

# **Body image a sociální sítě z pohledu dospívajících**

Klára Kučerová

---

Bakalářská práce  
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta humanitních studií

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

Akademický rok: 2021/2022

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Klára Kučerová
Osobní číslo:	H19409
Studijní program:	B0111A190011 Sociální pedagogika
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Body image a sociální sítě z pohledu dospívajících

### Zásady pro vypracování

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.

Vymezení terminologie a teoretických východisek z oblasti vývojového období adolescence, body image a rizik sociálních sítí.

Příprava metodiky empirické části, zpracování projektu výzkumu a stanovení výzkumného problému.

Realizace kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření.

Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.

Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

DEUZE, Mark, 2015. Media life. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum. Studia nových médií. ISBN 978-80-246-2815-8.

FIALOVÁ, Ludmila a František David KRCH, 2012. Pojetí vlastního těla – zdraví, zdatnost, vzhled. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-2160-9.

CHRÁSKA, Miroslav, 2016. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5326-3.

KRCH, František David, 2005. Poruchy příjmu potravy. Praha: Grada, Psyché. ISBN 802470840X.

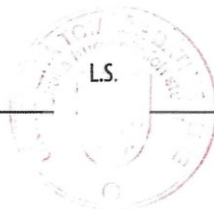
PAVLÍČEK, Antonín, 2010. Nová média a sociální sítě. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1742-1.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Eva Šalenová**  
Ústav pedagogických věd

Datum zadání bakalářské práce: **19. ledna 2022**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **29. dubna 2022**

---

**Mgr. Libor Marek, Ph.D.**  
děkan



**doc. Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 19. ledna 2022

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo - bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem citoval(a). V případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor.

Ve Zlíně 27.4.2022

*1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:*

*(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.*

*(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před*

konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, o písy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užíje -li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není -li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není -li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše, přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce se věnuje problematice sociálních sítí a jejich dopadu na sebepojetí dospívajících. Teoretická část je věnovaná pojmům, které souvisejí s tématem bakalářské práce – dospívající, body image a sociální sítě. Praktická část se věnuje výzkumnému problému, který je zkoumán kvantitativní metodou, za pomoci anonymního dotazníkového šetření. Cílem výzkumné činnosti je zjistit jakou úlohu sehrávají sociální sítě v životě dospívajících a jaký mají z jejich pohledu dopad na sebepojetí v kontextu body image.

Klíčová slova: body image, sociální sítě, dospívání, internet, sebevědomí, srovnávání, média

## **ABSTRACT**

The bachelor thesis deals with the issue of social networks and their impact on adolescent's self-concept. The theoretical part defines concepts related to the topic of the bachelor's thesis – adolescents, body image and social networks. The practical part is focused on the research, which is done by a quantitative form, through an anonymous questionnaire survey. The aim of the research is to find out what role social networks has in life of adolescents and what impact it has on their self-concept in the context of body image.

Keywords: body image, social networks, adolescence, internet, self-esteem, comparison, media

Děkuji paní Mgr. Evě Šalenové, za odborné vedení, ochotu a cenné rady, které mi při zpracování bakalářské práce poskytla. Dále děkuji respondentům výzkumu za jejich čas a spolupráci. V neposlední řadě chci poděkovat své rodině a přátelům, za podporu po celou dobu studia.

*„Feeling beautiful has nothing to do with what you look like, I promise.“*

Emma Watson

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 DOSPÍVAJÍCÍ</b> .....	<b>12</b>
1.1 VYMEZENÍ ADOLESCENCE .....	12
1.1.1 Raná adolescence .....	12
1.1.2 Pozdní adolescence .....	13
1.2 TĚLESNÁ PROMĚNA .....	14
1.3 EMOČNÍ VÝVOJ.....	15
1.4 VÝVOJ SEBEPOJETÍ .....	16
<b>2 BODY IMAGE</b> .....	<b>18</b>
2.1 POSTOJ K VLASTNÍMU TĚLU.....	18
2.2 IDEÁL TĚLESNÉHO VZHLEDU V MINULOSTI A SOUČASNOSTI .....	19
2.3 ROZDÍL MEZI VNÍMÁNÍM TĚLA U ŽEN A MUŽŮ .....	20
2.4 POTŘEBA A OSOBNÍ PŘITAŽLIVOST .....	21
2.5 VLIV MÉDIÍ NA BODY IMAGE .....	22
<b>3 SOCIÁLNÍ SÍŤE</b> .....	<b>23</b>
3.1 INTERNET .....	23
3.2 NOVÁ MÉDIA .....	23
3.3 SOCIÁLNÍ SÍŤE .....	24
3.3.1 Instagram.....	24
3.3.2 Facebook .....	24
3.3.3 Tiktok .....	25
3.3.4 Twitter.....	26
3.3.5 Snapchat .....	26
3.3.6 Youtube .....	26
3.3.7 Pinterest.....	27
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>28</b>
<b>4 DESIGN VÝKUMU</b> .....	<b>29</b>
4.1 VÝZKUMNÉ CÍLE .....	30
4.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	30
4.3 VÝZKUMNÝ SOUBOR .....	30
4.4 VÝZKUMNÁ TECHNIKA .....	31
4.5 ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ DAT.....	31
<b>5 ANALÝZA A INTERPRETACE DAT</b> .....	<b>33</b>
5.1 SHRnutí VÝSLEDKŮ .....	57
5.2 DOPORUČENÍ PRO PRAXI.....	59



5.3	DISKUZE.....	59
<b>ZÁVĚR</b> .....		<b>62</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....		<b>63</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK</b> .....		<b>67</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ</b> .....		<b>68</b>
<b>SEZNAM TABULEK</b> .....		<b>69</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....		<b>70</b>

## ÚVOD

Sociální sítě a jejich obsah stále více ovlivňují životy nás všech. Především ovlivňují dospívající, kteří mají volný přístup k sociálním sítím, na kterých tráví velkou část svého volného času. Často se stává, že na sociálních sítích není prezentován reálný obsah. Tento fakt může ovlivnit velkou část jedinců a především ty, kteří si v adolescenci prochází tělesnou změnou.

V tomto věku se tělesný vzhled stává významnou složkou identity jedince. Dochází k tomu, že se jedinci v adolescentním období porovnávají se svými vrstevníky a současným uznávaným ideálem krásy (Vágnerová, 2012, s. 375).

Tento ideál krásy spatřují většinou denně na sociálních sítích, a pokud se s tímto ideálem neshodují může to mít negativní dopad na jejich tělesné sebepojetí, sebevědomí nebo si utvoří nezdravý vztah ke svému vlastnímu tělu. Z toho důvodu je výzkum zaměřen na to, do jaké míry jsou dospívající ovlivněni sociálními sítěmi ve vztahu k vlastnímu tělu. Přesněji, hlavním výzkumným cílem této práce je zjistit, jakou úlohu sehrávají sociální sítě v životě dospívajících a jaký mají z jejich pohledu dopad na sebepojetí v kontextu body image.

Bakalářská práce se bude skládat se dvou částí, z části teoretické a praktické. Teoretická část bude rozdělena na tři části. V první kapitole se budeme zabývat obdobím dospívání, kapitola bude obsahovat vymezení tohoto období, tělesnou proměnou, kterou si jedinci v tomto období procházejí, emočním vývojem a vývojem sebepojetí dospívajících. Druhá kapitola bude zaměřena na tematiku body image. V této kapitole se budeme věnovat tomu, jaký mají jedinci postoj k vlastnímu tělu, dále jaký byl ideál tělesného vzhledu v minulosti a jaký je v současnosti. Také se zaměříme na vnímání rozdílu mezi tělesným sebepojetím mužů a žen a v neposlední řadě, jaký vliv mají média na body image. V kapitole třetí se budeme věnovat sociálním sítím, konkrétně jejich vývoji a tomu, co je to internet. Také se zaměříme na vymezení konkrétních sociálních sítí jako je Instagram, Facebook či Tiktok.

V praktické části bakalářské práce se budeme věnovat kvantitativnímu výzkumu, který byl pro získání dat zvolen. Budeme analyzovat získaná data dotazníkového šetření, které proběhlo online formou. Informace pro realizaci výzkumu zjišťujeme od žáků druhého stupně základních škol v Jihomoravském kraji.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 DOSPÍVAJÍCÍ

Při vymezení období dospívání se můžeme zabývat biologickým, psychickým a sociologickým pojetím. V biologickém smyslu lze dospívání chápat jako ohraničený proces, který začíná známkami prvotního pohlavního zrání a končí úplnou pohlavní zralostí. Z psychologického hlediska lze dospívání popsat jako vnímání nových pudových sklonů a zkoumání způsobu jejich uspokojování a řízení. Dále v psychologickém hledisku mluvíme o emoční labilitě a dochází k nastoupení vyspělé podobě myšlení. V sociologickém smyslu chápeme dospívání jako zařazení jedince do společnosti. Společnost klade různé nároky, které se týkají chování a výkonu jedince a tím se může měnit pojetí vlastní role a sebepojetí. Tyto změny, ke kterým během dospívání dochází, na sebe navzájem navazují a prolínají se (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 142).

## 1.1 Vymezení adolescence

Vágnerová (2012, s. 369) vymezuje adolescenci na dvě fáze, na ranou a pozdní adolescenci.

### 1.1.1 Raná adolescence

Ranou adolescenci můžeme označit jako pubescenci a trvá prvních pět let dospívání, tedy od jedenáctého do patnáctého roku. V tomto období dochází především k tzv. tělesnému dospívání, které je spjata s pohlavním dozríváním a je zároveň velice výrazné. S tímto dospíváním je také spjata změna sebepojetí a chování k okolí. V tomto období také dochází ke změně způsobu myšlení, adolescenti začínají přemýšlet abstraktně o věcech, které v reálném životě nenajdeme. S nástupem hormonálních změn nastupuje i větší emoční prožívání. Toto prožívání může být osobní i nepředpojaté a může mít dopad na současné hodnocení jedince. V období pubescence se jedinec začíná osamostatňovat od rodičů a jeho vrstevníci hrají v jeho životě hlavní roli, přátelství je v tomto období velice významné. Adolescenti se v tomto období snaží výrazně oddělit jak od dětí, tak i od dospělých. Usilují o tom prostřednictvím pomocí úpravy svého vzhledu, životním stylem, zájmy nebo kupříkladu hodnotami. Jednou z nejdůležitějších událostí v tomto období je ukončení povinné školní docházky, kdy následuje příprava na budoucího profesní zaměření. V tomto období je důležitá potřeba přijatelné pozice v životě. Je velmi neobvyklé, aby v období adolescence byl někdo přijímán nehledě na jeho chování. Jedinec se na postavení ve společnosti musí dopracovat, jinými slovy musí si ho něčím zasloužit. V dětství došlo k uspokojení potřeby jistoty ze strany rodiny. V období pubescence je to však naopak. Rodina by měla jedinci

začátkem adolescence dopřát svobodu a svobodně a nezávisle se rozhodovat. Tímto pocitem svobody se jedinec emancipuje a dochází k vývoji kompetencí. Prostřednictvím těchto kompetencí, raný adolescent prokazuje nejen sobě, ale i svému okolí, že nepotřebuje být závislý na ostatních v takové míře, jako tomu bylo v dětství (Vágnerová, 2012, s. 369-370).

### 1.1.2 Pozdní adolescence

Dle Vágnerové (2012, s. 370-371) je pozdní adolescence vnímána jako dalších pět let života jedince, který je od patnáctého do dvacátého roku života. Autorka uvádí, že začátkem etapy pozdní adolescence je biologicky dáno pohlavním dozráním, kdy u jedinců obvykle dochází k prvnímu pohlavnímu styku. V období pozdní adolescence dochází ke komplexnějším psychosociálním proměnám, u jedinců se mění jak jejich osobnost, tak i jejich role ve společnosti. Jedním ze zásadních bodů pozdní adolescence je ukončení profesní přípravy a následující nástup do zaměstnání nebo pokračování ve studiu, většinou na vysoké škole. S tímto rozhodnutím je spojována pozdější ekonomická nezávislost, a to z důvodu, že v naší společnosti je tato nezávislost vnímána jako znak dospělosti.

V druhé fázi adolescence se vztahy s rodiči upevňují a dochází k rozvoji partnerských vztahů. Toto období je také orientováno na vývoj vlastní identity, která se shoduje s představami jedince. Tento seberozvoj můžeme pozorovat v rámci vrstevnické skupiny, které je jedinec součástí (Erikson, 2002 cit. dle Vágnerová, 2012, s. 371).

Za významnou změnu v tomto období je považován aktivní přístup k seberealizaci a uvědomění si, že má jedinec kontrolu nad svým životem. U některých adolescentů dochází k uvědomění si, že běžný dospělý život považují za velmi obtížný. Z toho důvodu si mnoho adolescentů prodlužují období mezi adolescencí a dospělostí (Vágnerová, 2012, s. 371).

Erikson (1963, cit. dle Vágnerová, 2012, s. 371) toto stanovisko označuje jako adolescentní psychosociální moratorium. Moratorium je v tomto případě označení pro odklad rozhodnutí, které jedinec vyhodnotí jako příliš zavazující se.

Podle Říčana (1990, cit. dle Vágnerová, 2012, s. 371) je pozdní dospělost vnímána jako etapa volnosti při které mají jedinci svobodu a minimální zodpovědnost. A jedinci dospělost vnímají jako stereotypní život.

Jako smysl pozdní dospělosti autorka označuje jako období, kdy by jedinec měl poznat sám sebe, srovnal si své životní priority, osamostatnil se a zvolil si své životní cíle. Právě díky tomuto faktu dospívající pociťují tlak společnosti. Jako příklad autorka uvádí skupinu

vysokoškolských studentů, kteří díky své ekonomické nesamostatnosti a prodloužením profesní přípravy nejsou společností pokládáni za dospělé (Vágnerová, 2012, s. 372).

## 1.2 Tělesná proměna

Období rané adolescence je vnímán jako klíčový biologický mezník, kdy dochází ke změně dítěte v jedince schopného reprodukce. Počátek dospívání je určen geneticky a pozorujeme ho ve změně vzhledu a v rámci pocitů, které se k dospívání vztahují. (Gulotta et al., 2000; Santrock, 2012 cit dle Vágnerová, 2012, s. 139)

Tato proměna je chápána jako klíčový signál adolescence. Jelikož zevnějšek je nedílnou částí identity každého člověka, adolescenti tělesné změny velice silně prožívají. Tyto změny mohou mít na jedince negativní následky, pokud probíhají nevídaným způsobem, a to v podobě nízkého sebevědomí nebo pocitu ohrožení. Chápání tělesné proměny je individuální a odvíjí se od skutečnosti, co považuje jedinec za ideál zevnějšku, dále od jeho mentální vyspělosti a reakce okolí, jakým způsobem na tělesnou změnu jedince reagují. Reakce okolí spojené s tělesným dospíváním působí na sebepojetí adolescenta. Pokud má okolí na tělesnou změnu jedince převážně negativní ohlas, vyvolává to u něj pocit nejistoty a oslabí se jedincovo sebehodnocení. Otázkou tělesné proměny je také její načasování. Jestliže proměna nastane příliš brzy, může mít jedinec problém s jejím zvládnutím. Dřívější dospívání je více náročné pro dívky než chlapce. Je obecně známo, že dívky dospívají dříve než chlapci. Z toho důvodu jsou i změny zevnějšku dříve zřetelné u dívek než u chlapců. (Vágnerová, 2012, s. 140)

V rané adolescenci hraje u chlapců, v tělesné proměně, významnou roli růst a později vývoj svalů. Vysoký vrůst je obecně společensky lépe akceptovaný než vzrůst menší. Vysoká postava jedince může tvořit větší možnosti v sociálním postavení, a to z důvodu, že v adolescentním věku prestiž souvisí s fyzickým vzhledem. Výška jedince může hrát roli i v jeho sebevědomí a značí i pocit rovnosti s dospělými. Sekundární pohlavní znaky jsou u chlapců těžko pozorovatelné. Naopak u děvčat jsou tyto znaky výraznější a bývají vnímány jako znamení dospělosti. Dospívající, a převážně děvčata, se svým vzhledem velice zaobírají. Často se porovnávají se svými vrstevníky na základně standardu atraktivity, který je ve společnosti, ve které se pohybují populární. K akceptaci jedince jím samotný dochází postupně v průběhu adolescence. K úplnému přijetí sebe sama však dochází na konci adolescentního období, se kterým souvisí i sebevědomí jedince (Vágnerová a Lisá, 2021, s. 383-386).

