váze Klára zhubla tři kila, což se podle jejich vlastních slov sice nezdá moc, skutečnost, že se vejde do kalhot, dokterých se nevešla několik let, vypovídá o změně

životního stylu mnohem lépe, než řízení se podle váhy. Sebepojetí v tomto případě také spíše ovlivní pocit, že si může obléknout oblečení, které bylo příliš malé před dvěma lety a dokonce i před těhotenstvím. Wellness pobyt s polopenzí je pro člověka potýkajícího se s váhou výzva a Klára vyjadřuje obavy, že by si zde hubnutí mohla pokazit. Aby měla jistotu, že dokáže mít své návyky pod kontrolou, bere si s sebou na pobyt motivační materiály STOB.

Cíle, které si před sebe hubnoucí kladou, pomáhají udržet v chodu dodržování zdravého životního stylu a udržení naučených návyků. Pokud se daří se k cíli přibližovat a cíl dokonce splnit, je to silná motivace pro to, aby člověk vytrval a nový životního styl neopouštěl. Jakmile člověk vidí výsledky svého snažení, vidí, že zdravý životní styl má smysl dodržovat. Kláře se téměř povedlo dosáhnout cíle, který si vytyčila do té doby, než odletí na dovolenou. I takový výsledek je pro ni uspokojivý, protože nedodržovala zdravý jídelníček zcela striktně.

NOVÉ NÁVYKY

Se změnou životního stylu přicházejí nové návyky, kterým se hubnoucí naučí během kurzu. Klienti STOBu, tedy účastnice kurzů, se díky kognitivně-behaviorální terapii přeučí ze svých starých, nevhodných návyků a vzorců chování na nové a vhodnější postoje. Díky online komunitám založeným právě pro klientky kurzů lze z příspěvků vyčíst, jak se mění postoje a s nimi identita lidí během změny životního stylu. Nové návyky ve většině případů vedou k výsledkům, které působí na sebepojetí hubnoucích.

***Lenka**:*

"Ahoj holky, vsem z vas drzim palce a doufam, ze se drzite. Ja mam bohuzel uz tyden krizi - zacla pote, co jsem si minule pondeli stoupla na vahu a mela jsem uplne stejne jako tyden predtim. Priznam se, ze mi to nalomilo moral a motivaci, ale dal jsem dodrzovala zdravy jidelnicek. Blbe to bylo opet dneska rano - pondeli. Vaha mi poskocila o 0,8 kg smerem nahoru.:-((

[…]

Snazila jsem se drzet jidelnicku, nejaky pohyb jsem mela (kolo), ale nezustalo pouze u jednoho hresiciho dnu v tydnu jako obvykle, ale zhresila jsem - na sladkem - kazdy z tech 4 dnu dovolene (Ct - Ne). VSECHNO jsem si zapisovala, takze vidim, ze bych mozna mela byt spis rada, ze mi vaha neposkocila nahoru jeste vic! Je to holt boj, zdrave jist. Nechci to ted vzdat!!! Vidim, ze ujizdim na sladkem a ze krome vikendu, kdy to bylo planovane neplanovane vyboceni u pratel mam problem s vlastni vuli. Klasicky se ukazuje, ze nejvetsi nepritel sidli v hlave. Jak jsem se vam takhle vypsala (vyzpovidala), je mi nicmene o dost lip a pokracuju dal! ALELUJA!:-) Opakuju si, ze dulezite je nevzdat se po zakolisani, protoze to delam pro sebe a bylo by mi lito dosavadni snazeni znicit!!! […]"

Lenka se potýká se stagnací váhy a nedostatkem motivace. Přestože se jí dříve dařilo dodržovat zdravé stravování a zhubnout tři kila, nyní jí chybí dostatek sebekontroly na to, aby odolala prohřeškům vůči jídelníčku v podobě sladkého. "Plánovaně neplánovaná vybočení" je výraz, který členky komunity používají pro přípustná občasná vybočení ze zdravého stravování. Jejich frekvence je většinou maximálně jednou za týden. Lenka však nemá pod kontrolou chutě na sladké i v ostatních dnech v týdnu. Přestože se potýká s ovládnutím chutí na sladké, její vůle je dostatečně silná k tomu, aby stále veškerou zkonzumovanou stravu zapisovala. To dodává alespoň

nějaký pocit kontroly nad svým tělem a dostatečnou motivaci k tomu, aby na zdravý životní styl nezanevřela. Je znát, že návyky, které jsou cílem působení kurzů STOB, nejsou zcela zažité. Lenka označuje svou vůli za slabou a psychiku za nepřítele při hubnutí. Vůle se podílí na selhávání sebekontroly a tím kontroly nad tělem. Důležitá je zmínka, že hubnutí je něco, co dělá pro sebe. Svou identitu formuje vědomě a ví, že je za ni zodpovědná jen ona sama.

Petra:

"Nazdar spoluchodičky,
Zatím to je fakt bezva, je zajímavé, že mi ani tolik nevadí, když mám popojít větší kus pěšky - naopak, odhaduji, kolik mi to hodí na krokoměru. Je to fakt úžasná záležitost, ostatně jako celý hubnoucí program. Hlásím cca 6,5 kg mínus, ale hlavně: všude -5 cm. (prsa, pas, boky) Jupíííí. Jen o sporttesteru nevím, co si mám myslet. Nosím ho na cvičení, měla jsem ho na sobotním výletu, ale co a kam zaznamenává mi zatím zůstalo utajeno. Ale už se čégro podívím na ten návod, abych věděla."

Díky krokoměru se Petra lépe sžila s novým životním stylem. Krokoměr dělá chůzi zajímavější a přispívá k osvojení si nových návyků v oblasti aktivního pohybu. V rámci studie prováděné instruktorkou STOB Alžbětou mají členky ujít cca deset tisíc kroků denně. Právě proto Petra začala více chodit pěšky a samotnou ji překvapuje, že jí taková činnost není nepříjemná. Krokoměr naopak slouží jako motivátor a tím, že jej má Petra celý den na zápěstí a může průběžně sledovat, kolik kroků již za den udělala, ji toto nutí se spíše vydat pěšky, než se rozhodnout pro přemístění pomocí veřejné dopravy. Právě taková motivace se podílí na vytváření nových návyků. Ve spojení s programem STOB se Petře podařilo zhubnout několik kilogramů a redukce váhy se projevila také na úbytku centimetrů po celém těle. To navozuje dobrý pocit ohledně celého programu a zdravého životního stylu a opět ukazuje na posun skutečného Já blíže tomu ideálnímu.

