

Masarykova univerzita v Brně

Filozofická fakulta

**Katedra informačních studií a knihovnictví**

---

MUNI  
ARTS



# MUKBANG, OBŽERSTVÍ A EPIDEMIE SAMOTY

**Práce ke zkoušce předmětu ISKB09: Nástroje a možnosti internetu**

Vypracoval: ■■■■■■■■■■

UČO: ■■■■■■■■

Ročník: II.

Typ studia: prezenční

Počet znaků: 14983

Datum odevzdání: 04.02.2023

## Mukbang, obžerství a epidemie samoty

Internet je zkrátka fascinující. Myslím, že neexistuje žádný jiný vynález s charakterem tak čistě lidským, jako je právě on. Versatilní, schopný, spolehlivý, a neuvěřitelně disfunkční. Těmito slovy ovšem nepopisují internet, jak existuje v jeho věcné podstatě, ale naopak v lidském pojetí.

Co je na internetu nejvíce fascinující, jsou jeho komunity. Od jeho altruistických počátků ve vědeckých komunitách, kde pomáhal k rychlému sdílení informací a poznatků, po jeho dnešní stav konečného shromaždiště všech lidských pokusů a omylů; umělecké tvorby i škodolibé zábavy na úkor ostatních.

Viděli jsme v něm zkrátka prostředek k propojení, a jelikož člověk je tvor sociálně založený, ihned bylo jeho potenciálu využito. Už nejde jen o sdílení akademických poznatků, nyní můžeme navázat kontakt s kýmkoli, kdekoli a kdykoli. Umělecká komunitní tvorba dnes není závislá na skupině lidí na jednom místě ve správný čas, stačí aby byli online; dokonce to ani nemusí být striktně lidé.

Spolu s touto revolucí komunikace ale přišel i další jev zcela opačný. Odstřížení a samota, navazující na online stav člověka. Lidé si zvykli na rychlý dopamin rush z validace na sociálních sítích, z bezvýznamných vítězství v počítačových hrách, z komunikace s chatboty a jinými simulovanými náhražkami lidského kontaktu. Čím více validace hledáme online, tím více může být náš osobní život v off-line světě prázdný.

### Samota a internet

Skoro všechny aspekty off-line života lze přenést do online prostředí. Od zábavy, přes práci, uměleckou tvorbu a komunitní činnost, až po uspokojení určitých typů potřeb, jako je vyjádření, anonymita, či chůtí. Dokonce lze toto všechno zvládnout z jednoho místa. Není proto divu, že internetu je snadné propadnout.

Fenomén zvaný „hikikomori“ je příkladem tohoto počínání. „Hikikomori“, doslova přeloženo jako „odtrhnutí se“ nebo „být upoután“ ve významu akutního sociálního vyčlenění, označuje člověka více méně dobrovolně odtrhnutého od kontaktu s lidskou společností. Časová míra odloučení se pro uznání statusu hikikomori udává jako minimálně šest měsíců.<sup>1</sup>

Tradičně je hikikomori asociální individuum, které uniká před stresem skutečného života do online prostředí, kde se nemusí tolik strachovat. Jde o metodu eskapismu, která často doplňuje neléčené či nedidiagnostikované psychické problémy.<sup>1</sup> Studie z roku 2018 ukazují, že jen v Japonsku činí počet hikikomori okolo jednoho a půl procenta obyvatel, tedy okolo šest set tisíc lidí.<sup>2</sup>

Existuje ovšem i jiná varianta hikikomori, kdy jde o izolaci neúmyslnou nebo nechtěnou. Jedním z důvodů takové izolace mohou být zdravotní problémy, finanční poměry, a dnes prevalenční důvod izolace kvůli pandemii covid-19.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> TEO, Alan R. a Albert C. GAW. Hikikomori, a Japanese culture-bound syndrome of social withdrawal? A proposal for DSM-V. *The Journal of nervous and mental disease* [online]. 2010, **198**(6)

<sup>2</sup> Share of people who can be classified as hikikomori (social shut-ins) among people aged 40 to 64 in Japan in 2018 [Graph], Cabinet Office Japan, June 18, 2019.