### 1.3 Emoční vývoj

Pro začátek je důležité zmínit, že každý jedinec je jedinečný, a to co platí pro jednoho, tak nemusí platit pro druhého. V této podkapitole se zaměřujeme na emoce, pocity a prožívání u věkové skupiny adolescentů, kteří jsou různí. Problematikou se zabývají například autorky Vágnerová a Thorová.

V období dospívání ovlivňují jedince jejich mozkové oblasti a okruhy, které se vyvíjejí a mají vliv na vnímání jídla, lásky, pohlavního styku či návykových látek jako velice příjemných a uvolňujících (Sevy et al., 2006; Young et al., 2005; Wolkow et al., 2004 cit. dle Thorová, 2015, s. 430).

Podle Vágnerové a Lisé (2021, s. 398-401) je pro dospívání typické zvýšené prožívání věcí, událostí, uvědomění pocitů a jevů, nad kterými se jedinci zamýšlí. Také je charakteristická nechuť k odhalování svých emocí. Jedinci jsou uzavřenější, než byli v období školního věku. Své pocity se nesnaží dávat najevo, hlavně pokud jde o pocity ponížení či trapnosti. Velmi často se stává, že nemají ve svých pocitech jasno, jsou z nich zmatení a bojí se reakce od okolí. Podle autorky je dospívání v senzitivní fázi vývoje emoční regulace. Ta se formuje v určité sociální souvislosti. Emoční regulace je základem pro zachování vztahů s ostatními lidmi, hlavně se svými vrstevníky, kteří jedince ovlivňují jak pozitivně, tak i negativně. Například pro udržení vztahů s vrstevníky jsou jedinci popuzováni k určitým věcem, které mohou být na hranici s rizikovým chováním.

V častých intervalech se střídají pocity méněcennosti a nadšení. Také se objevuje zvýšená náladovost a projevování svých citů, které mohou být často ukvapené. Dospívající jedinci umí být přátelští, umí projevovat empatie, ale zároveň jsou citliví na kritiku a bojí se odlišnosti od ostatních. Je pro ně důležitý pocit volnosti a pocit, že se mají možnost vyjádřit se. Stěžejním bodem je komunikace, která může být náročná z pohledu rodičů. Občas je vyřčeno něco, co dospívající jedinci nepromyslí dopředu a může vzniknout konflikt mezi nimi a rodiči. Nedílnou součástí je v dnešní době komunikace přes sociální sítě. Na nich mohou adolescenti strávit i několik hodin denně (Thorová, 2015, s. 432).

Psychika dospívajících je snadno zranitelná, a proto se může stát, že mohou mít sklony k rizikovému chování a jednání, které mohou ovlivnit jejich budoucí život, a to zejména negativním způsobem. (Šterinberg et al., 2006 cit. dle Thorová, 2015, s. 430). Mezi rizikové chování spadá například experimentování s návykovými látkami, nechráněný pohlavní styk, poruchy příjmu potravy či riskantní řízení (Burnett et al., 2010 cit. dle Thorová, 2015, s. 430)

Podle autorů Coldera a Chassina patří mezi nejvíce používané návykové látky alkohol, drogy či léky. Požití alkoholu v tomto věku může přispívat k procesu začleňování a podpoření přátelských vazeb. Zároveň se adolescenti snaží poukázat na nezávislost na svých rodičích (Colder a Chassin, 1999 cit. dle Thorová, 2015, s. 431).

#### 1.4 Vývoj sebepojetí

Jedinci v této fázi života hledají odpovědi na existenční otázky, kterými jsou: kým jsem a jaký jsem, kam patřím, kam v životě mířím, nebo jaké jsou pro mě nejdůležitější životní hodnoty. Z toho důvodu se musí seznámit se svými schopnostmi a přijmou svou jedinečnost a některé své nedokonalosti. Přijmout své nedokonalosti bývá velice namáhavé, zvláště v tomto období. Zvláště je složité přijmout nedostatky, pokud se jedná o jedince s nějakým typem handicapu nebo zdravotního postižení. Jedinec v tomto období tedy hledá svou vlastní identitu, hledá sám sebe (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 160).

Erikson (1968, cit. dle Macek, 2003, s. 62) pokládá pochopení postoje k sobě samému a hledání své identity za neodmyslitelný vývojový úkol období dospívání.

V období adolescence je zvláště významné hodnocení vlastního vzhledu. V tomto období na něj dospívající začínají více brát ohled a zkoumat ho více než doposud. Obecně jedinci, kteří mají nižší sebevědomí jsou k sobě kritičtější. Pozorují na sobě ty nejdrobnější a různorodé odchylky či vady. Může je například trápit moc velký či malý nos, pihy na obličeji či rovné nebo naopak kudrnaté vlasy. Z důvodu těchto vad a odchylek, které u sebe pozorují se trápí. U některých jedinců mohou tyto nedokonalosti vést až k bludnému charakteru dysmorfofobie (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 160-161).

Fisher a Škoda (2014, s. 139-140) dysmorfofobii definují jako obsedantně-kompulzivní poruchu, která se zakládá na domněnkách nedostatků vlastního těla. Poruchu můžeme také označit jako patologickou posedlost vlastním vzhledem a péčí o své tělo. Porucha byla poprvé definovaná, roku 1891, italským psychiatrem Enricem Morsellim. Dysmorfofobie bývá často kategorizovaná k sociální fóbii, strachu z negativního hodnocení či vyhýbavému chování. Také je spojována s poruchami příjmu potravy. Od mentální anorexie se však tato porucha liší tím, že jsou jedinci nespokojeni s určitou částí svého těla. V případě mentální anorexie jsou jedinci, trpící touto poruchou, nespokojeni s celým svým tělem. Dysmorfofobici bývají především nespokojeni s jejich pokožkou, dále údajnými defekty na hlavě či obličeji. U této poruchy se nespokojenost s částmi těla liší podle genderu. Ženy jsou převážně nespokojeny s velikostí a tvarem prsou, dále s partiemi boků, tvarem a délkou



dolních končetin. Muži jsou většinou nepokojeni s vlasovým porostem, zevním genitálem, tělesnou výškou nebo tělesným ochlupením. Pokud jedinec touto poruchou trpí, začala se u něj obvykle vyvíjet právě v období dospívání. Péče o vlastní tělo začíná postupně narušovat sociální a profesní život jedince, což může vést k sociální izolaci. Dysmorfofobici často vyhledávají chirurgické a dermatologické odborníky, aby je jejich defektů zbavili. Typické pro tuto poruchu je maskování svých subjektivně vnímaných nedokonalostí. Muži kupříkladu nosí neustále čepice z důvodu, že se cítí nejisti svým vlasovým porostem. Ženy, které jsou přesvědčeny, že mají nedokonalosti na obličeji, řeší tento problém velikým množstvím líčidel. Dále ženy, které jsou nespokojeny se svými dolními končetinami, by se nikdy neoblékly šaty či sukni.

S tématem dysmorfofobie souvisí i bigorexie, což je typ dysmorfofobie. Osoby trpící touto poruchou vnímají své tělo jako slabé a málo svalnaté. Tento problém jedinci řeší nadměrným cvičením, užíváním doplňků stravy nebo dokonce i steroidů. Jedinci trpící bigorexií nadměrně kontrolují své tělo se snahou docílit ideálního zevnějšku. Tento typ dysmorfofobie je typický více pro muže než ženy. Jedinci trpící touto poruchou jsou schopni s daným cílem dodržovat pravidelné tréninky a stravování zcela změnit své životní priority. (Fischer a Škoda, 2014, s.140-141)

Podle Langmeiera a Krejčířové (2006, s. 161) dospívající kolem 15.-16. roku začínají mít sklon k tomu, aby posuzovali sebe sama v závislosti na reakcích druhých a podle toho, co si podle jejich uvážení o nich ostatní, zejména vrstevníci, myslí. Tato forma sebehodnocení je však založena na kognitivní zralosti každého jedince a její rozvoj je závislý na formálních operacích. Kritický pohled jedinců na sebe sama je významnou podmínkou k vysvětlení svých vlastních osobnostních charakteristik, dále je významný i pro jedincovo budoucí zastoupení ve společnosti. Jedinec se v období dospívání snaží o individualizaci, a aby byla úspěšná, musí dosáhnout psychické diferenciaci a psychické nezávislosti. Psychická diferenciacie je vnímána jako uvědomění jedince odlišnosti od ostatních, tedy od rodičů i vrstevníků a jedinec přijímá fakt, že je za sebe odpovědný. Psychická nezávislost lze definovat jako způsobilost vnímat sebe jako jedince, který je schopen za sebe rozhodovat nezávisle na ostatních.

## 2 BODY IMAGE

Vědci, v roce 1950 označovali termínem „body image“ několik aspektů, například vnímání přitažlivosti vlastního těla nebo samotné vnímání vlastního těla (Fischer, 1990 cit. dle Grogan, 2000, s. 11).

Grogan (2000, s. 11) uvádí, že „body image je způsob, jakým člověk přemýšlí o svém těle, jak ho vnímá a cítí.“

Fialová a Krch (2012, s. 39) uvádí, že termín „Body image“, v současnosti označuje obraz vlastního těla, vychází ze spojení vztahu těla a duše, kde dochází ke střetu lidského přání a jejich možnosti. Při hodnocení vlastního těla je důležité přihlížet na názory společnosti, a nejen na prožitky a požadavky jedinců. Jedinci hodnotí svá těla porovnáváním se s ostatními. Porovnávání probíhá díky současným stereotypům a ideálům krásy, velice k tomu přispívá i různá medializace těchto ideálů. Tato medializace má dopad na vědomí jedince. Jedinec, se začne věnovat svému tělu a přetvářet ho, což zprvu činí zdravým způsobem. Později ale péče o své tělo může vést k nezdravé posednosti. Například od zdravého stravování může člověk přejít k nadměrným dietám, dále od používání doplňků stravy ke konzumování hormonálních steroidů nebo také od přetváření těla pouhým cvičením k nadměrným chirurgickým zákrokům.

Když hovoříme o body image neboli lidském sebezpojetí, jeho předmětem bylo vždy lidské tělo. Zároveň bylo vždy i předmětem sociálního a kulturního prostředí. Během let však dochází k přetvoření názoru na lidské tělo, jeho zevnějšku a jeho celkového hodnocení. V průběhu času se tyto normy a hodnoty, které udává společnost, mění, a to ovlivňuje naše celkové sebezpojetí. Na percepci a posudek našeho těla mají vliv naše vlastní zkušenosti a prožívání, v nemalé řadě ale také sociální faktory, mezi které patří kulturní prostředí a nároky na vzhled těla z pohledu společnosti (Fialová a Krch, 2012, s. 28-29).

Chápání a prožívání těla je psychologický jev, který je z velké většiny ovlivněn sociálními okolnostmi. Abychom tomuto jevu porozuměli musíme brát také ohled na kulturní pozadí, z něhož jedinec pochází a ve kterém se v současné době nachází (Grogan, 2000, s. 12).

### 2.1 Postoj k vlastnímu tělu

Postoj k vlastnímu tělu vzniká díky třem dimenzím – kognitivní, emocionální a činnostně regulativní. Dimenze kognitivní znamená poznání vlastního těla, tedy vzhled, tvar nebo složení. U dimenze emocionální se jedná o vyhodnocení vlastního těla, zde se jedná o

uvědomění si nespokojenosti s konkrétními částmi těla nebo svou fyzickou formou. Do činnostně regulativní dimenze řadíme behaviorální charakteristiky jako jsou životní styl, stravovací návyky nebo vztah ke sportu. Za výchozí komponenty tělesného sebepojetí je považován vzhled, zdatnost a zdraví. Za vzhled se považuje, zda splňujeme současné ideály krásy, zda vyhovujeme požadavkům protějšího pohlaví nebo za shodu s vrstevníky. Zdatnost je vnímána jako účelovost a efektivita těla. V neposlední řadě, zdraví je vnímáno po stránce psychické a fyzické a vjem spokojenosti se svým tělem. Původ informací o chápání vlastního těla rozlišujeme na vnitřní a vnější. Mezi vnitřní vnímání řadíme proprioreceptory, pocit spojený s tělesnou funkcí nebo obyčejný pohled do zrcadla. Mezi vnímání vnější řadíme poznatky, které přijímáme od našeho okolí, tedy od rodiny, vrstevníků nebo autorit (Fialová a Krch, 2012, s. 29-30).

V současnosti nám média představují vzory krásy, jejichž tělesným proporcím se snažíme přiblížit. V častých případech se stává, že jedinec své tělo posuzujeme velice kriticky, i přes fakt, že okolí naši osobu vnímá pozitivně. Tento fakt je převážně charakteristický pro ženské pohlaví. Spoustou výzkumů bylo dokázáno, že ženy mají zkreslenou představu o vlastním těle, ale těla ostatních žen vidí realisticky. Toto hodnocení vzniká na základně odlišností mezi ideální postavou a dojmem o vlastním těle. (Fialová, 2006, s. 49)

## 2.2 Ideál tělesného vzhledu v minulosti a současnosti

Pojetí krásy se již odedávna usměřovalo kulturními trendy daného období. V antickém Řecku byl za pojetí krásy vnímán vnější vzhled člověka i jeho povahové rysy. U mužů v tomto období bylo za tělesný ideál považováno svalnaté tělo a u žen zaoblené tělesné křivky. V antice se u Římanů za ideál krásy považovala štíhlá postava, obezita byla pro ně vnímána velice negativně. V gotice byla tělesným ideálem krásy postava Ježíše Krista, která je štíhlá z důvodu pokory a trápení. Období renesance je známo jako navrácení se k antice a k jejím ideálům. U muže je tedy opět zdůrazněna jeho svalnatost a u žen jsou to zaoblené tělesné křivky. V období baroka můžeme u mužského pohlaví opět zaregistrovat svalnatou postavu. U pohlaví ženského pozorujeme kladení důrazu části těla sloužící k reprodukční funkci. Tedy v břišní a pánevní oblasti je kladen důraz na plnost a zaoblenost a je zohledněno množství podkožního tuku. V klasicismu se pohled na ženské tělo lišil. V první polovině 19. století byla ideálem žena jemná a křehká a u těchto žen byl projevován obdiv krásným obličejům. Avšak v polovině 19. století byl ideálem krásy ženského těla pravý opak. Byly oslavovány ženy plnějších tvarů, převážně v partiích prsou a boků. Na konci 19. století byla

u žen preferována postava plnějších tvarů, byl to symbol fyzického zdraví. Ve 20. století, před 1. světovou válkou bylo za ženský ideál krásy považováno spojení obou tělesných ideálů ze století devatenáctého. Klad se důraz na štíhlé rysy, prsa a boky. Po 1. světové válce se začal klást důraz na ploché rysy u žen, než tomu bylo dříve. V tomto období mohli lidé již sledovat média, kde se často objevovali určité typy postav, které mohly být vnímány za vzory krásy. V 50. letech můžeme poprvé sledovat skutečnost, že se za ideál tělesné krásy považují slavné osobnosti, v tomto případě Marilyn Monroe. Jedním z důvodů je rozšíření hollywoodských filmů. Díky Marilyn Monroe, ženy toužily po štíhlých bocích a výrazném poprsím. S šedesátými léty dvacátého století je spojován nárůst poruch příjmu potravy, především o anorexii a bulimii, u ženského pohlaví. Za důvod tohoto nárůstu poruch příjmu potravy se považuje to, že tehdejším tělesným ideálem krásy byla anglická modelka přezdívaná Twiggy. Další příčinou byla popularizace francouzských bikin (Fialová, 2006, s. 22-25).