Dominika:

"Já jsem začala jezdit do práce na kole. Do práce to mám přes Želivárnu, docela makačka. Dala jsem si úkol, že nejméně dvakrát do týdne pojedu. Ještě že máme sprchu v práci, začátky jsou těžké a jsem mokrá jak myš, ale holky je to euforie. Je to dle mapy 6,2 km a mám to za 25 minut. Dvakrát denně to je 50 minut. Lepší než fitko. Už jsem jela 5x."

Veronika:

"…jinak jsem se chtěla pochlubit, že od začátku kurzu mám dole pět a půl kila a dnes jsem odvážně zašla na jumping s hlídáním dětí a všichni to přežili:-)))...i když já jsem vypadala,že mám na mále, byl to dost šílenej záběr:-))) tak držím všem palce pa v."

S novým životním stylem přicházejí nově naučené návyky týkající se pohybu. Účastnice kurzu a členky studie s Alžbětou dostaly k zapůjčení od Alžběty krokoměry a sporttestery, aby ona mohla sledovat jejich pohybové aktivity a zkoumat vztah mezi pohybem, jídelníčkem a hubnutím. Ostatní členky online komunity, které se studie neúčatní a krokoměry ani sporttestery nevlastní, se taky, a často z vlastní vůle, rozhodují pro aktivní pohyb. Velice častá je výměna cesty do práce veřejnou dopravou za chůzi nebo jízdu na kole. I přes to, že jsou tyto fyzické aktivity často náročné,

v hubnoucích vyvolávají dobrý pocit ze sebe sama a ukazují, že se díky zdravému životnímu někam posunují a dochází ke změně identity.

Lenka:

"Mili, jak jses na tom? Odsekla ses? Klaro, dalsi zarez? Veru, jak se drzis? A ostatni? Kde jste, holky?!:-) U me po prodlouzenem vikendu kilo nahore. Nezustalo halt jen u te pizzy... Snazim se to ted dat dolu. Je to rozhodne vetsi fuska nez to mlsani.:-) Snad se mi do naseho srazu podari shodit to nabrane kilo i treba s dalsim pul kilem. Jinak cvicim, cvicim. Do konce 30 Day Shred mi chybi jeste si 4x zacvicit level 3 a muzu si gratulovat. Ze to dotahnu takhle daleko jsem si nedokazala na zacatku predstavit. Jako odmenu mam nove saty a uz jsem se odmenila novyma kalhotama.;-) Mejte se, ahoj L."

I přes to, že se Lenka potýká s nedostatkem sebekontroly co se týče stravování, daří se jí dobře v oblasti fyzické aktivity. 30 Day Shred je každodenní cvičení trvající třicet dní z dílny fitness instruktorky, která je mezi přívrženkyněmi STOBu populární. Byla založena dokonce skupina s názvem "[Fitness instruktorka] a jak nám změnila život". Vývoj a posun k novému Já lze v příspěvku vyčíst z věty "že to dotáhnu takhle daleko jsem si nedokázala na začátku představit". Takovou změnu v životním stylu považuje za velice významnou, zvlášť, když dokázala výzvu dotáhnout do konce. Proto se odměnila novými kousky oblečení. Úspěchy dosažené v oblasti cvičení mají pro Lenku větší význam než polevení v dodržování zdravého jídelníčku. Vztah k prohřeškům ovšem negativní není, není zde náznak pocitu viny. Jedno kilo nahoře pouze znamená více práce s hubnutím dobudoucna.

Hana:

"Ahoj, zdravím po Velikonocích, byli jsme s manželem v úžasné restauraci Hrnec a vrchní nás zlákal na čokoládový dezert, ale dali jsme si jedem a já fakt uzobávala, ale byl skvělý a pak jsme šli svižným pochodem více jak 6km domů."

"Včera jsem byla na rautu a první, na co jsem se vrhla byla voda a meloun, takže ostatní sladkosti mně nechaly chladnou a pak jsem si dala jen sýr a šunku, ale vše moc dobré, jo a meloun je zelenina, což je fakt super :-)"

Návyky naučené během přechodu na zdravý životní styl nesouvisí pouze s pohybem. Hubnoucí se také učí, jak mít pod kontrolou své stravovací návyky, jak ovládnout chutě na sladké, přejídání a jak zvládat situace, jako jsou návštěvy, svátky a další speciální příležitosti, které s sebou většinou přináší nějaké to jídlo navíc. Zajímavým řešením, který se již v příspěvcích vyskytnul, je tzv. "plánovaně neplánované vybočení", kdy si člověk dovolí jednou za týden vybočit ze zdravého jídelníčku a vychutnat si něco nezdravého. Takové vybočení se právě nejčastějí naplánuje na nějakou návštěvu nebo jinou příležitost.

Hanin příspěvek ukazuje, jak pokročila se svým vztahem k jídlu. Místo, aby si v restauraci dali s manželem po jídle každý svůj dezert, rozdělili mezi sebe pouze jednu porci. Prohřešek v podobě kousku čokoládového dezertu navíc neutralizovala chůzí z restaurace až domů. Ještě lépe se projevily nové návyky na rautu, kde Hana dala přednost melounu a vodě před sladkými dezerty. Takové chování značí, že se naučila své chutě ovládat nebo se jich dokonce úplně zbavit. Mohlo

by to znamenat, že spolu s chutěmi a starými návyky se "zbavila" také starého Já a posunula své Já někam dál, blíže svému ideálu a cíli.

***Klára**:*

"Ahoj holky, já jsem na dovolené v Rakousku, hotelová kuchyně je naprosto neskutečná, ale jsem na sebe pyšná, že jsem včera při večeři odolala předkrmu, polévce i dezertu a snědla jsem jen salát a 100 g kachních prsou. A že vše ostatní vypadalo teda mega lákavě!"

"Ahoj holky, tak dovolená v Rakousku nebyla zcela dle zásad STOBu a mého nového životního stylu, ale zase to nebyla taková přežíračka jako bývala obvykle a že situací bylo opravdu hodně. Sportu bylo taky dost, tak snad to nebude taková trága."