<sup>3</sup> KATO, Takahiro A., Norman SARTORIUS a Naotaka SHINFUKU. Forced social isolation due to COVID-19 and consequent mental health problems: Lessons from hikikomori. *Psychiatry and Clinical Neurosciences* [online]. 2020, **74**(9)

Přestože je tento fenomén nejlépe zachycen a popsán v Asii, především v Japonsku, jde o celosvětový problém moderní doby.

## Člověk a jídlo

Jak již bylo v tomto textu jednou zmíněno, lidské bytosti jsou tvorové sociální a společenští. Máme své zvyklosti, přirozenosti a tradice, spojené s přítomností dalších osob, nebo přímo určené pro sdílení s ostatními. Některé činnosti proto zkrátka neradi děláme sami.

„Věřila jsem, že lidé se cítili vítáni protože dobré jídlo, které měli rádi, bylo volně k dostání. Tak nějak podvědomě jsem myslela, že pokud je nějaký vhodný pokrm po ruce, tak sen náš dům stává pohodlným zázemím; místem, ve kterém centroval můj kruh přátel. Děláním pokrmů se stalo způsobem, jak nalákat lidi do mého domu, jak sociálně interagovat, jak přivést přátele ze všech různých sociálních skupin, které jsme znali, a to od spolupracovníků, přes bývalé spolužáky z vysoké, po známé z basketballu.“<sup>4</sup> píše Alice P. Julier (2013), ve své knize. „Pokrmy tvoří landscape, ze kterého můžeme nahlížet a zkoumat všechny různé druhy kulturních a ekonomických dilemat. Rozhodnutí o tom, s kým budeme jíst, jakým způsobem, a jaké typy jídel budeme podávat, jsou neoddělitelné od sociálních hranic.“<sup>5</sup>

Samozřejmě, toto je pouze generalizace, a každý individuální člověk může mít své limity na sociální interakci nastavené jinak. Přesto jsou některé věci, jako je například jedení, napříč kulturami přirozeně spojené se socializováním. Je to pro nás typické, naturální. Ale i tento aspekt života se v posledních letech rapidně mění.

„V naší „rychlé“ kultuře rychlého občerstvení se zdá, že všichni jíme sami – a to pořád. Američani hlásí, že jedí o samotě skoro až v 50 procentech případů, zatímco více než 60 procent kancelářských pracovníků obvykle mívájí oběd u svého pracovního stolu – fenomén tak častý, že se zasloužil o svou vlastní chytlavou přezdívku: „desktop dining“<sup>6</sup>. Doslovně přeložen jako stolní stolování, fenomén, na který v introdukci knihy „No One Eats Alone: Food as a Social Enterprise“ naráží autor Michael Carolan.

Doba pandemie covid-19 změnila spoustu lidských návyků, o tom nelze diskutovat. Studie z roku 2021 ukázala, že důchodci (průměrný věk 81 let), kteří jedli sami, častěji trpí úbytkem na tělesné

---

<sup>4</sup> ALICE P. JULIER. *Eating Together: Food, Friendship and Inequality*. 1. Urbana: University of Illinois Press, 2013. ISBN 9780252037634. s. 1

“I believed that people felt welcome because good food that they liked was readily available. Somewhat consciously I thought that if there was some appropriate meal handy, then our home would be a comfortable base, a place where my circle of friends centered. Creating meals became a way to draw people to where I lived, to interact socially, bringing together friends from across the various social groups we knew, from work colleagues to college friends to basketball acquaintances.”

<sup>5</sup> ALICE P. JULIER. *Eating Together: Food, Friendship and Inequality*. 1. Urbana: University of Illinois Press, 2013. ISBN 9780252037634. s. 2

“Meals provide a landscape from which to explore all manners of cultural and economic dilemmas. Decisions about whom we eat with, in what manner, and what kinds of food are inextricably tied to social boundaries.”

<sup>6</sup> CAROLAN, Michael S. *No One Eats Alone: Food as a Social Enterprise*. 1. Washington: Island Press, 2017. ISBN 9781610918046.

“In our fast-paced, fast-food culture, everyone seems to be eating alone—all the time. Americans report that they eat nearly 50 percent of their meals alone, 1 while more than 60 percent of office workers typically have lunch at their desks—a phenomenon so prevalent it has earned a catchy moniker: desktop dining.”

váze, oproti subjektům, kteří jedli ve skupinách. Pointou studie je, že sociální kontakt při jídle má dopad nejen na duševní, ale i na tělesnou stránku subjektu.<sup>7</sup>

V moderní době online společnosti se však našlo nekonvenční řešení na problematiku samoty během konzumace jídla v sociální izolaci.