V letech osmdesátých se za vzor tělesné krásy považují supermodelky. Tedy postavy vysoké, štíhlé a vysportované. Velikým vzorem tohoto desetiletí byla supermodelka Cindy Crawford. V 90. letech byla za vzor považována modelka Kate Moss, která se definovala jako velice hubená a bledá (Samuely, 2021).

V současnosti se uvádí, jako standardem krásy moderní ženy, Kim Kardashian. Od dnešních že se očekává, že budou hubené, však ne příliš. Budou mít velká poprsí a velká pozadí, přitom však budou mít ploché břicho. Z tohoto důvodu ženy stále častěji vyhledávají plastickou chirurgii, aby dosáhly současného a společensky preferovaného ideálu krásy (Van Edwards, 2022).

Sociální sítě mají velký vliv na nahlížení na dnešní standardy krásy. Převážně na adolescentní jedince mohou mít negativní vliv v představě o zdravém lidském těle. Avšak díky sociálním sítím se začaly akceptovat obvyklé typy těla, a nejen těla modelů či modelek (Howard, 2018).

### **2.3 Rozdíl mezi vnímáním těla u žen a mužů**

Ve vnímání vlastního těla pozorujeme velké rozdíly mezi ženským a mužským pohlavím. U pohlaví mužského pozorujeme menší připomínky k jejich tělu než u pohlaví ženského. Přesto muži nejvíce na svých tělech kritizují malý rozsah ramen a hrudníku a obecněji jako jejich problémovou partii pozorují horní část těla. Ženy naopak vidí kriticky dolní část těla, přesněji boky, stehna a lýtka. Velkou míru spokojenosti může pozorovat také v souvislosti

se sportovní aktivitou jedinců. Jedinci, kteří se věnují aktivně sportu jsou se svým tělem více spokojeni než jedinci, kteří se sportu nevěnují v takové míře. Nejen, že jsou aktivní jedinci více spokojeni se svými tělesnými proporcemi, ale jsou i více sebevědomější a jejich zdravotní stav je lepší v porovnání s neaktivními jedinci. Rozdíly také pozorujeme v souvislosti s věkem jedinců. V dětském věku se jedinci soustředí převážně na soutěživost a porovnávají svou formu s vrstevníky. Naopak v adolescentním období je středem jejich zájmu přitažlivost a pocit zalíbit se opačnému pohlaví. V tomto období se začínají jedinci více zaměřovat na péči o svá těla. S nástupem věku dále nabývá význam mimo jiné na péči o zdraví. Jako další rozdíl, který má dopad na tělesné sebepojetí můžeme uvést vzdělání. Předpokládá se, že více vzdělaní lidé mají větší přístup ke kvalitním informacím než méně vzdělaní jedinci. Stejnou roli ve vnímání vlastního těla může mít i sociální vrstva, ke které jedinec patří. Například poruchy příjmu potravy, které souvisí s tělesným sebepojetím jsou typické převážně pro vyšší vrstvu, v chudých a rozvojových zemích jsou velice netypické (Fialová a Krch, 2012, s. 33-34).

## 2.4 Potřeba a osobní přitažlivost

Společnost dnešního světa pokládá image člověka za nenahraditelnou součást jeho životního stylu. To, jaký vztah má jedinec k vlastnímu tělu se odráží od společenské vrstvy, pohlaví, věku nebo životního stylu. Můžeme hovořit o tom, že vzhled je jedním ze základních symbolů sociálního vnímání. Protože být atraktivním je v současnosti jednou z hlavních nutností společnosti a zároveň, cítit se atraktivní patří k významné součásti sebevědomí. Proto, je nevyhnutelné, aby se jedinec cítil ve svém těle dobře a vnímal se takový jaký je a aby ho tímto způsobem také vnímali druzí. K tomu, aby jedinci docílili zlepšení tělesného sebepojetí musí učinit změnu v tom, jakým způsobem uvažují, vnímají a chovají se ke zdraví a kráse. Zprvu musí dojít ke změně ve vnímání a posuzování svého já a následně může jedinec měnit své tělo. Touto postupnou změnou můžeme předejít fyzickým i mentálním poruchám ve zdraví jedince. Jedinci, kteří se často srovnávají s tím, co považují za ideál krásy a s tímto ideálem se neztotožňují o sobě vytvářejí negativní mínění. Nedokonalosti, které na sobě pozorují a které se neshodují s tímto ideálem si vynahrazují iluzí o tom, jak by chtěli vypadat. Když však dojde ke střetu s realitou u jedinců tento střet vyvolává nepříjemné pocity či deprese. Iluze o tom, jak by jedinci chtěli vypadat mohou mít však i pozitivní vlastnosti. Tyto iluze mohou sloužit jako motivace k aktivním změnám na sebe sama (Fialová a Krch, 2012, s. 35-36).

## 2.5 Vliv médií na body image

První zmínku největšího vlivu medií na body image jedinců pozorujeme v první polovině devadesátých let. Převážně pozorujeme prezentování štíhlých, vysokých modelek. Tato prezentace představuje vzory velice štíhlých modelek mladým ženám. Uvádí se také, že toto překládání má velký vliv na vznik poruch příjmu potravy právě u mladých žen. Muži se naopak porovnávají s modely vysportovaných mužských těl, která jsou v mediích k vidění (Grogan, 2000, s. 99).

Psychologové tvrdí, že média ovlivňují tělesné hodnocení mužů a žen, a to z důvodu, protože prostřednictvím médií se k jedincům dostává ve většině případech nereálná představa o lidských postavách. Tyto nereálné obrazy mají následně negativní dopad na jedincův pohled na vlastní postavu (Grogan, 2000, s. 88). Furnham a Graves (1994, cit. dle Grogan, 2000, s. 88) uvádějí, že nedosažení daného standardu krásy vede ke kritice sebe sama, nízkému sebevědomí nebo dokonce k výčitkám svědomí. Tento fakt má větší vliv na ženské pohlaví než to mužské. Je to zapříčiněno tím, že společnost klade na ženy větší požadavky, aby docílily právě preferovanému ideálu krásy.

Heinberg a Thompson (1992, cit. dle Grogan, 2000, s. 93) prováděli výzkum, ve kterém zjišťovali, relativní referenční skupiny ve vztahu k vlastnímu tělu. Ženy a muži měli za úkol seřadit šest různých skupin podle důležitosti. Výsledky žen a mužů se shodovaly. Jako nejvýznamnější skupinu vybrali respondenti přátele, celebrity, spolužáky a studenty a jako poslední označili občany USA a rodinu. Ženy, které trpí libovolnou poruchou příjmu potravy se nejvíce porovnávaly s celebritami. Z tohoto důvodu Heiberg a Thompson došli k závěru, že postavy, které jsou prezentovány médii mají větší dopad na sebehodnocení postav žen s určitým poškozením vnímání vlastního těla.

### 3 SOCIÁLNÍ SÍŤE

Pokud chceme hovořit o tématu sociálních sítí, musíme se napřed seznámit s termínem internet, který je se sociálními sítěmi neoddělitelně spojen.

#### 3.1 Internet

Internet se poprvé objevuje v šedesátých letech minulého století jako armádní komunikační systém a později byl rozšířen do amerického univerzitního prostředí. Následně byl v roce 1989 vytvořen World Wide Web, který se v současnosti používá k tvoření webových stránek a ke spojení v kyberprostoru. V návaznosti na to vznikly prohlížeče jako Internet Explorer a další vyhledávače jako je Google. Následoval vznik komunikačních nástrojů, které se dělí na synchronní komunikaci a asynchronní komunikaci. Synchronní komunikace může být verbální či neverbální, patří sem chat nebo Skype. Asynchronní komunikace je vždy v textové podobě, sem patří například diskusní fóra (Giles, 2010, s. 143).

#### 3.2 Nová média

Pojmy nová média, digitální média nebo masmédia jsou pojmy které souvisejí s pojmem média. Pojem média je slovo původem latinské, které označovalo střed, prostředníka či zprostředkovatele. Z toho důvodu se s tímto pojmem setkáváme ve velké většině oborů. Například v oborech s výpočetní technikou, v sociálních vědách, v přírodovědných oborech nebo dokonce i ve vědách okultních. Co mají, ale tyto vědy společné je fakt, že jsou v nich média chápány jako předměty sdílení a komunikace. V každodenním životě se s těmito prostředky setkáváme v podobě sdělovacích prostředků masové formy (Pavlíček, 2010, s. 7).

Rozdíl mezi „starými“ a „novými“ médii pozorujeme ve zpracování dat. Stará média, která jsou typická pro společnost 80. let 20. století jsou založena na analogovém záznamu. Naopak nová média jsou založena na digitálním zpracování dat. K zásadnímu masovému rozšíření digitálních médií a digitálních technologií došlo na konci 70. let minulého století díky vzniku mikroprocesorového počítače. Později došlo ke zřízení počítačových sítí jen pro univerzity a dále pro širokou veřejnost. Velkou roli v rozšíření těchto technologií bylo v oblasti obchodu, výroby, dopravy a kulturním průmyslu. Vývojem a rozšířením internetu se digitální technologie a média staly součástí každodenního života jedinců (Pavlíček, 2010, s. 14).

Podle Pavlíčka (2010, s. 47-48) se nová media neustále vyvíjejí, proto je jejich výčet neustále měnící. Autor sám rozlišuje nová média na internetové aplikace nových médií, počítačové

aplikace, tedy software, dále na masmediální aplikace, mobilní aplikace a ostatní hardwarové aplikace.

### 3.3 Sociální sítě

Sociální síť je podle sociologie termín, který označuje sjednocenou skupinu lidí, kteří na sebe vzájemně působí. Sociální síť se utváří na principu vzájemných zájmů, rodinných vazeb nebo jiných příčin (Pavlíček, 2010, s. 125).

Sociální sítě v rámci virtuálního světa mají však zcela jiný význam. Sociální sítě označují online platformu, na které si v rámci registrace jedinec vytvoří uživatelský profil a prostřednictvím tohoto profilu platformu používají. Sociální sítě slouží ke komunikaci, sdílení informací, fotografií či videí s jinými uživateli, používající platformu sociálních sítí (Internetembezpečně, 2019).

#### 3.3.1 Instagram

Sociální síť Instagram je v současné době považován za jednu z nejpobulárnějších sociálních sítí na světě (Agionet, 2021). Tato platforma vznikla v říjnu roku 2010 a založili ji Kevin Systrom a Mike Krieger. V den spuštění měl Instagram již 25 000 uživatelů, o pouhé tři měsíce později, v prosinci roku 2010, měl Instagram již uživatelů milion. Sociální síť nabrala ve velkém na popularitě, z toho důvodu ji společnost Facebook odkoupit za 1 miliardu amerických dolarů (Wise, 2022).

Instagram je sociální síť, která uživatelům dovoluje sdílet fotografie. V rámci sociální sítě existuje funkce Instagram stories, tyto tzv. příběhy, ve formě fotografií a videí, jsou dostupné pro sledující instagramového účtu uživatele. Instagram stories jsou veřejné pouze po dobu 24 hodin (Bernazzani, 2021).

Podle Perriga (2021), Instagram způsobuje, že si dívky vypěstují negativní vztah ke svému tělesnému obrazu. Průzkum časopisu Journal z března roku 2020 uvedl, že 32 % adolescentních dívek se kvůli svému tělu cítí špatně a Instagram tento pocit, ještě zhoršuje.

V současné době, sociální síť Instagram používá 1 478 000 000 uživatelů (Statista, 2022).

#### 3.3.2 Facebook

Jedná se o nejnámější, nejpobulárnější a nejrozšířenější sociální síť na světě. (Agionet, 2021). Facebook je sociální sítí, která uživatelům dovoluje sdílet fotografie nebo videa, psát komentáře, chatovat mezi sebou či sdílet nejnovější události, které se ve světě



staly. Sdílený obsah na Facebooku může být veřejně přístupný pro jakéhokoliv uživatele Facebooku na světě nebo jen pro určitou skupinu přátel či rodiny nebo jen mezi dvěma jedinci. Facebook byl založen Markem Zuckbergem v roce 2004 spolu s Edwardem Saverinem. Jednalo se o univerzitní sociální síť Harvardské univerzity. Teprve až v roce 2006 byl Facebook dostupný všem lidem starším třinácti let. Facebook se stal ihned velice populární a překonal tehdejší nejpopulárnější sociální síť světa, MySpace (Nations, 2021).

Pavliček (2010, s.153) uvádí, že MySpace byla populární internetová sociální síť prvního desetiletí dvacátého prvního století. Sociální síť se snažila „spojit veškeré kulturní dění mezi lidmi v reálném čase“. Autor uvádí, že dle funkce se sociální síť MySpace podobal Facebooku, s výjimkou toho, že zprostředkoval poslouchání hudby a tvorbu hudebních playlistů.

V České republice dnes již není Facebook u mladé generace tak populární, jako byl v minulosti. Na Facebooku najdeme spíše uživatele starší generace. Z průzkumu Ami Digital Index vyplývá, že 36 % Čechů je ve věkovém rozmezí 45 až 60 let a 33 % starší než 60 let (ČTK, 2021).

Facebook k lednu roku 2022 využívá 2 910 000 000 aktivních uživatelů (Statista, 2022).

### 3.3.3 Tiktok

Tiktok je populární sociální síť, určená především pro mobilní telefony, která vznikla v srpnu 2018. Stalo se tak po změně ze staré verze sociální sítě Musical.ly, kdy Musical.ly převzala čínská společnost ByteDance a z aplikace se stala sociální síť Tiktok. V říjnu stejného roku se jednalo o nejvíce stahovanou aplikaci v oblasti fotografií a videí v aplikaci Apple store na světě. Tiktok je nejvíce oblíbený ve Spojených státech Amerických (Geysler, 2022).

Sociální síť slouží pro natáčení a sdílení krátkých videí. Nejvíce videí, která na platformě nalezneme jsou videa, kde jedinci tančí nebo synchronizují rty na hudbu. Můžeme zde ale nalézt videa dalších žánrů jako například komediální či videa o tvoření. Videa tzv. „tiktoky“ mohou být dlouhé až 15 sekund nebo jednu minutu. Nedávno Tiktok přidal funkci, kdy prodloužil časový limit videí na 3 minuty. Uživatel si tedy může vybrat, zda jeho video bude dlouhé 15 sekund, 60 sekund či 3 minuty (Tillman, 2021).

V České republice se o Tiktoku hovoří jako nejrychleji rostoucí sociální síti (ČTK, 2021). Je datováno, že k lednu 2022 má Tiktok 1 000 000 000 uživatelů (Statista, 2022).

### 3.3.4 Twitter

Twitter je zpravodajská a sociální síť, kde lidé komunikují prostřednictvím krátkých zpráv tzv. tweety. Tweetování je zveřejňování krátkých statusů, viditelné pro uživatele, kteří dotyčného jedince sledují (Gil, 2021).

