



magazín pro zdravý životní styl, [www.vimcojim.cz](http://www.vimcojim.cz)

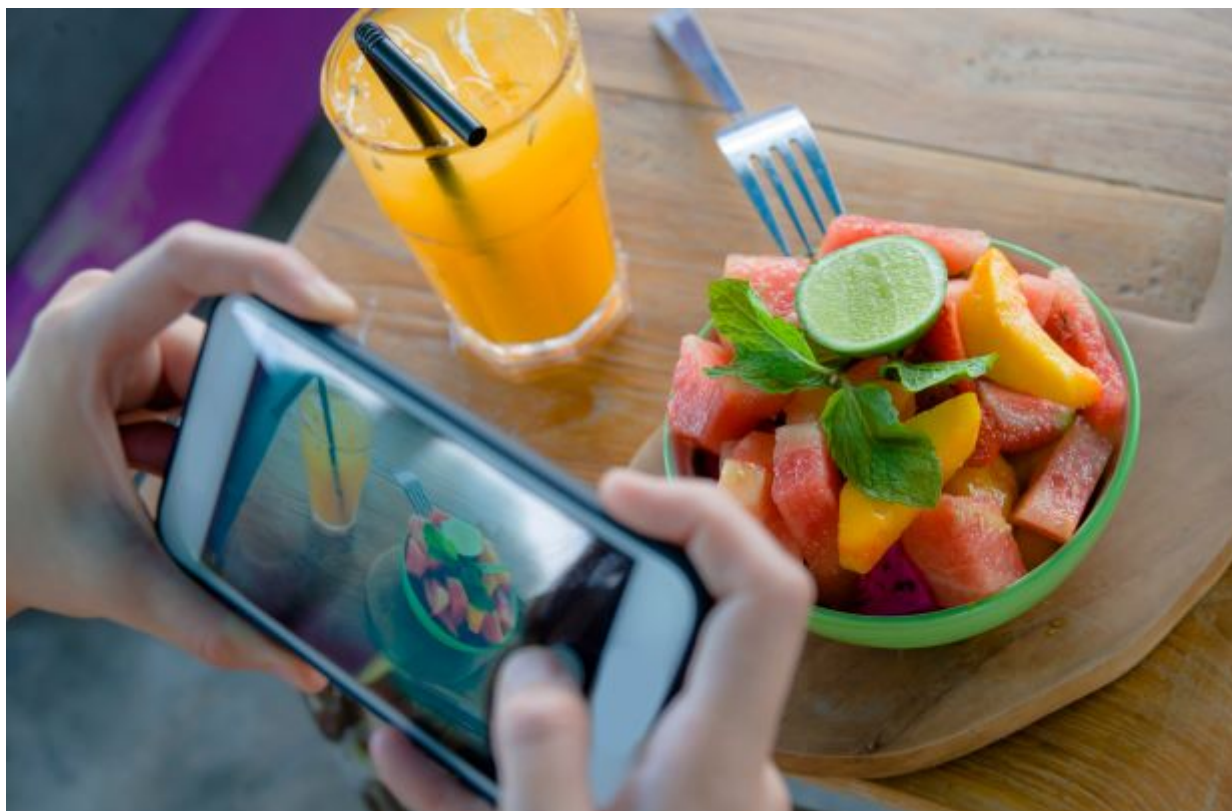
[O zdraví](#) 3. 3. 2020 |  Mgr. Kristina Šístková

# Fotografie ovlivňují chutě i stravovací návyky. Studie tento vliv potvrdila

URL článku:

[magazin/clanky/o-zdravi/Fotografie-ovlivnuji-chute-i-stravovaci-navyky.-Studie-tento-vliv-potvrdila\\_\\_s10012x19610.html](http://magazin/clanky/o-zdravi/Fotografie-ovlivnuji-chute-i-stravovaci-navyky.-Studie-tento-vliv-potvrdila__s10012x19610.html)

Pravidelně vidáme lidi v našem okolí fotografovat si svá jídla bezprostředně před tím, než je zkonsumují. V současné době se velmi často setkáváme s fotografiemi potravin i celých pokrmů zejména na sociálních sítích. Je tedy možné, že prohlížení těchto fotografií nás ovlivní natolik, že změním své stravovací návyky? Nová studie prohlašuje, že tomu tak je.