## Mukbang

„Mukbang“, online trend, jehož název je složený ze slov „meokneun“ – jedení/jíst a „bangsong“ – vysílání/přenos, je přesně to, co jeho pojmenování implikuje. Popularizovaný po roce 2010, mukbang je nyní celosvětově známá praktika jedení na kameře, často v živém přenosu, kde jeden nebo více BJs (broadcast jockeys) konzumují před svým publikem obscénní množství jídla.<sup>8</sup>

Původně centrován a vysílán pouze v Korejské republice skrz prostředky jako je Afreeca TV MCN (Multi-Channel Network), dnes ale známý a tvořený takřka kýmkoliv a kdekoliv. Počátky žánru, podobně jako mnohé další projekty tohoto typu, by mohly být nazvány až altruistickými. Mukbang sloužil jako prostředek pro odehnání samoty během nudných a izolovaných všedních večerů korejského pracovníka nebo studenta, žijícího mimo rodinu. Šlo o jednoduchý a efektivní způsob; jedinec si zkrátka užil svůj pokrm u obrazovky, na které mu v živém čase běželo mukbang vysílání, či záznam z vysílání, čímž bylo uměle navozeno sociální prostředí.<sup>8</sup> Zkrátka jste už nemusel jíst sám.

Tato vysílání ale začala nabírat na sledovanosti, a spolu s ní přibíl nejen zájem o tento typ tvorby, ale také peníze, sledující a konkurence. Jak je tomu již zvykem v kompetitivním prostředí zábavního průmyslu, udržet si sledovanost chtělo čím dál tím větší vynalézavost. Chtělo uchvátit a šokovat, donutit sledující, aby se vrátili znovu a znovu.

Populární mukbang BJs jde rozdělit do pěti základních typů: „the Diva“, „calm-eater“/klidný jedlík, „weirdo“/podivín, „cook“/kuchař, a „pretty boy/girl“/hezký člověk.<sup>8</sup> Jde o celkem samo vysvětlující terminologii. Později nebyli lákadlem na tento typu obsahu pouze hezký člověk na kameře, osvobození od samoty, nebo dobré jídlo, ale shock faktor. Právě naopak, většina jídla konzumovaná v těchto vysíláních je nezdravá, ať svým kalorickým obsahem, množstvím konzumované soli či cukru, hodnotou obsaženého kapsaicinu, nebo pouze absurdním množstvím. V populárních videích tohoto typu v žádném případě nenajdeme rozumné porce nebo zdravé jídlo. Mnoho BJs také zaujalo zvláštní postoj ke svému vysílání, asi nejlépe zobrazeno ve „weirdo“ subtypu – buď BJ jí bizarní pokrmy se spoustou expresivních grimas, nebo jídlo zcela obyčejné, ale v obrovských kvalitách a doplněné přehnanými až teatrálními reakcemi.<sup>8</sup>

Právě díky „weirdo“ subtypu je nám dnes mukbang známý. Zvláštní, nepřirozené a jinak zajímavé věci se na internetu šíří jako požár. Není tedy divu, že se určité klipy a záběry dostaly do obecného povědomí.

## Online stravování a obezita

„Spolu s rozsáhlým šířením mukbang videí se zvedá zájem o impakt mukbangu na stravovací návyky lidí, a také o statistiku obezity. Předchozí studie ukázaly, že pořady zaměřené na jídlo rozšířené skrz

<sup>7</sup> KUBO, Yuta, Taiji NOGUCHI, Takahiro HAYASHI, Naoki TOMIYAMA, Akira OCHI a Hiroyuki HAYASHI. Eating alone and weight change in community-dwelling older adults during the coronavirus pandemic: A longitudinal study. *Nutrition* [online]. 2022, **102**(1)