Jelikož se jedná o mikrobloggerovací typ sociální sítě, uživatel, který chce napsat svůj tweet je omezen pouze na 140 znaků. Twitter byl založen roku 2006 Jackem Dorseyem. Jako inspirací pro vznik sociální sítě Twitter byla komunikace v malé skupině prostřednictvím stručných zpráv. Tyto zprávy neměly být nijak zvlášť komplikované či důležité (Pavlíček, 2010, s.145).

Uživatelů Twitteru se k lednu 2022 datuje 436 000 000 (Statista, 2022).

### 3.3.5 Snapchat

Snapchat sociální síť, která je určena pouze pro mobilní zařízení, nelze ji používat na počítači (Moreau, 2020).

Základní myšlenkou sociální sítě je, že jakýkoli obrázek, video nebo zpráva které uživatel odešle je příjemci dostupná jen na krátkou dobu. Tento prozatímní typ zpráv byl navržen za účelem, aby docházelo k rychlejší komunikaci (Tillman, 2022).

Uživatelé platformy tedy mohou se svými přáteli komunikovat prostřednictvím posílání fotografií nebo krátkých videí o délce až 10 sekund. Snapchat nabízí další funkce jako jsou textové chaty a videohovory. V porovnání s jinými sociálními sítěmi jako například Facebook, Snapchat změnil způsob, jakým mezi sebou jedinci komunikují. Snapchat využívají především adolescenti a mladí dospělí (Moreau, 2020).

Podle stránky (Statista, 2022) využívá sociální síť Snapchat 557 000 000 uživatelů.

### 3.3.6 Youtube

Youtube je sociální síť, která slouží pro sledování videí. Na sociální síti najdeme dva typy uživatelů. Jedním z nich jsou tvůrci videí, kteří sdílejí videa na své kanály a druhým typem jsou diváci těchto videí. Video může sledovat či sdílet každý, kdo má přístup k zařízením s internetovým připojením. YouTube je dostupný téměř ve všech zemích světa a ve více než padesáti jazycích. Pro používání platformy Youtube je potřeba mít založený Google účet, a to z důvodu, že sociální síť vlastní společnost Google. Přestože je sociální síť určena všem věkovým kategoriím, zejména populární je u mladší generace. Většina mladých lidí

v současnosti preferuje YouTube před televizí. Mnoho z nich Youtube používají pro zábavní účely, pro vzdělávání či například pro sledování hudebních videoklipů (Moreau, 2020).

V současnosti, sociální síť Youtube používá 2 562 000 000 uživatelů (Statista, 2022).

### **3.3.7 Pinterest**

Pinterest je sociální síť, kde mohou uživatelé sdílet obrázky či fotografie čehokoli, co je zajímá. Mohou si také obrázky ukládat na svůj profil do virtuálních nástěnek. Mohou také sledovat ostatní uživatele a procházet jejich nástěnky. K interakci uživatelů sociální sítě dochází ve formě vzájemného sledování či komentování obrázků. (Moreau, 2020).

Sociální síť Pinterest používá v současné době 444 000 000 uživatelů (Statista, 2022).

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 DESIGN VÝKUMU

V praktické části se snažíme zkoumat, jakou úlohu sehrávají sociální sítě v životě dospívajících a jaký mají z jejich pohledu dopad na sebepojetí v kontextu body image.

Předmětem sociálního a kulturního prostředí vždy bylo lidské tělo. Během let však dochází k přetvoření názoru na lidské tělo, jeho zevnějšku a jeho celkového hodnocení. V průběhu času se tyto normy a hodnoty, které udává společnost, mění, a to ovlivňuje naše celkové sebepojetí (Fialová a Krch, 2012, s. 28).

Ve výzkumu se zaměřujeme na věkovou skupinu rané adolescence, přesněji žáku druhého stupně základních škol. V tomto věku se tělesný vzhled stává významnou složkou identity jedince. Dochází k tomu, že se jedinci v adolescentním období porovnávají se svými vrstevníky a současným uznávaným ideálem krásy (Vágnerová, 2012, s. 375).

V článku Any Sandouiu (2018), která zmiňuje studii kanadské docentky Jennifer Mills, která působí na Univerzitě York v kanadském Torontu a studentky doktorského studia klinické psychologie Jocqueline Hoguea ze které vyplývá, že ovlivňování atraktivnějšími osobami na sociálních sítích má negativní vliv na vnímání vlastního těla.

Mladí dospívající v tomto období hledají odpovědi na spoustu základních otázek, mezi které patří například kdo jsem, kam patřím či jaké hodnoty jsou ty nejdůležitější. Velmi důležité je pro člověka, na počátku tohoto období, hodnocení vlastního vzhledu. Dítě si začíná uvědomovat a zkoumat svůj zevnějšek. Ten se pro něj stává důležitým. Obzvláště pro děti s celkově nízkým sebehodnocením, kteří nacházejí nejrůznější odchylky a drobné vady, které zveličují a poměrně dost je trápí. Nespokojenost s vlastním tělem, a tím i zároveň vzhledem, může nabývat až bludného charakteru tzv. dysmorfofobie. Snaha docílit dokonalého vnímání těla je v extrémních případech spojeno s patologickým odmítáním stravy a cíleným hubnutím. To může vést k poruchám příjmu potravy jako je například anorexie, která ve fatálních případech může vést i ke smrti (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 160-161).

## 4.1 Výzkumné cíle

Hlavním výzkumným cílem je **zjistit, jakou úlohu sehrávají sociální sítě v životě dospívajících a jaký mají z jejich pohledu dopad na sebepojetí v kontextu body image.**

Dílčí výzkumné cíle:

1. Zjistit, které sociální sítě dospívající využívají nejčastěji.
2. Zjistit, vliv obsahu sociálních sítí na psychiku a sebepojetí dospívajícího.
3. Zjistit, vliv obsahu sociálních sítí na aktivní změnu vzhledu dospívajícího.
4. Zjistit, jak důležitý je pro respondenty názor okolí na jejich vzhled.

## 4.2 Výzkumné otázky

Hlavní výzkumnou otázkou je, **jakou úlohu sehrávají sociální sítě v životě dospívajících a jaký mají z jejich pohledu dopad na sebepojetí v kontextu body image?**

Dílčí výzkumné otázky:

1. Které sociální sítě dospívající využívají nejčastěji?
2. Jaký vliv má obsah sociálních sítí na psychiku a sebepojetí dospívajícího?
3. Jaký vliv má obsah sociálních sítí na aktivní změnu vzhledu dospívajícího?
4. Jak důležitý je pro respondenty názor okolí na jejich vzhled?

## 4.3 Výzkumný soubor

Základní soubor tvoří dospívající ve věku od 11 do 15 let, kteří navštěvují druhý stupeň základních škol v Jihomoravském kraji. Kraj Jihomoravský byl vybrán náhodným výběrem.

V uplynulém školním roce 2019/2020 navštěvovalo v České republice základní školy 962 348 žáků. Počet žáků druhého stupně, na které je náš výzkum zaměřen tvoří 449 380. V Jihomoravském kraji, který byl vybrán náhodným výběrem, tvoří počet žáků 2. stupně základních škol 49 142 (ČSÚ, 2021).

Pomocí dostupného výběru jsme oslovili žáky základní školy v Jihomoravském kraji, kteří splňovali podmínky věkového rozmezí mezi 11. až 15. rokem, tedy žáky druhého stupně. Dotazník zaznamenal přímým odkazem 231 návštěv, kdy dotazník vyplnilo 113 respondentů. Samotný sběr dat proběhl v březnu roku 2022.

Tabulka 1: Složení výběrového souboru

věk	žena	muž	celkem
<b>11</b>	6	9	<b>15</b>
<b>12</b>	11	9	<b>20</b>
<b>13</b>	20	6	<b>26</b>
<b>14</b>	15	8	<b>23</b>
<b>15</b>	21	8	<b>29</b>
<b>Celkem</b>	<b>73</b>	<b>40</b>	<b>113</b>

#### 4.4 Výzkumná technika

Pro výzkum bakalářské práce jsme vybrali kvantitativní výzkum. Kvantitativní výzkum byl zvolen z důvodu stanovených cílů. Šetření bakalářské práce bylo realizováno dotazníkovým šetřením. Konstrukce dotazníku byla inspirována dotazníky Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire – 3, dále SATAQ-3, (Thompson et al., 2004) a Sociocultural Attitude Towards Appearance Questionnaire – 4, dále SATAQ-4, (Thompson et al., 2011). V dotazníku nalezneme kombinaci převzatých či upravených položek dotazníků SATAQ-3 a SATAQ-4 a otázky vlastní konstrukce. Dotazníkové šetření jsme realizovali online, prostřednictvím webové stránky Survio.com. Tento způsob jsme zvolili z důvodu většího pocitu zachování anonymity respondentů. Dalším důvodem realizace online formou, bylo téma bakalářské práce, které se zaměřuje na sociální sítě, tedy z části i na používání moderních technologií.

Dotazník se skládal ze 30 otázek, jednalo se o kombinaci uzavřených a polouzavřených otázek. Dotazník také obsahoval otázky škály Likertova typu.

Při zpracování výzkumného šetření jsme si položili následující výzkumné otázky:

- Které sociální sítě dospívající využívají nejčastěji?
- Jaký vliv má obsahu sociálních sítí na psychiku a sebepojetí dospívajícího?
- Jaký vliv má obsahu sociálních sítí na aktivní změnu vzhledu dospívajícího?
- Jak důležitý je pro respondenty názor okolí na jejich vzhled?

#### 4.5 Způsob zpracování dat

Pro vyhodnocení dat dotazníků bakalářské práce jsme zvolili popisnou statistiku. Získaná data z dotazníků, jsme převedli do tabulek četností, kde byla vyjádřena číselná i procentuální

relativní a absolutní četnost. Tabulky četností byly zpracovány v programu Microsoft Office Excel, kde byly následně znázorněny i v grafické podobě. V našem bakalářském výzkumu jsme využili převážně histogram četností a výsečový diagram. Výsečový diagram četností se podle Chráska (2016, s. 37) používá kupříkladu pro vyobrazení struktury složení výběrového souboru.

„Histogram četností je sloupcový diagram, u kterého na vodorovné ose (x) zobrazujeme jednotlivé naměřené hodnoty (případně intervaly hodnot) a na svislé ose (y) četnosti hodnot  $n_i$ .“ (Chráska, 2016, s. 37)

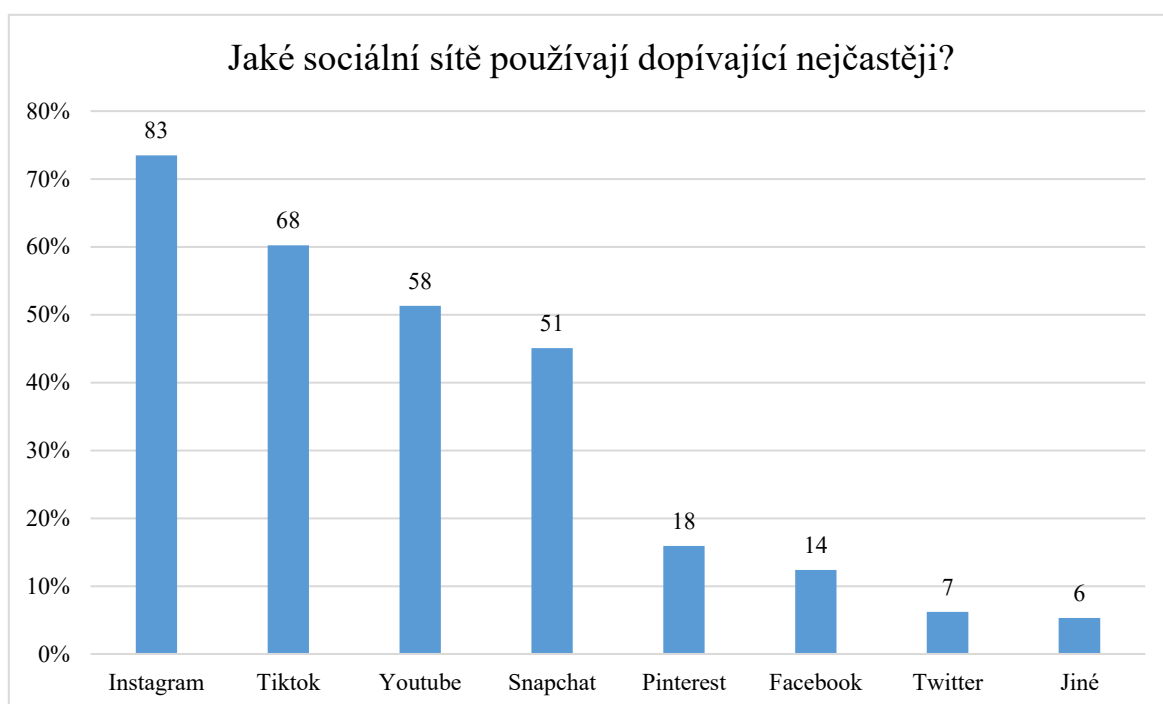


## 5 ANALÝZA A INTERPRETACE DAT

V páté kapitole s názvem Analýza a interpretace dat, se budeme věnovat vyhodnocení dat, které jsme dotazníkovým šetřením získali. Jedná se o popisnou statistiku, znázorněnou graficky, kde jsme popsali jednotlivé výsledky položek dotazníku.

K prvnímu dílčímu cíli – **Zjistit, které sociální sítě dospívající využívají nejčastěji.** K tomuto dílčímu cíli se váže třetí, čtvrtá, pátá, šestá a sedmá položka v dotazníku. Tyto otázky vlastní konstrukce a zaměřují se na využívání sociálních sítí dospívajícími.

Otázka číslo 3 – **Jaké sociální sítě používáš nejčastěji?**

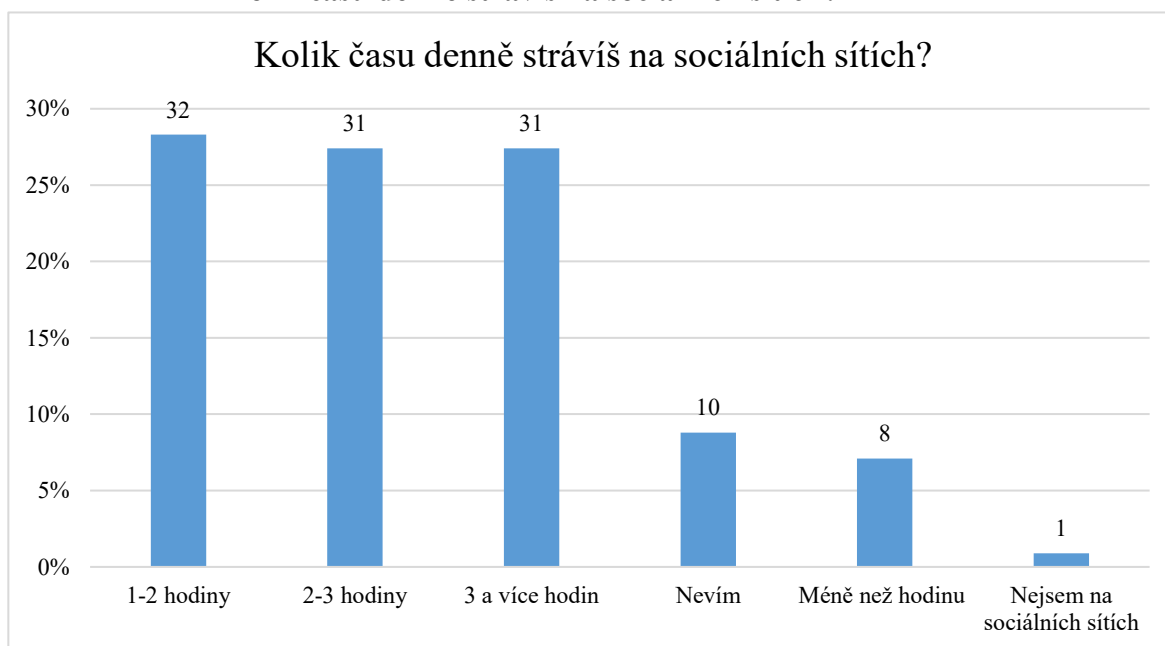


Graf 1: Jaké sociální sítě používáš nejčastěji?