Podobný případ týkající se nových návyků ve stravování, jako byl viděn v předchozích příspěvcích, lze zpozorovat také u Kláry. I při výjimečné příležitosti, jako je dovolená v cizí zemi, Klára odolala několika chodům a dopřála si pouze hlavní jídlo, které navíc odpovídalo zásadám zdravého stravování. Jde zde vidět snaha o sebekontrolu a odolávání, nejde o takový případ, že by na předkrm či dezert vůbec chuť neměla. Úspěch přesto je, že k podlehnutí nakonec nedošlo. Druhá část příspěvku ukazuje, že nakonec dovolená nebyla strikně podle zdravého životního stylu. Přesto je zde vidět rozdíl mezi přítomnými návyky a těmi minulými. Kláře se podařilo lépe ovládnout přejídání a do režimu dovolené zařadila také sport.

***Martina**:*

"Nazdar Dýdo + ostatní už absolventky:-) zdravím Vás všechny po dlouhé době. Musela jsem udělat radikální řez v práci a od 1.3. měním své působiště. Ale stres jsem přežila a nekompenzovala zvýšeným příjmem potravy:-))).

[…]

je to pořád o 3x v týdnu cvičení + krokování a + stále zapisuju jídelníček, protože kontrola musí být:-), ale protože všechny tyhle aktivity absolvuju s Ivíkem č.2, pěkně si o tom vždycky pokecáme, tak to jde o to radostněji. Pište, pište, podpora je potřeba:-))."

Stres je asi nejznámějším a nejvýznamnějším faktorem, který vede k přejídání a ztrátě sebekontroly co se týče stravování. Martině se však i ve stresovém období podařilo tento návyk překonat a žádných excesů se nedopustit. K sebekontrole přispívá pravidelné zapisování jídelníčku a aktivní pohyb spolu s chůzí s krokoměrem. Je patrné, že hubnout bez těchto pomůcek by se zatím neodvážila, nevěří, že by kontrolu nad svým tělem mohla převzít zcela do vlastních rukou. Zakončení příspěvku také značí důležitost podpory skupiny při hubnutí a jak je prožívání zdravého životního stylu a aktivit s ním spojených snadnější, jakmile je člověk prožívá ve dvojici či ve skupině.

***Lenka**:*

"Ahoj holky, taky dekuju za recepty. Dneska jsem si vzpomnela na Klaru, jak onehdy psala, ze se ji neco podarilo a ona se odmenila sladkosti a pak si vycitala stare zazite vzorce chovani. Ja bych to byvala jeste nedavno udelala stejne - koupila bych si neco dobreho na zub a pak bych si vycitala, ze ZASE jim sladke. Ale po kurzu s vama -- ne, ne, za odmenu jsem si koupila 2 knizky. Vycitky, ze jsem vybocila, tim padem nehrozi.:-) Klarko diky!:-)"

Příspěvek přímo zmiňuje staré vzorce chování, neboli návyky, které si členky kurzů a komunity STOB vypěstovaly v minulosti a které se v kurzu STOB snaží přeučit na nové návyky spojené se zdraým životním stylem. Jeden z klasických předchozích "zlozvyků" je, že člověk sní něco, co zdravému jídelníčku neodpovídá a poté následují výčitky svědomí. Takový případ se vyskytl v několika předchozích příspěvcích. Lenka proto vymyslela řešení, jak se odměnit za správné dodržování zdravého životního stylu a za shozená kila, aniž by tato odměna vyvolala výčitky. Příspěvek naznačuje, že staré vzorce chování jsou již minulostí a Lenčina identita prošla významnou změnou.

***Daniela**:*

"[…]Když se tam v červnu zobrazila 100, řekla jsem si, že s tím začnu něco dělat. Objednala jsem se na operaci žlučníku, stejně mi to doktoři již 15 let doporučují. Miluji jídlo, konzumuji ho hodně a stále. Zejména, když se dostaví nějaký stres. Proto, ze strachu, že budu v nemocnici a později doma hladovět, začala jsem snižovat dávky jídla. 6x denně jen to, co se vejde do dvou jednodecových skleniček. Mohla bych mít jednu dvoudecku, ale 2 je víc. Během dne piju pouze bylinné čaje. Do nemocnice jsem šla s 95ti kg a dnes, týden po zákroku bylo na váze 93,3. To se mi to drží, když se bojím žlučníku. :-) Ale to nejdůležitější pro mě je, že jsem začala držet tříhodinovou dietu a že mi to množství stačí. Teď jsem udělala radikální změnu a místo hromad, konzumuji jen hromádečky. Je mi jasné, že ten rychlý úbytek se zastaví, ale teď si to užívám. Teď se učím pracovat s těmito stránkami a ráda se s Vámi seznámím. Zatím PaD."

"…Spíš jsem si dala za úkol: výrazně snížit porce, jíst každé tři hodiny a mimo vydržet nezobat, začít se hejbat. Snižující se kila beru jako odměnu. Krááásnou odměnu. Jsem pod dozorem lékařů z OBkliniky. Včera jsem dostala pochvalu, že když to půjde takto, nemusela bych na zmenšování žaludku. Teď mám volno a čas jen na sebe. Uvidím, co se mnou udělá pracovní proces. Moc ráda tady budu sledovat Vaše a snad i moje úspěchy, tedy naše společné a ráda se nechám poučit. Přeji pěkný den PaD."

Daniela začala řešit své přejídání, jakmile se jí váha přehoupla přes sto kilogramů. Prvotní motivací k redukci váhy bylo tedy především číslo na váze, které už říkalo, že tělo není v pořádku. Rozhodnutí pro dodržování diety však vyvolal spíše strach z hladovění po operaci žlučníku. Změna návyků tedy začala zejména proto, aby si tělo a sama Daniela nezažily šok a zvykly si na menší dávky jídla. Redukce množství snědených potravin a změna životního stylu přirozeně vedly k redukci hmotnosti. Motivací k dodržování zdravého jídelníčku je nejen radost ze shozených kil, ale také obava, že by se mohl zhoršit stav žlučníku. Za největší úspěch ovšem nepovažuje zhubnutí, ale zejména změnu návyků a fakt, že tělu stačí pravidelná menší porce jídla každé tři hodiny. Ani cílem není redukce váhy, je jím právě změna životního stylu, především zdravé a pravidelné stravování a pohyb. Hubnutí vnímá Daniela jako výsledek tohoto snažení a jako odměnu.