<sup>8</sup> HONG, Seok-Kyeong a Sojeong PARK. Internet Mukbang (Foodcasting) in South Korea. In: *Young & Creative. Digital Technologies Empowering Children in Everyday Life*. [online]. 1. Gothenburg: Nordicom, 2017

média podporují a stimulují přejídání, a že děti jsou známy jako zvlášť afektované těmito na jídlo zaměřenými mediálními jednotkami. Zároveň je konzumace potravin postavami influencerů, jako například mukbangerů, také odpovědná za ovlivnění konzumace jídla svými sledujícími. Zejména typy jídel a způsob jezení zobrazeny v těchto typech médií mohou být faktorem v determinaci impaktu mukbangu. Z pohledu veřejného zdraví ale neexistuje dostatek studií ohledně obsahu skutečných mukbang videí.“<sup>9</sup>

Mukbang jistě ovlivnil naše obecné chápání jídla, a to především u svých sledujících. Co ale nemůžeme zapřít je, že tímto způsobem mukbang influenceři neafektují jen své „konzumery“. Je samozřejmé, že pokud takový obsah tvořím, musí se to na mě podepsat. Dopad na sledující „klientelu“ mukbang kanálů, Youtuberů a BJs bych nazvala něčím jako pasivním dopadem. Ten je ovšem nemalý.

„Výsledky ukazují, že časté sledování mukbangu zvyšuje pravděpodobnost výskytu obezity o 7,4-7,6%. Vláda by tedy měla zvážit informační kampaně zvyšující povědomí o tomto problému, anebo zavést regulace na mukbang za účelem prevence a regulace souvisejících rizik vedoucích k obezitě.“<sup>10</sup>

Co bych chtěla podtrhnout, je dopad na tvůrce samotného; aktivní dopad. Člověk v této pozici je nejenom ovlivňován tím, co sleduje, ale aktivně se pokouší o drastičtější kousky v rámci konzumace. Můžeme v tom případě považovat za zvláštní, kolik tradičních BJs patří do kategorií, které chválí jejich zevnější vzhled – diva a pretty boy/girl, s přesahem do cook a calm-eater všechny alespoň částečně splňují tuto podmínku.

Životospráva a disciplína musí být součástí každého tvůrce v tomto odvětví – od drastických diet, přes půsty, po dlouhé dny v tělocvičně. Také musíme vzít v potaz často roky trvající kariéry těchto lidí. Přeci jen nikdo z nich snad nezačal svou kariérou spořádáním stejného množství jako v recentních videích, jak ukazují četné kompilace na YouTube, trefně pojmenované „first vs recent video“.

Někteří ovšem nezvládají udržovat poměrně zdravý životní styl zároveň s tvorbou a vydáváním mukbangu. Jedním z těchto lidí je nechvalně známá americká YouTube osobnost, Nicholas Perry.

## Kuriozní případ Nicholase Perryho

Nicholas Perry, v online prostředí znám jako Nikocado Avocado, je americký mukbang Youtuber. Jeho jméno je na internetu obecně poměrně známé, ovšem v mukbang kruzích je celebritou. Jen z těch špatných důvodů, to ale neznamená, že není populární. Jistě, jde o zvláštní postavu, jak jen rychlé prozkoumání jeho kanálu prozrazuje.

---

<sup>9</sup> KANG, EunKyo, Jihye LEE, Kyae Hyung KIM a Young Ho YUN. The popularity of eating broadcast: Content analysis of “mukbang” YouTube videos, media coverage, and the health impact of “mukbang” on public. *Health Informatics Journal* [online]. 2020, 26(3)

“As mukbang videos become increasingly widespread, there is increasing interest about the impact of the mukbang on people’s eating habits, as well as obesity. Previous studies have shown that food-related shows disseminated through the media encourage and stimulate overeating,<sup>11–14</sup> and children are known to be particularly affected by these food-related media.<sup>15,16</sup> Correspondingly, the food consumption of influencers such as mukbang creators is also known to affect viewers’ food consumption.<sup>17</sup> In particular, the types of foods and the manner of eating portrayed in these media might be a major factor in determining the impact of mukbang. From a public health perspective, however, there is insufficient research regarding the content of the actual Mukbang videos.”

<sup>10</sup> YEON, Kwanghun. Health threats of new social media trends: the effects of frequent mukbang watching on overweight and obesity. *Applied Economics Letters* [online]. 2022

“The results show that frequent mukbang watching increases the likelihood of being overweight by 7.4–7.6%. As a result, the government should consider informational campaigns for awareness and/or introduce regulations on mukbang to prevent and reduce the associated risks leading to overweight.”