U otázky číslo 3, měli respondenti možnost vybrat více odpovědí s výběrem odpovědi „Jiné“, jedná se tedy o polouzavřenou otázku. Jako nejčastější odpovědí této položky, byla sociální síť Instagram, kterou uvedlo 83 (74 %) respondentů ze 113. Druhou nejčastěji používanou sociální sítí byl Tiktok, který uvedlo 68 (60 %) respondentů. Třetí v pořadí, je Youtube s počtem 58 (51 %) respondentů a jako čtvrtý je Snapchat 51 (45 %). Sociální Pinterest využívá 18 (16 %) respondentů. Ačkoliv je Facebook nejpoužívanější sociální sítí na světě (Statista, 2022), tak z našeho dotazníkového šetření jsme zjistili, že ho využívá pouze 14 (12 %) respondentů. Z této skutečnosti lze usoudit, že sociální síť Facebook není u mladších dospívajících tolik oblíbený. Nejméně používanou sociální sítí ze kterých měli

respondenti na výběr je Twitter, na kterém má profil pouze 7 (6 %) dotazovaných. Celkem 6 (5 %) respondentů vybralo možnost Jiné, kde uvedli, že používají Whatsapp a Messenger. Tyto sociální sítě nebyly uvedeny v hlavním výběru otázek, a to z důvodu, protože se jedná o sociální sítě určené pro komunikaci. Zaměřili jsme se na to, aby byly na výběr byly ty sociální sítě, kde je uživateli předkládán obsah, který může ovlivňovat jejich pojetí na svůj tělesný vzhled. Tedy platformy jako Messenger a Whatsapp nekorrespondují s hlavním cílem práce.

#### Otázka číslo 4 – Kolik času denně strávíš na sociálních sítích?

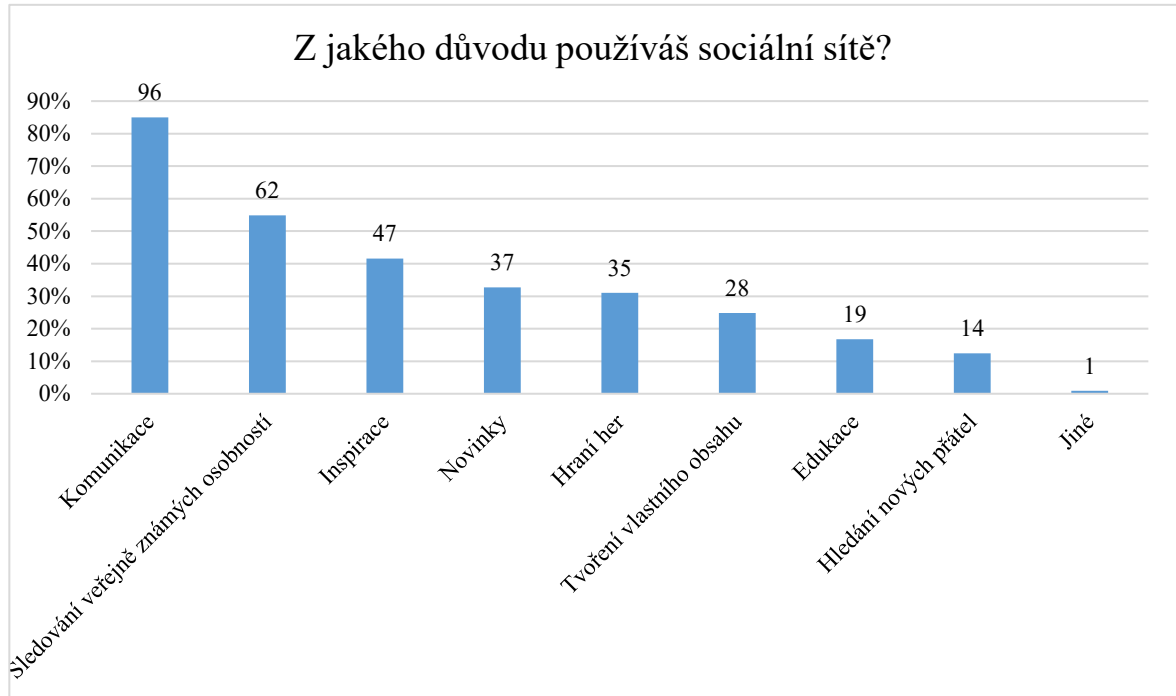


Graf 2: Kolik času denně strávíš na sociálních sítích?

U otázky číslo čtyři měli respondenti na výběr jen jednu odpověď, jednalo se o uzavřenou otázku. Nejvíce respondentů, 32 (28,3 %) uvedlo, že na sociálních sítích denně stráví 1-2 hodiny. Shodný počet 31 (27,4 %) se objevil u odpovědi, že na sociálních sítích tráví denně 2-3 hodiny a u odpovědi, 3 a více hodin, což je poměrně alarmující číslo. Vysoký počet strávených na sociálních sítích může být zapříčiněn neustálým vývojem technologií. Další možností může být, že jedinci nevědí, jakým způsobem využít svůj volný čas, a proto se uchylují k moderním technologiím, tedy i k sociálním sítím. Odpověď Nevím uvedlo 10 (8,8 %) respondentů. Méně, než hodinu uvedlo 8 (7,1 %) respondentů. Odpověď nejsem na sociálních sítích vybral jeden (0,9 %) dvanáctiletý respondent mužského pohlaví. Přestože respondent uvedl, že není na sociálních sítích, nebyl z výzkumu vyřazen. Bylo to z důvodu, že na předchozí otázku, jaké sociální sítě používáš nejčastěji, odpověděl videoplatformu

Youtube. Mohlo se jednat o chybnou odpověď ze strany respondenta nebo si respondent není sám vědom, že sociální síť využívá.

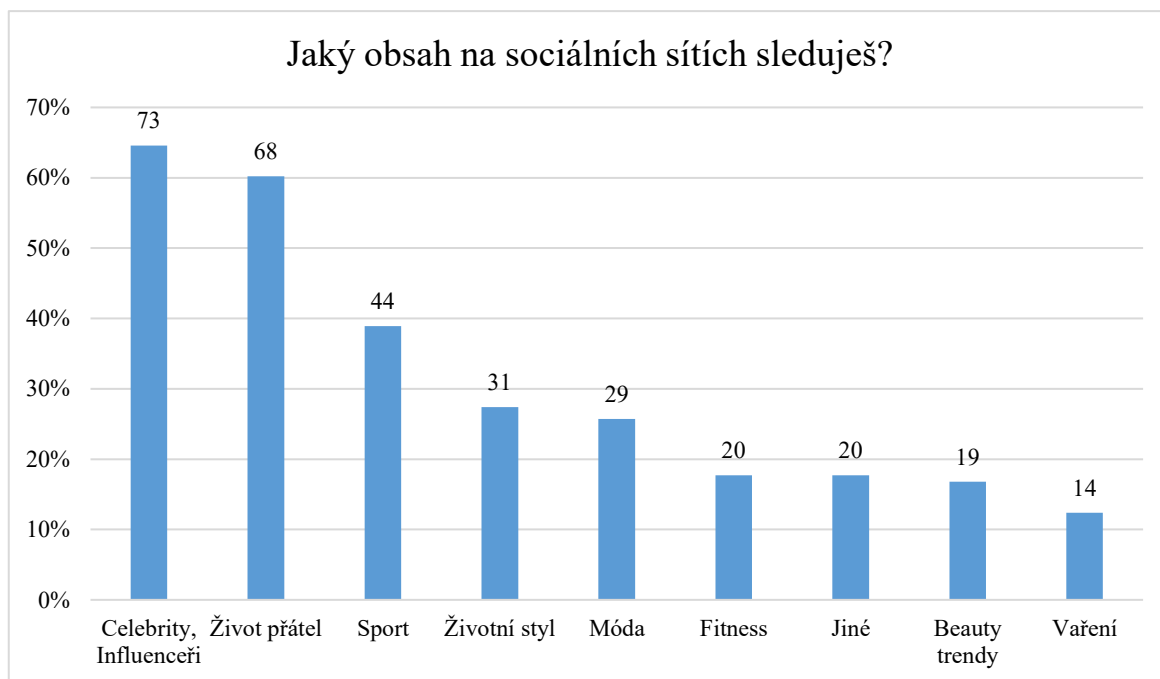
#### Položka číslo 5 – Z jakého důvodu používáš sociální síť?



Graf 3: Z jakého důvodu používáš sociální síť?

U otázky číslo 5 měli respondenti na výběr jednu a více odpovědí, jednalo se o otázku polouzavřenou. Naprostá většina respondentů, přesněji 96 (85 %), uvedlo, že sociální síť používá především pro komunikaci. Dále 62 (55 %) uvedlo, že používá sociální síť z důvodu sledování veřejně známých osobností. Jelikož je život známých osobností veřejný, někteří jedinci mohou mít pocit, že s nimi mají nějaký určitý vztah, jedná se tzv. uctívání celebrit. V návaznosti na tuto skutečnost bylo zjištěno, že jedinci, kteří sledují životy celebrit mají sklon k problémům spojených s tělesným sebepojetím a s poruchy příjmu potravy, také častěji vyhledávají služby kosmetických chirurgií (Brown & Tiggemann, 2021 cit. dle Nanji, 2021). Celkem 47 (42 %) respondentů využívá sociální síť pro inspiraci a 37 (33 %) z důvodu sledování novinek. Dále 28 (25 %) respondentů je používá z důvodu vytváření vlastního obsahu na sociálních sítích. Pouhých 19 (17 %) respondentů využívá sociální síť z edukačních důvodů. Z důvodu hledání nových přátel sociální síť používá 14 (12,4 %) respondentů. Jeden (0,9 %) respondent, mužského pohlaví, vybral odpověď jiné, uvedl, že sociální síť využívá z důvodu sledování modelářských tutoriálů na videoplatformě Youtube.

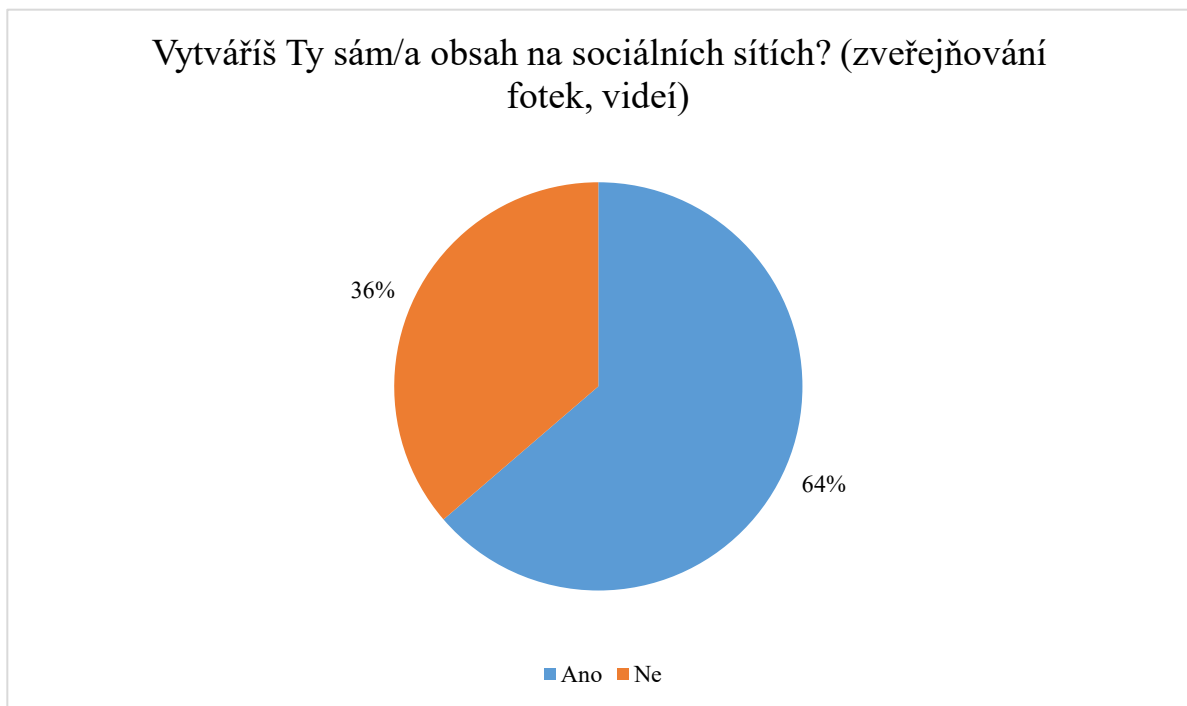
## Otázka číslo 6 – Jaký obsah na sociálních sítích sleduješ?



Graf 4: Jaký obsah na sociálních sítích sleduješ?

U otázky číslo šest měli respondenti opět na výběr jednu a více odpovědí, jednalo se o polouzavřenou otázku. Většina respondentů, 73 (64,6 %), sledují na sociálních platformách především celebrity a influencery a 68 (60,2 %) uvedlo, že sleduje i život přátel. Sociální sítě mohou zvýšit úzkost jedinců, když budou neustále sledovat příspěvky celebrit, influencerů nebo svých přátel. V tomto případě může dojít k tzv. FOMO – Fear of Missing Out. FOMO označuje strach či negativní pocit z propásknutí nějaké události či informace. Proto se jedinci snaží udržet krok s tím co vidí na sociálních sítích ostatních. FOMO je také souvisí se sníženou náladou jedinců a s nespokojeností jejich životního stylu (Edmonds, 2021). Sport sleduje na sociálních sítích 44 (38,9 %) respondentů a 20 (17,7 %) fitness. Životní styl uvedlo, že sleduje 31 (27,4 %) respondentů. Odpověď – Jiné vybralo 20 (17,7 %) respondentů. Objevovaly se zde odpovědi, že sledují tzv. memes, jedná se o „kulturní položku ve formě obrázku, videa či fráze, která je rozšířená prostřednictvím internetu a často je pozměněna kreativním či vtipným způsobem“ (Dictionary, 2022). Dále uváděli, především chlapci, že na sociálních sítích sledují auta, letectví, modelářství atd. Dívky uváděly cestování, vytváření, motivaci apod. Celkem 19 (16,8 %) respondentů, převážně dívky, uvedlo, že sledují beauty trendy. Nejméně respondentů, 14 (12,4 %), uvedlo, že na sociálních sítích sledují vaření.

Otázka číslo 7 – Vytváříš Ty sám/a obsah na sociálních sítích? (zveřejňování fotek/ videí)



Graf 5: Vytváříš ty sám/a obsah na sociálních sítích? (zveřejňování fotek/ videí)

U otázky číslo 7 měli respondenti na výběr pouze jednu odpověď, jednalo se tedy o otázku uzavřenou. Díky této otázce jsme zjistili, že více než půlka, přesněji 72 (63,7 %) respondentů, vytváří obsah na sociálních sítích, může se jednat o zveřejňování fotografií či videí. Velký počet jedinců, kteří sami tvoří obsah na sociálních sítích může být zapříčiněn tlakem dnešní doby, ve které skoro každý jedinec má profil na sociálních sítích. Sdílením obsahu na sociální síť v nich může také vyvolat, dle našeho názoru, pocit uspokojení, pokud jsou jejich příspěvky populární. Zbýlých 41 (36,3 %) respondentů na sociálních platformách žádný obsah nezveřejňuje.