Management těla v podobě tříhodinové diety pro Danielu funguje, přesto se připojila k webu STOB a pravděpodobně se učí pracovat se Sebekoučinkem, který by byl vhodným doplňkem k dosavadnímu životnímu stylu. Jako dohled a kontrola nad jejím snažením fungují profesionálové, lékaři z kliniky zaměřené na léčbu obezity. Pochvala ze strany lékařů týkající se redukce váhy působí motivačně zejména proto, že je díky kontrole životního stylu možné se vyhnout operaci žaludku. Daniela také vyjadřuje přání stát se součástí online komunity a sdílet s ostatními své

i jejich pokroky, tedy "jejich společné". Úspěchy jednotlivce, který je součástí komunity, vnímá jako úspěchy všech.

***Lenka**:*

"Holky, diky, ze jste mi vcera pripomnely, ze hlavni motivaci pro me vlastne bylo jist zdrave, najet na zdravy jidelnicek, ziskat vic energie. V tom honu za kilama dolu a euforii z tech 3 kg skutecne dole jsem na to nejak pozapomnela...:-) A to si myslim, ze pro me bude/je prave ta motivace, kdyz se mi nehybe vaha dolu. Jist zdrave. Resp. uvedomit si, ze i kdyz nehubnu, obcas vybocim - planovane, neplanovane, tak celkove jim zdrave a to uz je samo o sobe pro me velky prinos. Tj. muj cil je jist zdrave, mit vic energie a citit se dobre - az do konce zivota.:-) V praxi vidim, ze to funguje, ze se opravdu citim lip, kdyz zdrave a pravidelne jim. A pusobi to skvele nejen na telo, ale i psychiku! Tak jeste to poradne dostat do ty hlavy a snad ten zdravy styl casem zvladnu i bez zapisovani!!!:-) Holky, drzim vam palce a napiste, jak vam to jde/nejde a jaky mate triky na to, jak prezit leto bez nabirani. To jsme vcera bohuzel uz nestihly probrat. Mejte se, ahoj Lenka"

Pro zdravé hubnutí je podle Lenky důležité si uvědomit, že cílem je zejména zdravý životní styl a hubnutí se přirozeně objeví jako výsledek. Proto pokud se váha nikam nehýbe, člověk by se neměl příliš soustředit na to, že nehubne, ale spíše na to, aby dosáhl dlouhodobého zdraví a energie, které přináší právě zdravý životní styl. Bylo již několikrát opakováno, že i přes to, že člověk občas zhřeší co se týče jídelníčku, klíčové je vrátit se zpět ke zdravé stravě. Na hubnutí silně působí i psychika a pokud si hubnoucí dělá zbytečné starosti ze stagnace váhy, negativně to působí na jeho sebepojetí i vztah k jídlu. Objeví se demotivace, výčitky a to může zcela odradit od zdravého životního stylu. Jestliže je zdravý životní styl doprovázen pozitivním přístupem, tělo si spíše zvykne na nové návyky a hubnutí se nakonec obejde i bez kontroly ve formě zapisování a Sebekoučinku, což je Lenčin cíl dobudoucna.

SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ

Předmětem výzkumu je onlina komunita lidí, které spojuje zdravý životní styl, se kterým se pojí také podobné aktivity, návyky a cíle. Členky skupiny si pomáhají těchto cílů dosáhnout vzájemnou motivací, podporou a prostřednictvím různých doporučení a rad. Komunita založená na společném životním stylu se podílí na utváření identity a sebekoncepci člověka a formuje také jeho spotřební chování. Stejně tak to funguje naopak, spotřební chování definuje identitu skupiny. Uvnitř diskuzních skupin lze narazit na některé společné spotřební zvyky a preference. Nejvýznamnějším společným znakem zkoumaných diskuzních skupin je právě využívání komunitního webu a služeb STOB, jako jsou kurzy zdravého životního stylu. Díky těmto kurzům online komunita existuje a funguje.

***Iva Málková**:*

"Gratuluji všem, kteří propadli krokoměrům, je to výborná motivační pomůcka - a kdo ještě netuší, o čem je řeč, přijdte na sobotu 22. ledna .- informace jsu na www.stob.cz soboty, kde bude vaše Alžběta vykádat zaníceně o pohybu a buodu se ukazovat i funkce krokoměrů. A bude i dobré jídlo - Smacker, zeleninové chipsy, sušené maso, zelenina apod."

***Daniela**:*

"Koupila jsem si krokoměr, mám 948 kroků :-))) Mělo by to být 10.000 denně - no, to teda nevím."

***Petra**:*

"Tady jsou stránky ohledně [odkaz na stránky produktu], o kterém jsme se dnes bavili. Petra"

Doktorka Iva Málková, zakladatelka společnosti STOB, do diskuze občas přispěje radou, upřesněním či pozvánkou na nějakou akci. Většinou se jedná o přednášku, seminář, cvičení, výšlap nebo vypsání dalších kurzů se STOBem. Zde láká klientky na přednášku zaměřenou na krokoměry. Krokoměry se mezi členkami online komunity staly obvyklou pomůckou k hubnutí, rozšířeny byly zejména ve skupině vedené lektorkou Alžbětou, která klientkám zapůjčila krokoměry a sporttestery za účelem zkoumání pohybu a zdravého životního stylu pro svou studii.

Zmíněny jsou také potraviny, jako jsou zeleninové chipsy či Smacker. Smacker byl v diskuzních skupinách také probírán a doporučován několikrát. Jedná se o potravinu vyrobenou z vaječných bílků obsahující velké množství bílkovin, která je oblíbená mezi lidmi dodržujícími zdravý životní styl. Pokud v diskuzní skupině klientky projevily o nějaký produkt zájem, měly možnost si jej zakoupit v kurzu, pokud lektorka zaregistrovala poptávku po produktu a objednala jej od dodavatele.