První, čeho si můžeme všimnout, je absurdní množství jídla v každém thumbnailu, Perryho manipulativní pojmenování videí, zasahující až do clickbait teritorií, a samozřejmě, jeho nadváha, kontroverze, a obecný pocit zesměšnění až lítosti k obrázku, který tvoří. Ale nejde popřít jeho úspěšnost.

Šest aktivních kanálů, miliony shlédnutí snad na každém videu, a s neuvěřitelným počtem přes 3,48 milionů subscriberů a 719 milionů shlédnutí (dle socialblade.com), nelze říct že by si v rámci YouTube nevytvořil hezké místo. Otázkou ovšem zůstává, jestli je morální takovému člověku vůbec dávat platformu.

„Lolcow“ je kolokviální online termín pro člověka, jehož bizarní vystupování, vzhled, tvorba či projev je pro sledující zábavný. Jde ovšem o derogatorní označení, tedy hanlivý název, jelikož lidé se nesmějí spolu s daným člověkem, ale danému člověku. Lidé takto označování často mývalí nějaké nedidiagnostikované psychické nebo mentální problémy, které zvyšují jejich volatilitu, a tím pádem také šance na to se stát obětí krutých činů anonymní masy a udržet se na jejich „výsluní“.

Příběhy těchto lidí často bývají tragické; jejich abnormality a stavy jsou opakovaně zveličovány, zneužívány pro zábavu sledujících. Toto vede ke zhoršování psychických stavů, újmě na zdraví, až ztrátě na životě. Nejznámější lolcow z posledních několika let je Christine Weston Chandler, také známá jako „Chris Chan“, proti které se nedávno vedl soudní proces.

Kvůli svému chování může být Nicholas Perry jistě označen za lolcow, ovšem o upřímnosti jeho výstupů by se dala vést debata. Podstata lolcow je spočívá v nevědomosti oběti ze svého lolcow statusu, alespoň z počátku.

S tvorbou Nicholase Perryho jsem se setkala v roce 2016. Ani nešlo o jeho video, byl to nějaký sestřih „zajímavých mukbangerů“, a já na to ze zvědavosti klikla. Byla jsem unešená. Nejenom že mukbang byl něco kompletně nového, zvláštního, ale Nicholas Perry byl zkrátka fascinující. Něco na jeho manýrech, hlasitosti, obecné teatrálnosti, bylo tak falešné a poutavé. Jistě, koncept adaptace postavy za účelem pobavení pro mě nebyl nic nového, ale Perry byl můj první případ takové postavy hrané v neskriptovaném prostředí. Nešlo o scénku, přestavení nebo showcase. Zkrátka jen jedl.

Myslím že i můj zájem o jeho postavu byl zpočátku částečně škodolibý, ne pouze motivovaný kuriozitou. Jsme učení určitým mravům a standardům. Nicholas Perry, spolu s jeho tvorbou, do nich nezapadl. Občas jsem se k němu vracela, někdy o dlouhých nocích, když jsem se zrovna potřebovala zbavit těžkých myšlenek a on byl ten perfektní vtíp na rozveselení. Pak jsem na něj na dlouhou dobu zapomněla. Jednou se mi v recommended objevilo video „mukbangers then vs now“, nebo tak nějak, a na thumbnailu byl Perry. Se zažehnanou zvědavostí jsem na něj klikla, a jeho obsah mě opět překvapil.

Mladý Nicholas Perry byl útlý vegan, hrál na housle, a vypadal šťastně. Z jeho projevu bylo pořád poznat, že se jedná o Perryho. Byl ale jiný. Nebyl melancholický, podrážděný a našťvaný. Nebyl antagonistický. Nebyl zajímavý. V porovnání s tím, co je teď, to byl úplně jiný člověk.

To byl moment, kdy jsem opravdu začala sledovat kariéru Nicholase Perryho. Ovšem už to nebylo s pocitem pobavení, lítosti, nebo opovržení, ale anticipace. Zůstal se mnou takový ošklivý strach, že jedno z těch nekonečných videí, oslavující konzumistickou kulturu rychlého občerstvení a cheap thrills popularity na internetu, bude jeho poslední.