K druhému dílčímu cíli, **Zjistit vliv obsahu sociálních sítí na psychiku a sebepojetí dospívajícího**, se váže osmá, devátá, desátá, jedenáctá, dvanáctá a třináctá otázka dotazníku. Otázky vztahující se ke druhému dílčímu cíli jsou kombinací otázek vlastní konstrukce a převzatých či upravených otázek z dotazníku SATAQ-3 (Thompson et al., 2004) a SATAQ-4 (Thompson et al., 2011). Otázky jsou ve formě škály Likertova typu. Respondenti měli na výběr od zcela nesouhlasím, nesouhlasím, nemohu se rozhodnout, souhlasím po zcela souhlasím. Výsledky jednotlivých položek jsme znázornili ve výšečových grafech.

Tyto otázky jsou zaměřeny na to, jaký vliv má obsah na sociálních sítích na sebepojetí respondentů a do jaké míry se dospívající srovnávají s ostatními lidmi prezentující se na sociálních sítích.

Otázka číslo 8 – **Porovnávám své tělo s ostatními lidmi na sociálních sítích.**



Graf 6: Porovnávám své tělo s ostatními lidmi na sociálních sítích.

Osmá otázka je upravenou otázkou z dotazníku SATAQ-3 (Thompson et al., 2004). Z výsledků této otázky jsme zjistili, že 38 (33,6 %) respondentů souhlasí s tím, že porovnává své tělo s ostatními na sociálních sítích a 13 (11,5 %) s tímto výrokem zcela souhlasí. Celkem 26 (23 %) s ním však nesouhlasí a 21 (18,6 %) respondentů s výrokem zcela nesouhlasí. Z celkového počtu respondentů se jich 15 (13,3 %) nemůže rozhodnout. Myslíme si, že velký počet respondentů, kteří porovnávají své tělo s ostatními lidmi na sociálních sítích může být zapříčiněn tím, že jsou lidé obecně velice kritičtí sami k sobě.

Nachází na sobě nedokonalosti, kterých si ostatní nevšimnou, ale jedinci se kvůli nim cítí rozpačitě.

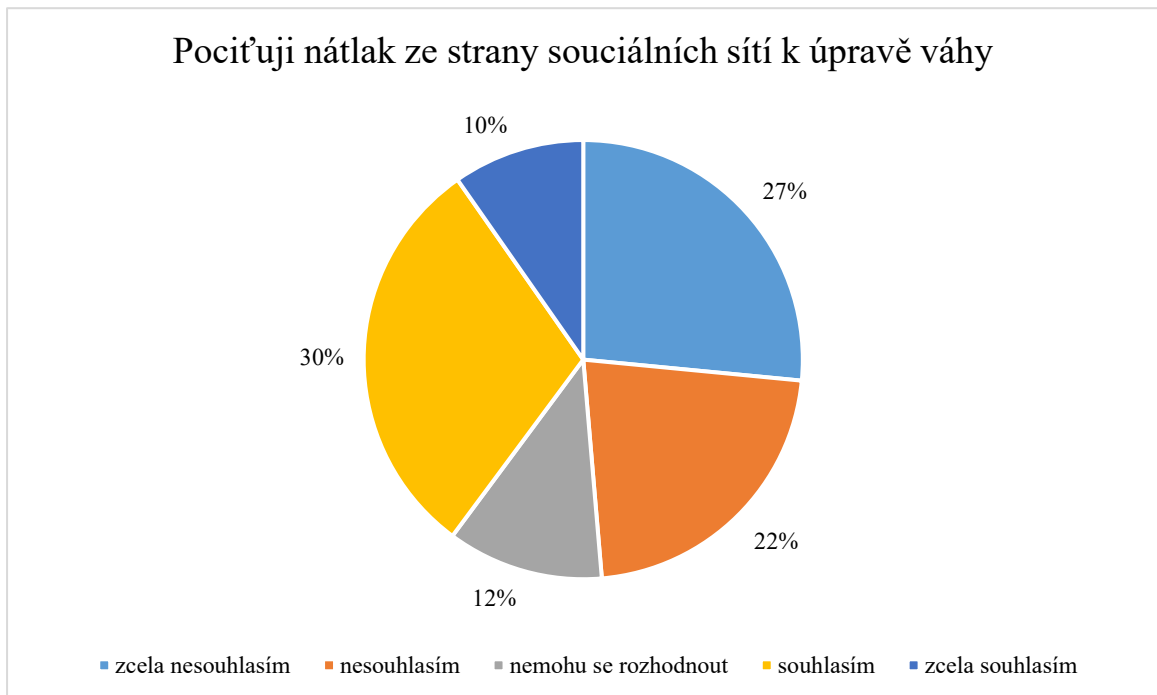
Otázka číslo 9 – Cítím tlak ze strany sociálních sítí na to, abych vylepšil/a svůj vzhled.



Graf 7: Cítím tlak ze strany sociálních sítí na to, abych vylepšil/a svůj vzhled.

Otázka číslo devět je upravenou otázkou z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011). Díky výsledkům z tohoto výroku jsme zjistili, že 33 (29,2 %) respondentů souhlasí s tím, že cítí nátlak ze strany sociálních sítí, aby vylepšili svůj vzhled. Dokonce 15 (13,3 %) s tímto výrokem zcela souhlasí. Naopak 21 (18,6 %) respondentů s tímto výrokem nesouhlasí a 26 (23 %) respondentů s ním zcela nesouhlasí. Zbýlých 18 (15,9 %) dotazovaných uvedlo, že se nemohli rozhodnout. Skutečnost, že velký počet respondentů cítí tlak ze strany sociálních sítí, aby vylepšili svůj vzhled koresponduje s výsledky předchozí otázky. Domníváme se, že jednou z možných příčin nátlaku na vylepšení svého vzhledu ze strany sociálních sítí mohou být celebrity, influenceři a modelky, kteří vlastní profil na těchto platformách. Jedinci spatřují, že tyto osoby jsou úspěšné a populární a mají za to, že jejich úspěch a popularita pramení v jejich zevnějšku. Mimo jiné dnešní standardy krásy se nemusí shodovat s podobou jedinců, kteří sociální sítě sledují. Z toho důvodu mohou mít jedinci pocit, že na svém vzhledu musí něco změnit.

Otázka číslo 10 – Pociťuji nátlak ze strany sociálních sítí k úpravě váhy.



Graf 8: Pociťuji tlak ze strany sociálních sítí k úpravě váhy

Ze získaných dat desáté otázky, která je upravena z dotazníku SATAQ-3 (Thompson et al., 2004), jsme zjistili, že 34 (30,1 %) dotazovaných souhlasí s tím, že pociťují nátlak ze strany sociálních sítí k úpravě váhy a 11 (9,7 %) s tímto výrokem zcela souhlasí. Avšak 30 (26,5 %) respondentů uvedlo, že s tímto výrokem zcela nesouhlasí a 25 (22,1 %) s ním nesouhlasí. Dohromady 13 (11,5 %) dotazovaných jedinců se nemohlo u tohoto výroku rozhodnout. Počet jedinců, kteří se nemohli rozhodnout může být zapříčiněn tím, že oni sami jsou se svou váhou spokojeni, ale na sociálních sítích kupříkladu nespátřují jedince se stejnou tělesnou váhou, což je může uvést do rozpaků. Další možnou příčinou může být velký počet rad, tipů či léků na hubnutí, které na sociálních sítích propagují jiné osoby.



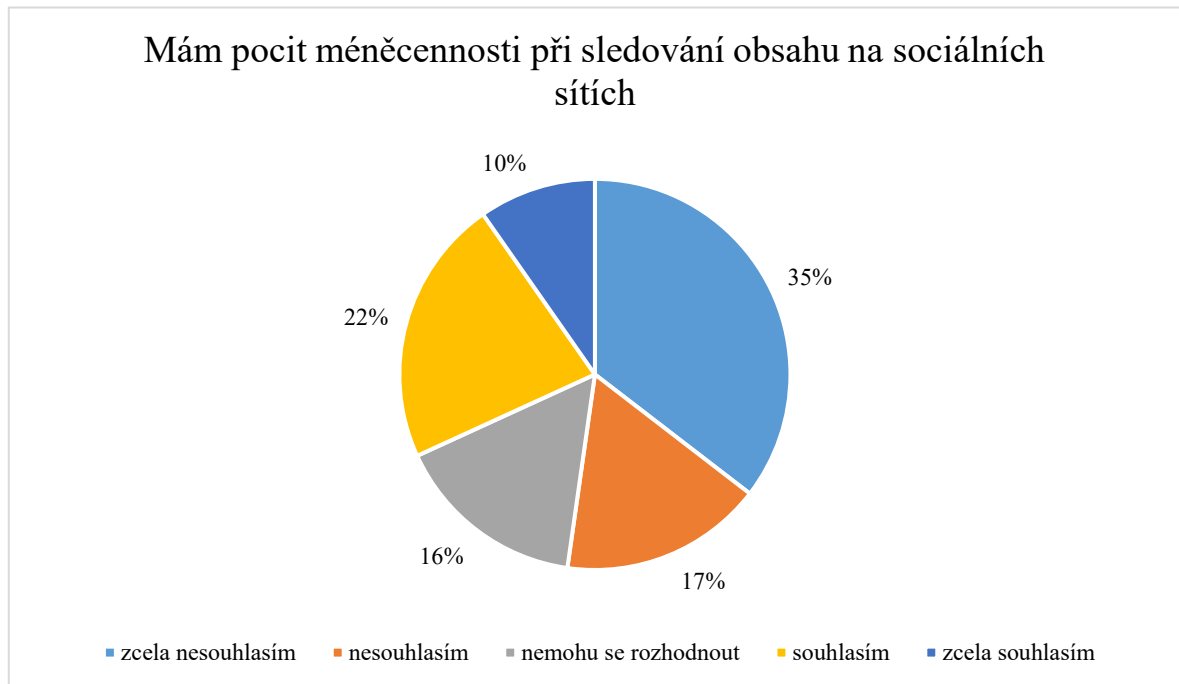
Otázka číslo 11 – **Záleží mi na tom, aby mé tělo vypadalo stejně jako lidé na sociálních sítích**



Graf 9: Záleží mi na tom, aby mé tělo vypadalo stejně jako lidé na sociálních sítích.

Jedenáctá otázka dotazníku je převzatou otázkou z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011). Z výsledků této otázky jsme zjistili, že převažuje nesouhlas s touto otázkou. Celkem 36 (31,9 %) respondentů s tímto výrokem nesouhlasí a 31 (27,4 %) dokonce zcela nesouhlasí. Naopak 23 (20,4 %) s tímto výrokem souhlasí a 6 (5,3 %) dotazovaných zcela souhlasí. Jedinců, kteří se nemohli rozhodnout je 17 (15 %). Velký počet respondentů s tímto výrokem nesouhlasí, což nekorresponduje s výsledky otázky osm. Tedy přesto, že svůj tělesný vzhled s ostatními na sociálních sítích porovnávají, nezáleží jim na tom, aby vypadali jako lidé na sociálních sítích.

Otázka číslo 12 – **Mám pocit méněcennosti při sledování obsahu na sociálních sítích.**



Graf 10: Mám pocit méněcennosti při sledování obsahu na sociálních sítích

Ze získaných odpovědí, otázky číslo dvanáct, která je vlastní konstrukce, jsme zjistili, že převažuje nesouhlas s tímto výrokem. 40 (35,4 %) respondentů uvedlo, že s tím zcela nesouhlasí a 19 (16,8 %), že s ním nesouhlasí. 25 (22,1 %) jedinců uvedlo, že s výrokem souhlasí a 11 (9,7 %) zcela souhlasí. 18 (15,9 %) dotazovaných se nemohlo rozhodnout.

Otázka číslo 13 – **Jsem spokojen/á se svým tělem při sledování sociálních sítí.**

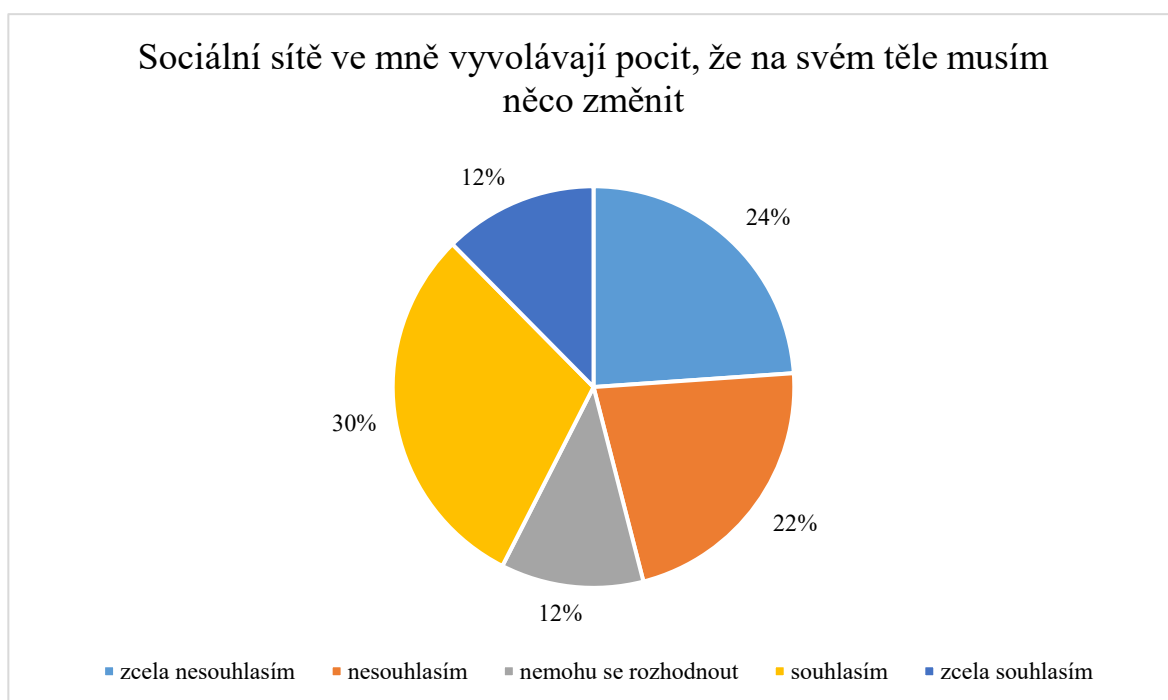


Graf 11: Jsem spokojen/á se svým tělem při sledování sociálních sítí.

Otázka číslo třináct, vlastní konstrukce, nám umožnila získat data týkající se spokojenosti se svým tělem během sledování sociálních sítí. Zjistili jsme, že největší počet respondentů, 31 (27,4 %) se nemohou rozhodnout, zda s výrokem souhlasí či nikoli. Naopak 27 (23,9 %) jedinců s výrokem souhlasí a 17 (15 %) zcela souhlasí. 26 (23 %) dotazovaných s ním naopak nesouhlasí a 12 (10,6 %) zcela nesouhlasí. Přestože v osmé a deváté otázce respondenti odpovídali, že své tělo srovnávají s jinými osobami na sociálních sítích a mají pocit, že na svém vzhledu musí něco změnit, u třinácté otázky se velký počet respondentů nemohl rozhodnout. Dle našeho názoru je to zapříčiněno vnitřním konfliktem respondentů. Myslíme si, že jedinci, kteří jsou spokojeni se svým vzhledem na sociálních sítích spatřují jedince, kteří se nepodobají jejich tělesnému vzhledu, což je může přivést do rozpaků. Poměrně velký počet respondentů uvedl, že s výrokem souhlasí, z čeho můžeme usuzovat, že se jedná o silné osobnosti, kteří se nenechají ovlivnit sociálními sítěmi.