## Informace o studii

Ve Velké Británii se zabývali tím, zda informace publikované na Facebooku **ovlivňují zdravou nebo nezdravou výživu** uživatelů této sociální sítě. Tímto problémem se zabývá studie z Aston University v Birminghamu. Studie probíhala pod vedením Lily Hawkins, pod dohledem Dr. Jasona Thomase, vedoucí výzkumné skupiny byla profesorka Claire Farrow ze School of Life and Health Sciences.

- V rámci studie bylo osloveno **369 studentů, mužů i žen**. Výzkumníci se ve studii zabývali otázkami, zda uživatelé sociálních médií jí více ovoce, zeleniny či nezdravého jídla, [pokud jsou ovlivněni svými vrstevníky](#), kteří jsou také uživateli sociálních médií.



Tazatelé zjišťovali od respondentů za pomoci kontrolního dotazníku, jaké množství ovoce, zeleniny, vysokokalorických potravin a slazených nápojů jejich **kamarádi „na síti“ běžně denně konzumují**. Následně respondenti informovali výzkumníky o množství těchto potravin, které sní sami. Na závěr výzkumníci tyto dvě informace porovnali a zjistili, že sami dotazovaní snědí

všeho o pětinu víc, než odhadovali svým kamarádům na internetu.

## Výsledky studie

Z výsledků vyplynulo, že pokud se uživatelé sociálních médií domnívali, že ostatní jejich kamarádi „na síti“ souhlasí s konzumací ovoce a zeleniny, pak stejně tak konzumují ovoce i zeleninu. Zároveň zjistili, že pokud uživatelé souhlasí s konzumací více nezdravých vysokokalorických potravin a na sítích sociálních médií to publikují, **ovlivní to jejich vrstevníky** a ti se také začnou stravovat nezdravě.

K ovlivnění vrstevníků a jejich následné **úpravě stravovacích návyků** mohlo dojít právě vlivem působení uživatelů Facebooku, kteří zveřejňují vše o jimi zkonsumovaném jídle a nápojích. Stejně tak k tomu ale mohlo dojít pouze z jejich celkového pohledu na zdraví. Jak vnímání obecného doporučení ohledně stravování, tak i doporučení od vrstevníků publikujících fotografie různých pokrmů, vedlo [k rozdílné spotřebě nízkokalorických i vysokokalorických potravin](#).

## Závěr studie



Lily Hawkins uvádí, že pokud věříme, že naši přátelé jedí více ovoce a zeleniny, tak je také s radostí jíme. Pokud cítíme, že naši přátelé sympatizují s nadměrnou konzumací „dobrot“ a slazených nápojů, ovlivní nás to natolik, že s jejich přesvědčením souhlasíme a klidně se těmito potravinami

můžeme přejídat, přestože víme, že se jedná o jídlo nezdravé.

Studie činí závěr, že sociální média lze využít k vylepšení stravovacích návyků našich kamarádů. Tyto poznatky by se dále mohly použít jako nástroj k intervenci ve prospěch veřejného zdraví.

- Poznatky z této studie by mohly být vodítkem, **jak ovlivnit stravovací návyky dětí a mladistvých**, kteří tráví mnoho času na sociálních sítích interakcí s vrstevníky a influencery. Mohou tak tyto [zdravé návyky přijmout za vlastní](#) již v brzkém věku a následně z nich mohou čerpat i v dospělosti.

Je tedy minimálně správné se před zveřejňováním textů, fotografií jídel či videí zamyslet nad tím, pro koho jsou určeny a zda jsou takové **fotografie pro určitou skupinu lidí vůbec vhodné**. Ze studie je zřejmé, že má-li influencer kladný postoj k dané problematice, zrcadlí se jeho chování v jednání kamarádů. Fotografická i jiná činnost by měla tedy směřovat **k pozitivnímu ovlivnění široké veřejnosti** směrem ke zdravému životnímu stylu.

---

Copyright © 2022

Vím, co jím a piju, o.p.s., [www.vimcojim.cz](http://www.vimcojim.cz)