***Lenka**:*

"Ahoj holky, dnes jsem zaplatila kurzovne do pokracovaciho kurzu.:-) Luco, jak se drzis pres stres v praci? Znam to bohuzel velmi dobre, tak Ti o to vic drzim palce. Hlavne snidej!!:-) Jo, a diky za tip na ty proteinove tycinky v [drogerii]. Objevila jsem, ze je maji i v [drogerii], taky s obsahem 32% bilkovin. Tam se da koupit i mensi gramaz - 35 gr. misto 45 gr. a maji zase trosku jinou chut, tak je rada stridams temi z dm. Proteinove tycky me uz parkrat zachranily od hladu, kdyz jsem nemela po ruce zadne "normalni" jidlo. Nekdy si kus tycky (nebo celou - 750 kJ) dam, kdyz mam chut na sladke. Prijde mi, ze je porad lepsi vybocit s proteinovou tyckou nez cokoladou. Tycka ma na rozdil od cokolady jen cca. 10% tuku, daleko vic bilkovin a chut na sladke mi spolehlive zazene. S daleko mene kaloriemi. Takze ani nemam vycitky a ani semaforky neblazni.:-) Mejte se, ahoj L"

V online komunitě si členky navzájem často doporučují také proteinové tyčinky z různých drogerií. Tyčinky mohou nahradit plnohodnotné jídlo, díky vysokému obsahu proteinu. Příliš častá konzumace není nejvhodnější volbou, ale pokud člověk nemá čas udělat si s sebou oběd či svačinu do krabičky, proteinová tyčinka se jeví jako ideální řešení. Zároveň tyčinka zahání chuť na sladké, což je něco, s čím se potýká velká část žen snažících se zhubnout. Narozdíl od skutečné sladkosti, jako je čokoláda nebo dezert, proteinové tyčinky nevyvolají po konzumaci díky svému složení pocit viny.

***Sabina**:*

"Ahoj,chtela bych se zeptat,jestli je tady nekdo z Prahy? Prestehovala jsem se sem a chci zhubnout a rada cvicim ve fitness, ale veskere co jsem nasla je nad moje financni moznosti..dat 100 kc za jeden vstup je opravdu prilis..optimalni je tak 600 za mesic..nevite o necem prosim??"

***Soňa**:*

"Já jsem si zaplatila členství ve [fitness centru] a chci tam chodit hlavně na skupinová cvičení, příp. na rotoped, orbitrek nebo do páry či sauny ... teď mají akci za roční členství do konce ledna chtějí 7 499kč a můžeš navštěvovat jak klub na václaváku, tak i na chodově - kdybys tam chtěla jít na mé "doporučení" a nahlásíš to na recepci, tak mi časem dají tisícovku a nemám problém ti ji dát - hlavně, že bych tam nebyla sama :)))"

***Iva Málková**:*

"Podívejte se na www.stob.cz kde jou různé druhy cvičení - nejlevnější je aerobik 55,- Kž za hodinu čtvrtletní cyklus cca 660,- Kč 1 hodina týdně"

***Hana**:*

"Pokud byste hledali cvičení za rozumné ceny s lidmi, kteří nejsou nejmladší a možná mají nějaké kilo navíc či nějaký zdravotní problém, doporučuji [tělocvičnu], mají cvičení pod dozorem medika, skupinová cvičení, kruhové tréninky, nordic walking, ale i saunu a masáže, konzultace zdarma a vše ostatní za rozumné ceny v různé časy"

Klienti, kteří se snaží zhubnout, často hledají levné možnosti, jak udržet své tělo štíhlé, v tomto konkrétním případě, levné fitness centrum nebo cvičící kurzy. Nabídne se několik návrhů, jeden opět ze strany doktorky Málkové, která odkazuje na web STOBu, nabízející finančně nenáročné kurzy cvičení. Ke skupinovému spotřebnímu chování vede zejména přání chodit pravidelně cvičit s "parťákem" nebo ve skupině. Vzájemná podpora, přátelství a sdílení pokroků motivuje člověka mnohem spolehlivěji, než cvičení "sám za sebe". Proto Soňa Sabině nabízí společné docházení do fitness centra, které by umožnilo společné cvičení a také finanční výhodu, díky přihlášení nového člena do fitness centra na doporučení jiného.

***Lucie**:*

Ahoj holky, našla jsem super stránky Kalorické tabulky http://www.kaloricketabulky.cz/tabulka-potravin.php :-) Tak snad nám to usnadní práci :-) Lůca

Doporučení kalorických tabulek může členkám komunity STOB pomoci k lepší orientaci v kalorických hodnotách potravin. Hubnoucí často ve skupinách sdílejí připomínky, že některé potraviny v Sebekoučinku chybí. Proto jsou kalorické tabulky vhodným doplňkem pro práci se Sebekoučinkem.

***Lenka**:*

"Ahoj holky, dneska rano jsem se odhodlala zacvicit si 30 Day Shred Level 1 podle [fitness instruktorky]. Divala jsem se, ze tady ma svuj diskuzni krouzek, vsichni nadseni a zapaleni do cviceni, tak jsem to konecne zkusila. A jsem rada, ze jsem se prekonala. Nas pondelni sraz me vybicoval i k takovymto vykonum!:-) Dekuju vam, holky!!! Uz ted sice vim, ze kazdy den podle Jillian cvicit nebudu, to bych si na sebe upletla nerealny bic a brzy bych to vzdala, ale kazdy druhy az treti den uz zni pro zacatek realneji. […]"

"Holky, koukam, ze mate super strategie, jak nepribrat. U me zatim funguji ty kalhoty, co jsem si nechala usit. Prijela jsem ted z dovoleny, vaha me nemile prekvapila, ale pak jsem si oblikla ty kalhoty a sednou mi v pohode, takze jsem zase (celkem) v klidu.:-) Taky jsem si poridila knizku od Jillian Michaels: Slim for Life. To bude moje povinna cetba o Vanocich, z ni budu cerpat ty dalsi strategie, jak nepribrat.;-) Az ji prectu,

rada vam ji pujcim, kdo budete mit zajem. A taky urcite poreferuju na dalsich srazech, neb doufam, ze srazem 8.12. nekoncime!! Mejte se, ahoj Lenka"

Populární volbou při výběru pohybové aktivity je uvnitř online komunity STOB právě trenérka, podle které je možné cvičit doma díky webu Youtube. Tato fitness instruktorka slibuje program, který díky pouhým dvaceti minutám denně pomůže zhubnout již během třiceti dní. Většina hubnoucích hledá právě takový způsob cvičení, který zabere co nejméně času, je efektivní a levné. 30 Day Shred je program volně dostupný na stránkách YouTube, proto je to ideální volba pro časově zaneprázdněné ženy, které se snaží zhubnout a utratit co nejméně peněz. Tato intruktorka je dokonce předmětem jedné diskuzní skupiny na webu STOB a je pravděpodobně nejrozšířenějším příkladem skupinového spotřebního chování v této online komunitě. Jakmile členky online komunity na výsledcích ostatních vidí, že program opravdu funguje, jsou motivovány program vyzkoušet také. Lenka program 30 Days Shred upravila svým potřebám a cvičení provozovala každý druhý až třetí den. Takto program dokončila a byla s ním spokojená tak, že si od trenérky pořídila knihu.