Ke třetímu dílčímu cíli, **zjistit vliv obsahu sociálních sítí na aktivní změnu vzhledu dospívajícího**, se váže otázka číslo čtrnáct, patnáct, šestnáct a sedmnáct. Otázky vztahující se k třetímu dílčímu cíli jsou vlastní konstrukce. Respondenti odpovídali na škále Likertova typu, měli na výběr možnosti zcela nesouhlasím, nesouhlasím, nemohu se rozhodnout, souhlasím či zcela souhlasím. Výsledky jednotlivých položek jsme znázornili pomocí výšečových grafů.

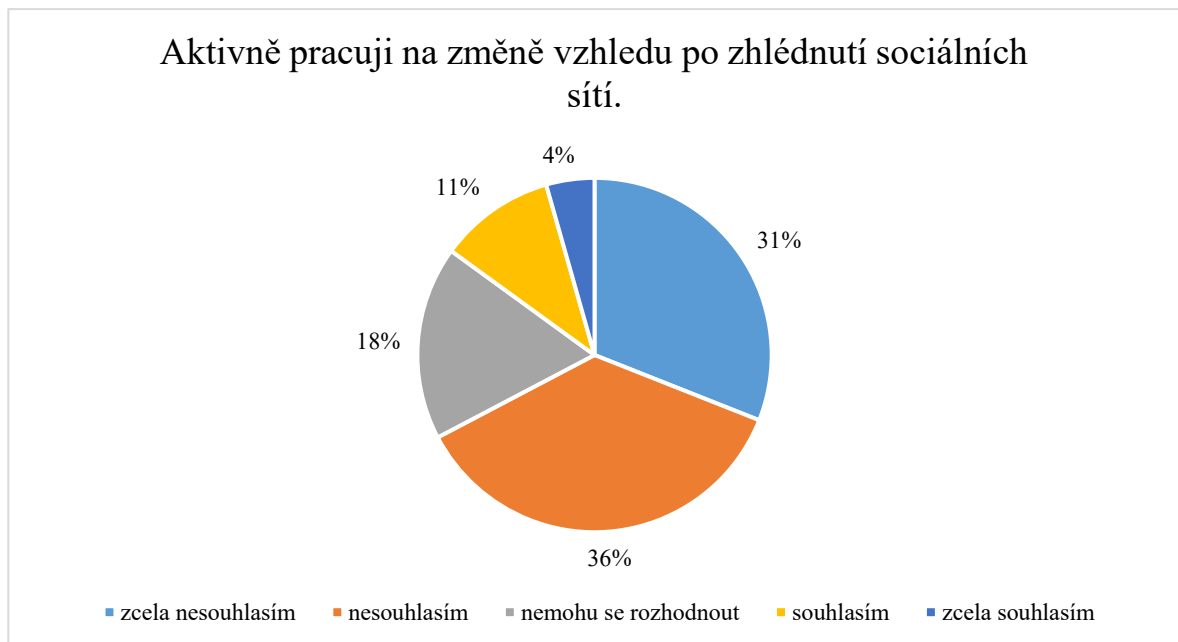
Otázka číslo 14 – **Sociální sítě ve mně vyvolávají pocit, že na svém těle musím něco změnit.**



Graf 12: Sociální sítě ve mně vyvolávají pocit, že na svém těle musím něco změnit

U čtrnácté otázky jsme zjistili, že 34 (30,1 %) respondentů má pocit, že by na sobě, díky sociálním sítím, měli něco změnit. S tímto výrokem také zcela souhlasí 14 (12,1 %) respondentů. Tento pocit je dle našeho názoru zapříčiněn tím, že na sociálních sítích denně spatřují celebrity, modelky a influencery, kteří mají v očích respondentů, „dokonalé postavy“. Celkem 27 (23,9 %) respondentů s výrokem zcela nesouhlasilo a 25 (22,1 %) respondentů nesouhlasilo. Zbylých 13 (11,5 %) z dotazovaných jedinců uvedlo, že se nemohou rozhodnout.

Otázka číslo 15 – **Aktivně pracuji na změně vzhledu po zhlédnutí sociálních sítí.**



Graf 13: Aktivně pracuji na změně vzhledu po zhlédnutí sociálních sítí.

Ze získaných dat otázky patnáct, jsme zjistili, že více než polovina dotazovaných žádným způsobem aktivně nepracuje na změně svého vzhledu po zhlédnutí sociálních sítí. Přesněji 41 (36,3 %) dotazovaných s tímto výrokem nesouhlasí a 35 (31 %) zcela nesouhlasí. Naopak 12 (10,6 %) dotazovaných s tímto výrokem souhlasí a 5 (4,4 %) zcela souhlasí. 20 (17,7 %) z dotazovaných se nemohou rozhodnout.

Otázka číslo 16 – **Změnil/a jsem styl stravování pro dosažení cíle, vypadat jako lidé na sociálních sítích.**



Graf 14: Změnil/a jsem styl stravování pro dosažení cíle vypadat jako lidé na sociálních sítích.

Otázka číslo šestnáct nám umožnila získat data, ze kterých jsme zjistili, že naprostá většina nezměnila styl stravování pro dosažení cíle, aby vypadali jako lidé na sociálních sítích. Konkrétně to bylo 53 (46,9 %) respondentů, kteří s tímto výrokem zcela nesouhlasili a 34 (30,1 %) respondentů, kteří s ním nesouhlasili. 15 (13,3 %) respondentů s tímto výrokem souhlasili a dokonce jeden (0,9 %) s výrokem naprosto souhlasil. Z celkového počtu respondentů se jich 10 (8,8 %) nemohlo rozhodnout. Počet respondentů, kteří se nemohou rozhodnout mohou být zapříčiněny například tím, že se v minulosti respondenti pokusili změnit stravování, ale z nějakého důvodu nakonec nezměnili.

Otázka číslo 17 – **Zařadil/a jsem více pohybu do svého každodenního života k dosažení cílem, vypadat jako lidé na sociálních sítích.**



Graf 15: Zařadil/a jsem více pohybu do svého každodenního života k dosažení cílem, vypadat jako lidé na sociálních sítích.

Z výsledků sedmnácté otázky, jsme zjistili, že 33 (29,2 %) dotazovaných jedinců s výrokem zcela nesouhlasí a 27 (23,9 %) nesouhlasí. Naopak 33 (29,2 %) respondentů s výrokem souhlasí a 5 (4,4 %) zcela souhlasí. Z celkového počtu dotazovaných se 15 (13,3 %) nemohlo rozhodnout, zda souhlasí či nesouhlasí.

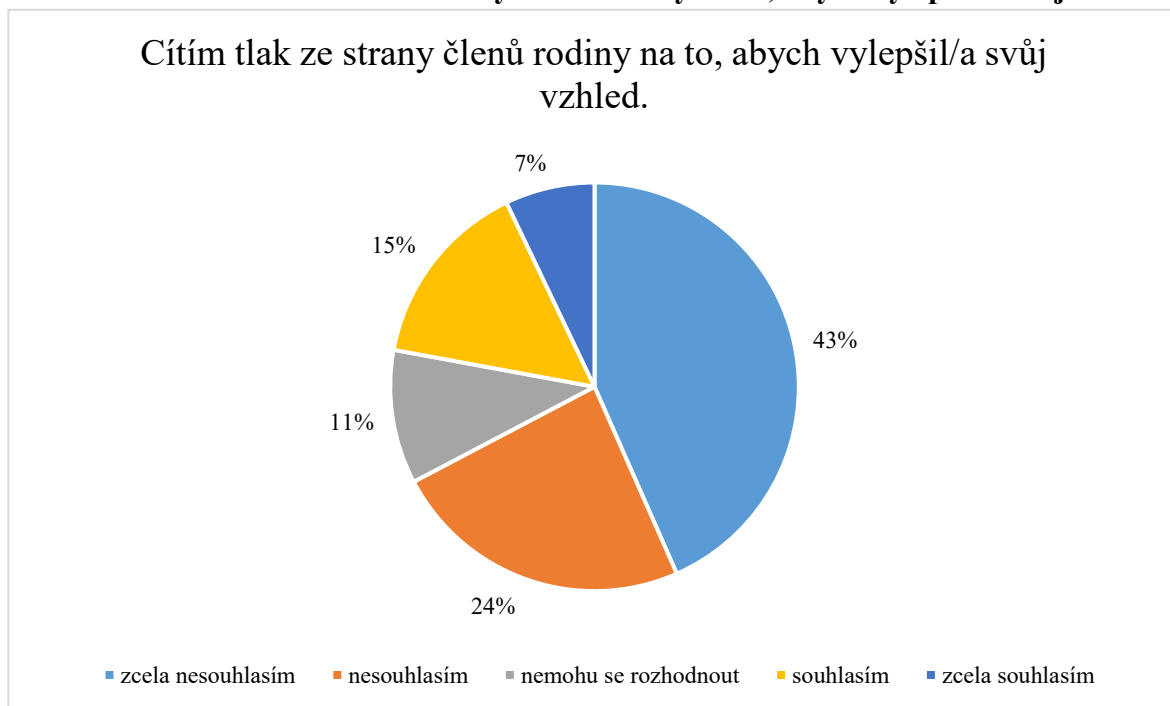
Z výsledků otázky 14 je patrné, že v polovině dotazovaných sociální sítě vyvolávají pocit, že na svém těle musí něco změnit. Avšak v následující otázce 15, kde se respondentů dotazujeme, zda kvůli tomuto pocitu aktivně pracují na změně svého vzhledu, naprostá většina odpověděla, že nikoli. To stejné se opakovalo u otázky číslo 16, kdy jsme se

dotazovali, zda změnili styl stravování pro dosažení cíle, vypadat jako lidé na sociálních sítích, naprostá většina odpověděla, že nikoli. Na následující otázku, zda respondenti zařadili více pohybu do svého každodenního života k dosažení cíle, vypadat jako lidé na sociálních sítích, převažoval opět nesouhlas, ale ne v takové míře, jako tomu bylo u dvou předešlých otázek. U této otázky se našel poměrně velký počet respondentů, kteří se s výrokem ztotožňovali.

Ke čtvrtému dílčímu cíli, **zjistit, jak je důležitý pro respondenty názor okolí na jejich vzhled** se vážou otázky číslo osmnáct, devatenáct, dvacet, dvacet jedna, dvacet dva, dvacet tři, dvacet čtyři, dvacet pět, dvacet šest, dvacet sedm a dvacet osm. Otázky, vztahující se k tomuto dílčímu cíli jsou kombinací otázek vlastní konstrukce a upravených či převzatých otázek z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011). Upravené otázky jsou upraveny dle potřeby, k naplnění čtvrtého výzkumného dílčího cíle bakalářské práce. Respondenti odpovídali na škále Likertova typu a měli na výběr možnosti zcela nesouhlasím, nesouhlasím, nemohu se rozhodnout, souhlasím či zcela souhlasím. Výsledky jednotlivých položek jsme znázornili prostřednictvím výsečových grafů s výjimkou otázky dvacet osm, ta je znázorněna grafem sloupcovým.

Otázky 18-22 jsou zaměřeny na zjištění, jakým způsobem vnímají respondenti názor členů rodiny na jejich tělesný vzhled. Otázky 23-27 jsou zaměřeny na zjištění, jakým způsobem vnímají respondenti názor přátel na jejich tělesný vzhled.

**Otázka číslo 18 – Cítím tlak ze strany členů rodiny na to, abych vylepšil/a svůj vzhled.**



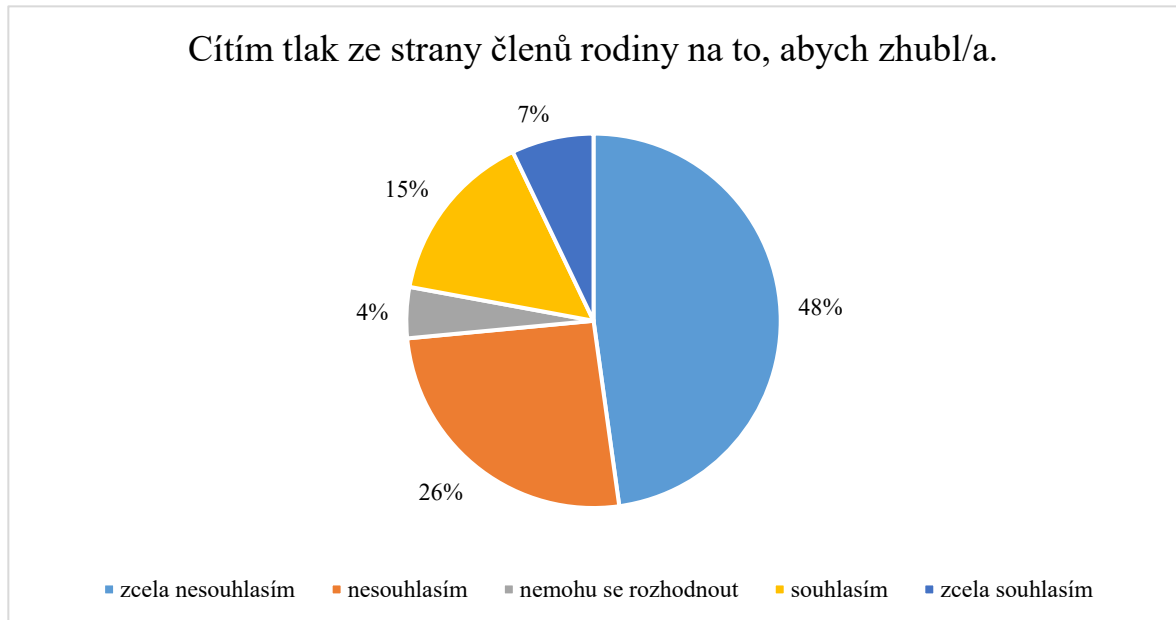
Graf 16: Cítím tlak ze strany členů rodiny na to, abych vylepšil/a svůj vzhled

Z otázky osmnáct, která je převzata z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011), jsme zjistili, že více než polovina dotazovaných nesouhlasí s tím, že by cítili tlak ze strany členů rodiny na vylepšení vzhledu. Přesněji 49 (43,4 %) respondentů s výrokem zcela nesouhlasí a 27 (23,9 %) nesouhlasí. Respondentů, kteří s výrokem však souhlasí je 17 (15 %) a zcela



s ním souhlasí 8 (7,1 %) respondentů. Zbýlých 12 (10,6 %) z dotazovaných se nemohlo rozhodnout.