Čím vulgárnější byl pro oči, tím byl oblíbenější. Čím více nezdravého jídla rval do svého pomalu se deformujícího těla, tím více se zvyšovaly jeho počty anonymních tváří hltající jeho tvorbu. Na

internetu obscénnost zaručuje sledovanost. Nevypadal jako že si to užívá. Ale pokračoval dál, stupňoval, nebyl k zastavení.

Začala jsem se více zajímat o mukbang jako o sociální prostředek, o para-sociální jevy v on- a off-line prostředí, o tvůrce obsahů stejně ovlivněné svou tvorbou a odezvou od svých sledujících, jako byli sledující ovlivněni tvůrcem.

Nechci Perryho příběh užívat pro vlastní motivaci, ani mu nechci pomoci. Nevím, jestli by si pomoci nechal a nemyslím si, že je na mém místě komukoliv takto pomáhat. Neznám ho. Myslím, že nikdo z jeho sledujících ho nezná. Místo toho se budu dál věnovat studiu online fenoménům, spojeným se základními lidskými sociálními instinkty, a budu potichu čekat na konec Perryho kariéry. Jediné, v co doufám, je že uvidím konec Nikocada Avocada a ne Nicholase Perryho.

## Zdroje:

1. TEO, Alan R. a Albert C. GAW. Hikikomori, a Japanese culture-bound syndrome of social withdrawal? A proposal for DSM-V. *The Journal of nervous and mental disease* [online]. 2010, **198**(6), 444-449 [cit. 2023-02-03]. ISSN 0022-3018. Dostupné z: <https://doi.org/10.1097/NMD.0b013e3181e086b1>
2. KATO, Takahiro A., Norman SARTORIUS a Naotaka SHINFUKU. Forced social isolation due to COVID -19 and consequent mental health problems: Lessons from hikikomori. *Psychiatry and Clinical Neurosciences* [online]. 2020, **74**(9), 506-507 [cit. 2023-02-03]. ISSN 1323-1316. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/pcn.13112>
3. Share of people who can be classified as hikikomori (social shut-ins) among people aged 40 to 64 in Japan in 2018 [Graph], Cabinet Office Japan, June 18, 2019. [Online]. Available: <https://www.statista.com/statistics/1047612/japan-share-of-hikikomori-among-the-middle-aged/>
4. CAROLAN, Michael S. *No One Eats Alone: Food as a Social Enterprise*. 1. Washington: Island Press, 2017. ISBN 9781610918046.
5. ALICE P. JULIER. *Eating Together: Food, Friendship and Inequality*. 1. Urbana: University of Illinois Press, 2013. ISBN 9780252037634.
6. KUBO, Yuta, Taiji NOGUCHI, Takahiro HAYASHI, Naoki TOMIYAMA, Akira OCHI a Hiroyuki HAYASHI. Eating alone and weight change in community-dwelling older adults during the coronavirus pandemic: A longitudinal study. *Nutrition* [online]. 2022, **102**(1), 1-6 [cit. 2023-02-03]. ISSN 08999007. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.nut.2022.111697>
7. HONG, Seok-Kyeong a Sojeong PARK. Internet Mukbang (Foodcasting) in South Korea. In: *Young & Creative. Digital Technologies Empowering Children in Everyday Life*. [online]. 1. Gothenburg: Nordicom, 2017, s. 111-123 [cit. 2023-02-03]. ISBN 978-91-87957-85-7. Dostupné z: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1535822/FULLTEXT01.pdf>
8. KANG, EunKyo, Jihye LEE, Kyae Hyung KIM a Young Ho YUN. The popularity of eating broadcast: Content analysis of “mukbang” YouTube videos, media coverage, and the health impact of “mukbang” on public. *Health Informatics Journal* [online]. 2020, **26**(3), 2237-2248 [cit. 2023-02-03]. ISSN 1460-4582. Dostupné z: doi:10.1177/1460458220901360
9. YEON, Kwanghun. Health threats of new social media trends: the effects of frequent mukbang watching on overweight and obesity. *Applied Economics Letters* [online]. 2022, 1-4 [cit. 2023-02-03]. ISSN 1350-4851. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/13504851.2022.2083063>