Spotřební chování slouží také jako odměna a motivace pro další výkony. Již několikrát bylo obsahem příspěvků, jak se členky online komunity odměnily za dodržování zdravého životního stylu novým kouskem oblečení. Pokud jde o viditelnou redukci váhy, nákup nového oblečení je dokonce nevyhnutelný. Pro Lenku jsou nové kalhoty dobrou strategií, jak kila nenabrat zpět.

4 Závěr

Životní styl člověka je součástí jeho identity. V teoretické části bylo vysvětleno, že spotřební chování je úzce spojeno se sebepojetím jednotlivců a jejich identitou (jejich Já). Každý člověk svou identitu vědomě formuje a vytváří. Cíle, které před sebe staví, jsou zdrojem motivace pro aktivity, které provozuje, a to vede k budování identity. Pokud se člověk rozhodne změnit svůj životní styl, rozhoduje se změnit také svou identitu. Prvotní motivací k takovému rozhodnutí je rozdíl mezi skutečným Já a ideálním Já, který se změnou životního stylu jedinec snaží zmenšit nebo v lepším případě odstranit. Subjektivní hodnocení vlastního vzhledu je součástí sebepojetí, tedy toho, jak člověk sám sebe vnímá jako celek. Pochopení role, kterou hraje v rozhodnutí změnit životní styl sebepojetí a identita, je důležité pro pochopení motivů a chování a interpretaci příspěvků členek online komunity v praktické části této práce. Stejně tak je důležité chápat, jakou roli identita a sebepojetí člověka hrají v jeho spotřebním chování.

Bakalářská práce zkoumá vztah mezi zdravým životním stylem a sebepojetím a ideálním Já. Teoretická část práce vysvětlila, že změna životního stylu je propojena se změnou identity a sebepojetí. Netografický výzkum ukázal, ***jak se identita a sebepojetí mění v průběhu změny životního stylu a jaké faktory tento vývoj ovlivňují***. Cíle, které motivují jednání členek online komunity STOB Klub se zejména týkají redukce váhy a změny životního stylu. Obraz ideálního Já je štíhlejší a zdravější člověk. Jeden z příspěvků ukázal případ ženy, která svému ideálnímu Já dala dokonce reálnou podobnu pomocí programu na úpravu fotografií. Obsah příspěvků ukázal, že hubnoucí členky online komunity jsou si vědomy toho, že budoucí vývoj jejich životního stylu a vývoj těla s ním spojený mají ve svých vlastních rukou. To znamená, že své Já formují vědomě a pracují na tom, aby se přiblížily obrazu ideálního Já. Změna identity a sebepojetí spojená se změnou životního stylu se zejména pojí k novým návykům v podobě zdravého stravování a pravidelné fyzické aktivity. Úspěšné osvojení nových návyků vede k redukci váhy a štíhlejší postavě. Pokud se hubnoucí ženě podaří dosáhnout nějakého cíle, například redukce váhy pod určitou mez, menší velikosti oblečení nebo zlepšení sportovínch výkonů, zvýší se spokojenost s vlastním tělem a tím i přístup k sobě samé. To vede k vyššímu sebevědomí a motivuje k dalším výkonům.

Součástí sebepojetí se během hubnutí v rámci kurzů STOB stává pečlivá sebekontrola, sebemonitoring a management těla. Každodenní zapisování jídelníčku, měření tělesné aktivity a počítání kroků slouží jako pomůcka k ovládnutí sebe sama. Pro některé členky skupiny je řízení vlastního těla neodmyslitelnou součástí jejich životů. Sebekontrola a management těla jsou součástí jejich pojetí vlastního Já, je to něco, co jim pomáhá přiblížit se ideálnímu Já. Pomůcky, jako krokoměry, byly členkami v několika případech popisovány jako části jich samotných. Identita těchto žen je rozšířena o technologii, která se stala přirozenou součástí jejich životů, rozšířeným Já. Zapisování jídelníčku slouží jako dozor nad dodržováním zdravého životního stylu. Pomáhá k ovládnutí chutí, protože jakmile člověk ví, že jídlo, které zkonzumoval, bude muset zapsat do programu, je menší pravděpodobnost, že si dovolí ze zdravého stravování vybočit. Výzkum odhalil, že nedostatek sebekontroly negativně ovlivňuje sebepojetí. Opakovaně se objevoval strach ze selhání kontroly nad vlastním tělem. Ten by znamenal ztrátu kontroly nad formováním svého Já a přibližování se ideálnímu Já.

V teoretické části práce byla zmíněna skupinová identita. Online komunita STOB má také vlastní identitu a ovlivňuje vývoj identity jedinců, kteří jsou její součástí. Jeden z příspěvků například odhalil, že úbytek na váze, který pozitivně ovlivnil sebepojetí členky skupiny, není vnímán jako zásluha hubnoucí ženy jako jednotlivce, ale že je zásluhou skupiny. Úspěchy jednotlivých členek jsou často chápány jako úspěchy skupiny jako celku. Takové sebepojetí bylo podporováno i ze strany instruktorky STOB kurzu, která sdělila průměrný úbytek na váze a BMI celé skupiny. Chápání sebe sama jako člena komunity vychází ze sdílení pokroků a vzájemné podpory ve skupině. Často je z příspěvků zjevné, že podpora ze strany ostatních členek online komunity je klíčovým aspektem jejich nového životního stylu. Pravidelné přispívání do diskuze a sdílení svých pokroků funguje tak, že člověk se raději pochlubí dobrými výsledky, než aby se svěřil, že přibral několik kilogramů. Proto být součástí online komunity v průběhu dodržování zdravého životního stylu pomáhá k důslednější sebekontrole.

Za zmínku stojí vývoj sebepojetí jedné ze členek komunity, které se podařilo díky managementu těla podařilo v hubnutí dojít nejdál z celé skupiny. Čím více se tato žena přibližovala obrazu ideálního Já, začala si uvědomovat, jak je důležité najít balanc mezi neustálým sebemonitoringem a mezi tím, co říká tělo. Přístup většiny hubnoucích je takový, že díky sebekontrole a sebemonitoringu je možné mít vládu nad svým tělem a tím se přibližovat obrazu ideálního Já. V tomto případě však členka diskuze začala chápat své tělo jako samostatnou jednotku, která si sama řekne, co potřebuje, aby zhublo. Přechod mezi skutečným a ideálním Já tedy ovládá samo tělo.

Spotřebitel, který se na sobě snaží něco změnit, má velký význam pro obchodníky, protože jejich produkty či služby mohou spotřebiteli pomoci tuto změnu uskutečnit a posunout jej blíže k cíli, který si vytyčil. Identitu lidí, kteří jsou předmětem zkoumání této práce, formuje zdravý životní styl a jejich touha zhubnout. Netnografie online komunity těchto lidí ukázala, ***jaké spotřební chování se k přiblížení ideálnímu Já a změně sebepojetí váže***. Nové stravovací a pohybové návyky s sebou přináší změny ve spotřebním chování. Nejvýznamnějším společným znakem ve spotřebním chování je pro vybranou online komunitu využívání služeb společnosti STOB, zejména jejích kurzů, díky kterým byla zkoumaná online komunita vytvořená. V rámci skupin, které jsou předmětem výzkumu, se vyskytují známky spotřebního chování spojené zejména se zdravým stravováním a cvičením. Objevují se tipy, kde koupit proteinové tyčinky či na kterých stránkách objednat určité potraviny, ale také kam si jít levně zacvičit. Rozumná cena je pro hubnoucí ženy prioritou při výběru fitness centra či kurzu cvičení. Možná právě proto je mezi členkami STOB Klubu tolik populární fitness instruktorka, jejíž videa jsou volně dostupná na webu YouTube. Kromě ceny je pro členky online komunity důležitá také časová náročnost, jelikož většina z hubnoucích jsou matky a pracující ženy.

Spotřební chování, které nejlépe vyjadřuje změnu identity hubnoucích, je nákup nového oblečení. Většinou je tato aktivita nevyhnutelná, pokud se podaří zhubnout natolik, že je nutné nakoupit si šaty o velikost menší. Nákup oblečení je často chápán jako odměna za dodržování zdravého životního stylu a jako forma motivace. To, co má člověk na sobě, vypovídá o jeho identitě stejně jako další znaky. Změna oblékání znamená často také změnu sebepojetí. Pocit většího sebevědomí a lepší vnímání vlastního těla může vést například k tomu, že člověk přestane své tělo zakrývat jednou vrstvou navíc.

Výsledky netnografického výzkumu doplněné o teoretické poznatky vytváří ucelený obraz o vztahu mezi zdravým životním stylem a sebepojetím, změnou identity a cestou za ideálním Já. Pro pochopení spotřebního chování spojeného se zdravým životním stylem je klíčové pochopení role sebepojetí a identity spotřebitele při změně životního stylu. Spolu se změnou životního stylu se totiž mění návyky a s nimi i identita. Výsledky dodržování zdravého životního stylu ovlivňují postoj spotřebitele k sobě a svému tělu. S těmito změnami se formuje právě spotřební chování a preference spotřebitele. Netnografie umožnila nahlédnout zblízka na skupinu českých spotřebitelek využívajících služeb společnosti STOB, na průběh změny jejich životního stylu a sebepojetí. Virtuální komunity mají v dnešní době pro marketing velký význam, zejména co se týče vyměňování informací mezi spotřebiteli a potenciálními zákazníky. Výsledky analýzy online komunity mohou představovat pro firmu silnou stránku a výhodu mezi konkurencí. Výzkum vztahu sebepojetí a zdravého životního stylu obchodníkům umožňuje blíže pochopit potenciální zákazníky a zvýšit tak hodnotu produktů pro zákazníky.

5 Zdroje

5.1 Knižní zdroje

BLATNÝ, Marek a kol.: *Psychologie osobnosti: Hlavní témata, současné přístupy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2010. ISBN 978-80-247-3434-7

BORDO, Susan: *Unbearable Weight*. 10th ed. University of California 2003. ISBN 978-0-520-24054-4

Doc. MUDr. DRBAL, Ctibor, Csc.: Naše zdraví a jeho otazníky. Praha: Vydavatelství ČVUT 2004. ISBN 80-86729-08-7

FEATHERSTONE, Mike, HEPWORTH, Mike, TURNER, S. Bryan: *The Body: Social Process and Cultural Theory*. 1st ed. London: SAGE 1991. ISBN 0-8039-8413-8

GABRIEL, Yiannis, LANG, Tim: *The Unmanageable Consumer*. 2nd ed. London: SAGE 2006. ISBN 978-1-4129-1892-3

HENDL, Jan: *Kvalitativní výzkum*. 3. vyd. Praha: Portál 2012. ISBN 978-80-262-0219-6.

KENNETH, J. Gergen: *The Saturated Self: Dilemmas of identity in contemporary life*. 1st ed. New York: Basic Books 1991. ISBN 0-465-07186-4

KOTLER, Philip, WONG, Veronica, SAUNDERS, John, ARMSTRONG, Gary: *Moderní marketing*. 4. evropské vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2007. ISBN 978-80-247-1545-2

KOUDELKA, Jan: *Spotřební chování a segmentace trhu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu 2006. ISBN 80-86730-01-8

KOZINETS, V. Robert: *Netnography*. 1st ed. London: SAGE 2010. ISBN 978-1-84860-644-9

KŘIVOHLAVÝ, Jaro: *Psychologie zdraví*. 1. vyd. Praha: Portál 2001. ISBN 80-7178-551-2

MACHOVÁ, Jitka, KUBÁTOVÁ Dagmar a kol.: *Výchova ke zdraví*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2009. ISBN 978-80-247-2715-8

MIKULÁŠTÍK, Milan: *Manažerská psychologie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2007. ISBN 978-80-247-1349-6

MILLER, Daniel: *Consumption: critical concepts in the social sciences*. 1. vyd. London: Routledge 2001. ISBN 0-415-24267-3.

MYERS, David G.: *Social Psychology*. 11th ed. New York: McGraw-Hill Higher Education 2009. ISBN 978-0078035296.

RAK, Roman, MATYÁŠ, Václav, ŘÍHA, Zdeněk: *Biometrie a identita člověka*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2008. ISBN 8024723655.

SCHWARTZ, Hillel: *Never Satisfied*. 1st ed. New York: The Free Press 1986. ISBN 0-02-929250-6

SOLOMON, R. Michael, BAMOSSY, Gary, ASKEGAARD, Søren, HOGG, K. Margaret: *Consumer Behaviour: A European Perspective*. 4th ed. London: Pearson Education 2010. ISBN 978-0-273-71726-3

STRAUSS, Anselm L., CORBIN, Juliet: *Základy kvalitativního výzkumu*. 1. vyd. Boskovice: Albert 1999. ISBN 80-85834-60-X

WOLF, Naomi: *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. 1st ed. New York: HarperCollins Publishers 2002. ISBN 978-0-06-051218-7

5.2 Online zdroje

ABZ slovník cizích slov. *Sebekoncepce*. [online] [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://slovnik-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/sebekoncepce
Centrum Psychoterapie. *Kognitivně-behaviorální terapie*. [online] [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://www.centrumpsychoterapie.cz/pouzivane-metody/kognitivne-behavioralni-terapie/
ČERNÁ, Lenka. *Zdravý životní styl*. Můj kouč.cz [online]. 2013 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://www.mujkouc.cz/zdravy-zivotni-styl/
Citace. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. Cassey Ho: Wikipedia Foundation, last modified on 4.4. 2015 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://en.wikipedia.org/wiki/Cassey_Ho
Citace. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. Weight management: Wikipedia Foundation, last modified on 27.3. 2015 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://en.wikipedia.org/wiki/Weight_management
Dedoose. *Mixed Methods & Qualitative Research Software*. [online] 2012 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://blog.dedoose.com/2012/09/what-is-qualitative-research/
Dedoose.com. *About Us*. [online] [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://www.dedoose.com/about-us#
HAVLÍČEK, Petr. Interview. In: *DVTV.cz*. [online] 12. ledna 2015. [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://video.aktualne.cz/dvtv/hubnuti-je-vynikajici-a-nekonecny-byznys-rika-expert/r~2c360264981d11e4ba57002590604f2e/
JONES, Emma. *10 best workout channels on YouTube*. [online] 2014. [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://www.healthista.com/the-youtube-workout-channels-we-love/
KELLY, Heather. Fitness tools that tap the power of your friends. [online] 3. června 2013 [cit. 2015-04-22]. Dostupné z www:
http://edition.cnn.com/2013/06/03/tech/mobile/fitness-gadgets-motivation
MÁLKOVÁ, Iva. *Sedmero novoročních rad Ivy Málkové*. [online] 2014. [cit. 2015-04-21]. Dostupné z www:
http://www.stobklub.cz/clanek/sedmero-novorocnich-rad-ivy-malkove/
SCHMIDOVÁ, Sandra. *Zdravý životní styl za pomocí mobilních aplikací*. [online] 2013. [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www:
http://www.viviente.cz/zdravy-zivotni-styl-za-pomoci-mobilnich-aplikaci/

Stobklub.cz. *Právě hubnu v kurzu STOB*. [online] ©2012 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www: http://www.stobklub.cz/skupina/28/
Stobklub.cz. Sebekoučink. [online] [cit. 2015-04-22]. Dostupné z www. http://www.stobklub.cz/sebekoucink/
Stobklub.cz. *Společnost STOB*. [online] ©2012 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www: http://www.stobklub.cz/o-nas/
TALENS, Dick. *Understanding the Scale, Bloating, Weight Loss*. [online] 2014 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www: http://dicktalens.com/understanding-the-scale/
uLékaře.cz. *Kalkulátor BMI*. [online] [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www: http://www.ulekare.cz/kalkulacky/kalkulator-bmi-4
ZIKMUND, Martin. *Word of mouth - moderní strašák každého businessu*. [online] 2010. [cit. 2015-04-18]. Dostupné z www: http://www.businessvize.cz/zakaznici/word-of-mouth-moderni-strasak-kazdeho-businessu

5.3 Ostatní zdroje

BLOCH, Peter H., RICHINS, Marsha L.: *You look "mahvelous"*. Psychology & Marketing, 1992, Vol. 9, pg. 3 - 15.
BURKE, Lora E., WANG, Jing, SEVICK, Mary Ann: Self-Monitoring in Weight Loss: A systematic Review of the Literature. Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics, 2011, Vol. 111, pg. 92 - 102.
DION, Karen, BERSCHEID, Ellen: *What is beautiful is good*. Journal of Personality and Social psychology, 1972, Vol. 24, pg. 285 - 290.
FALLON, April: *Culture in the Mirror: Sociocultural Determinants of Body Image*. Body Images, ed. Thomas F. Cash and Thomas Pruzinsky, New York: Guilford, 1990, pg. 80 - 109.
FREEDMAN, R.J.: *Reflections on beauty as it relates to health in adolescent females*. Women & Health, 1984, Vol. 9, pg. 29 - 45.
GLASSNER, Barry: *Fit for Postmodern Selfhood*. Symbolic Interaction and Cultural Studies, ed. Howard S. Becker and Michal M. McCall, Chicago: University of Chicago Press, 1990, pg. 215 - 243.
HILL, James O., WYATT, Holly R., PETERS, John C.: *Energy Balance and Obesity*. Circulation, 2012, Vol. 126, pg. 126 - 132.
HUELTENSCHMIDT, Norbert, OLSEN, Tamara: Growing business opportunities for healthy living. Bain & Company, 2014.
LANDON, Laird E.: *Self Concept, Ideal Self Concept, and Consumer Purchase intentions*. Journal of Consumer Research, September 1974, Vol. 1, pg. 44.

O'KEEFFE, Gwenn S., CLARKE-PEARSON, Kathleen: *Clinical Report: The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families*. Pediatrics, 2011.
SCHMITT, Bernd: *Experiential Marketing*. Journal of Marketing Management, 1999, Vol. 15, pg. 53 - 67
THOMPSON, Craig J., HIRSCHMAN, Elizabeth C.: *Understanding the Socialized Body: A Poststructuralist Analysis of Consumers' Self-Conceptions, Body Images, and Self-Care Practices*. September 1995, Vol. 22, pg. 139 - 151
Ústav zdravotnických informací a statistiky České republiky: *Evropské výběrové šetření o zdraví v České republice EHIS 2008*. ÚZIS ČR 2011. ISBN 978-80-7280-916-5
WELLMAN, Barry: *Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking*. International Journal of Urban & Regional Research, 2001, Vol. 25, pg. 227-252.
WING, Rena R., PHELAN, Suzanne: *Long-term weight loss maintenance*. American Society for Clinical Nutrition, 2005, Vol. 82, pg. 222 - 225.
World Health Organization: *Health 2020: European policy framework and strategy for the 21st century*. WHO Regional Office for Europe 2013. ISBN 978-92-890-0279-0
XUN, Jiyao, REYNOLDS, Jonathan: *Applying netnography to market research: The case of the online forum*. Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, 2010, Vol. 18, pg. 17 - 31