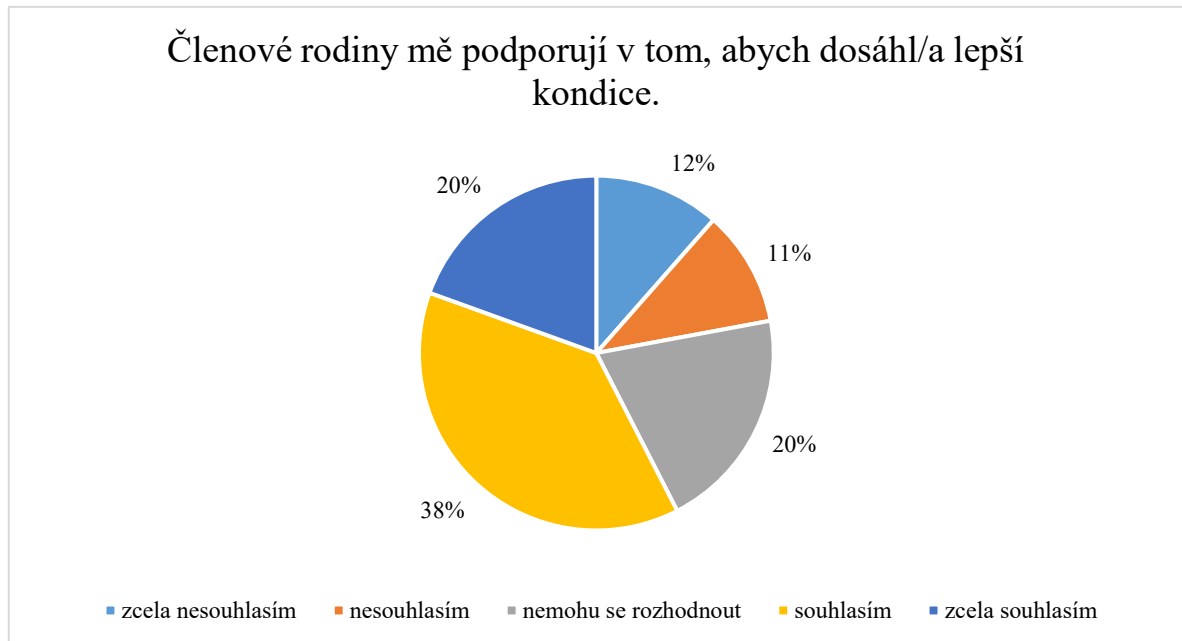
Otázka číslo 19 – **Cítím tlak ze strany členů rodiny na to, abych zhubl/a.**



Graf 17: Cítím tlak ze strany členů rodiny na to, abych zhubl/a

Z výsledků devatenácté otázky, která je upravena z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011), jsme zjistili, že více než polovina dotazovaných necítí tlak ze strany členů rodiny na to, aby zhubli. Jedná se o 54 (47,8 %) respondentů, kteří s výrokem zcela nesouhlasí a 29 (25,7 %) kteří s výrokem nesouhlasí. Ovšem 17 (15 %) dotazovaných s výrokem souhlasí a 8 (7,1 %) zcela souhlasí. Dotazovaných, kteří se nemohli rozhodnout je 5 (4,4 %).

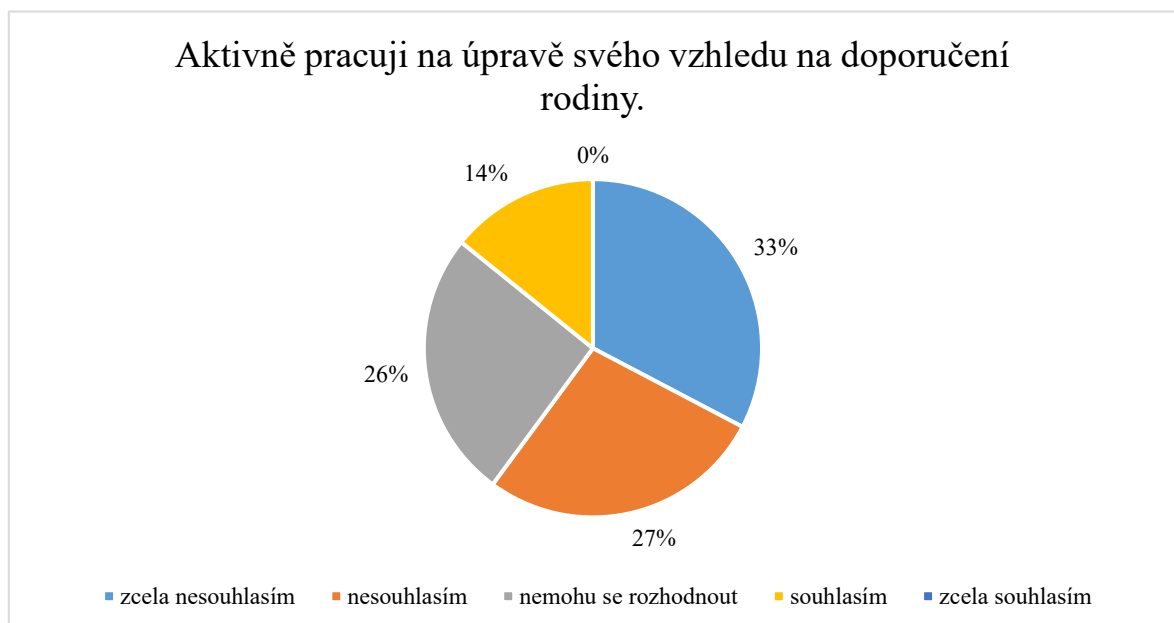
Otázka číslo 20 – Členové rodiny mě podporují v tom, abych dosáhl/a lepší kondice.



Graf 18: Členové rodiny mě podporují v tom, abych dosáhl/a lepší kondice

Z celkového počtu dotazovaných, jsme u dvacáté otázky, kterou jsme převzali z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011), zjistili, že se s výrokem, zda je podporují členové rodiny k dosažení lepší kondice, převážně ztotožňují. Přesněji se jedná o 43 (38,1 %) dotazovaných, kteří s výrokem souhlasí a 22 (19,5 %) kteří s výrokem zcela souhlasí. 23 (20,4 %) dotazovaných se nemohlo rozhodnout. Naopak 13 (11,5 %) dotazovaných s výrokem naprosto nesouhlasí a 12 (10,6 %) s ním nesouhlasí.

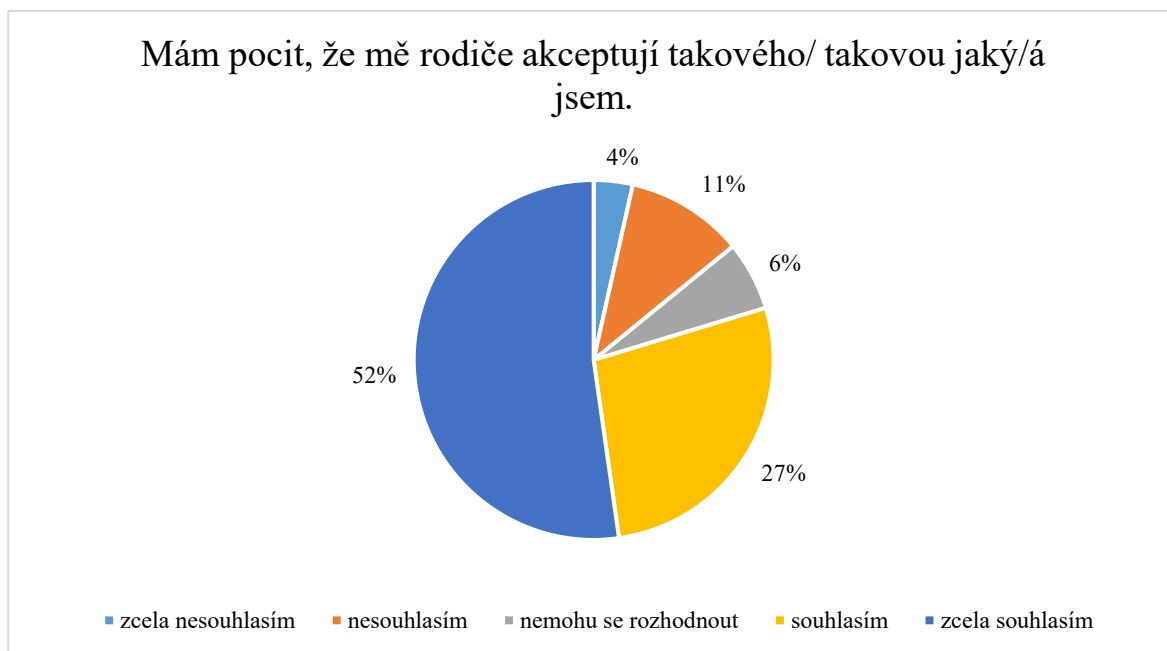
Otázka číslo 21 – Aktivně pracuji na úpravě svého vzhledu na doporučení rodiny.



Graf 19: Aktivně pracuji na úpravě svého vzhledu na doporučení rodiny.

Díky otázce číslo dvacet jedna, vlastní konstrukce, jsme zjistili, že dotazovaní jedinci s výrokem týkající se aktivní úpravy vzhledu na doporučení rodiny, převážně nesouhlasí. 37 (32,7 %) jedinců s výrokem zcela nesouhlasí a 31 (27,4 %) nesouhlasí. Avšak 29 (25,7 %) dotazovaných jedinců se nemohlo rozhodnout, zda s výrokem souhlasí či nikoli. Zbylých 16 (14,2 %) jedinců s výrokem souhlasí. Z dotazovaných se nenašel žádný jedinec, který by s výrokem zcela souhlasil. Velký počet respondentů, kteří s výrokem nesouhlasí korespondují s otázkou číslo osmnáct a devatenáct, kde jsme se dozvěděli, že respondenti necítí nátlak ze strany rodiny k tomu, aby změnilí svůj vzhled a svou váhu. Z toho důvodu není potřeba, aby aktivně na doporučení členů rodiny svůj vzhled měnili.

Otázka číslo 22 – **Mám pocit, že mě rodiče akceptují takového/ takovou jaký/á jsem.**

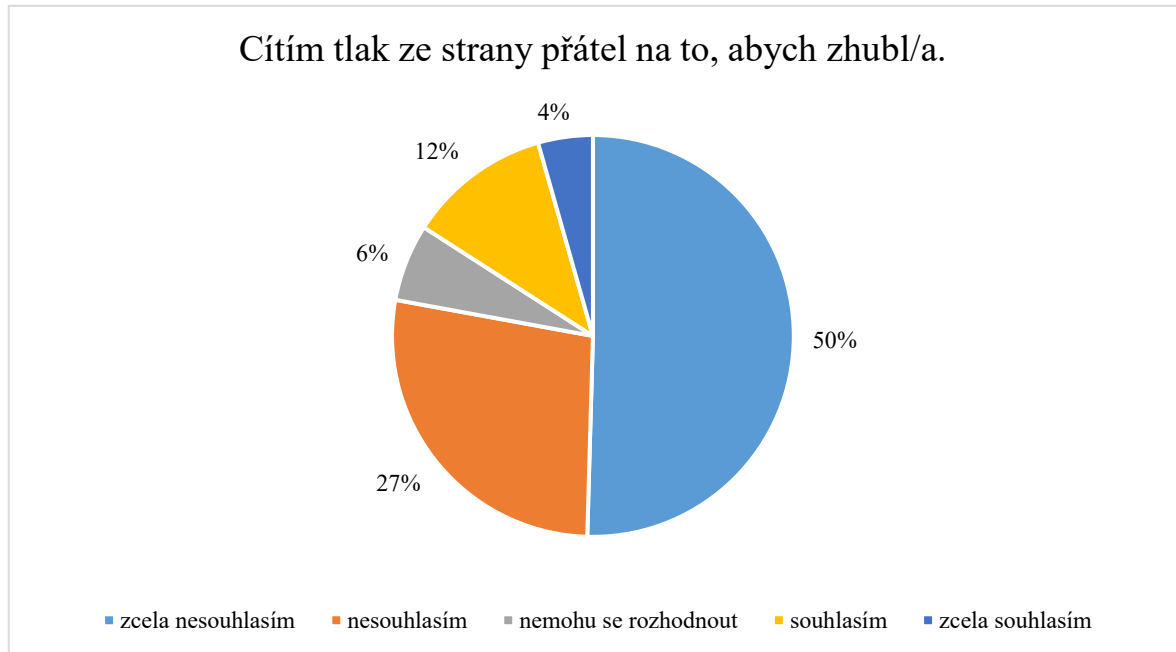


Graf 20 Mám pocit, že mě rodiče akceptují takového/ takovou jaký/á jsem

Z dat otázky dvacet dva, vlastní konstrukce, v dotazníku, jsme zjistili, zda mají respondenti pocit, že je rodiče akceptují takoví, jací jsou. Naprostá většina s výrokem sympatizovala. Celkem 59 (52,2 %) respondentů s výrokem naprosto souhlasila a 31 (27,4 %) s ním souhlasí. Avšak 12 (10,6 %) respondentů s tímto výrokem nesouhlasilo a 4 (3,5 %) s ním dokonce zcela nesouhlasilo. Zbylých 7 (6,2 %) z dotazovaných se nemohlo rozhodnout. Na nerozhodnost respondentů mohou mít, dle naší domněnky, dopad změny, kterými si dospívající v tomto období procházejí. V období dospívání si jedinci prochází různými změnami, se kterými mají občas problém se sami vyrovnat. Z toho důvodu je důležité, aby

měli pocit, že je jejich rodina, především rodiče, akceptuje taková, jakí jsou i přes změny kterými prochází na přelomu mladšího školního období a období dospívání.

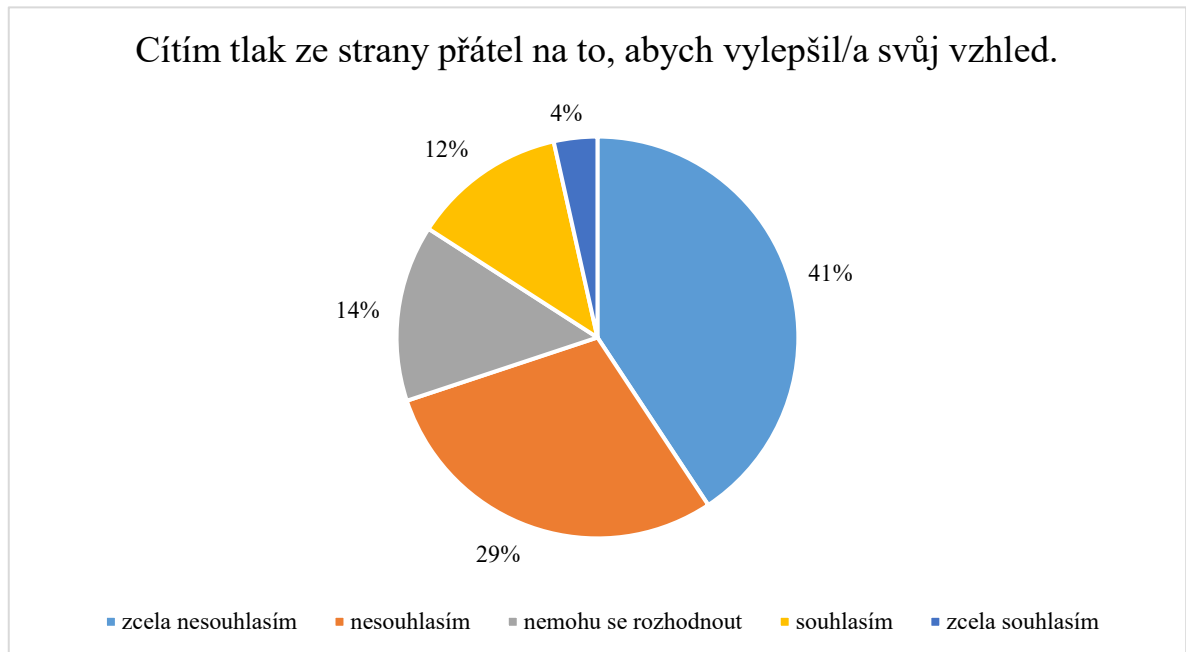
Otázka číslo 23 – Cítím tlak ze strany přátel na to, abych vylepšil/a svůj vzhled.



Graf 21: Cítím tlak ze strany přátel na to, abych vylepšil/a svůj vzhled.

Otázka dvacet tři byla převzata z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011) a její výsledky jsou následující. Většina respondentů se s výrokem, zda cítí tlak ze strany přátel na to, aby vylepšili svůj vzhled neztotožňuje. Přesněji 46 (40,7 %) respondentů s výrokem zcela nesouhlasí a 33 (27,4 %) nesouhlasí. Dále, 16 (14,2 %) dotazovaných se nemohlo rozhodnout. Počet respondentů, kteří s výrokem souhlasí činí 14 (12,4 %), dokonce 4 (3,5 %) respondentů s výrokem zcela souhlasí.

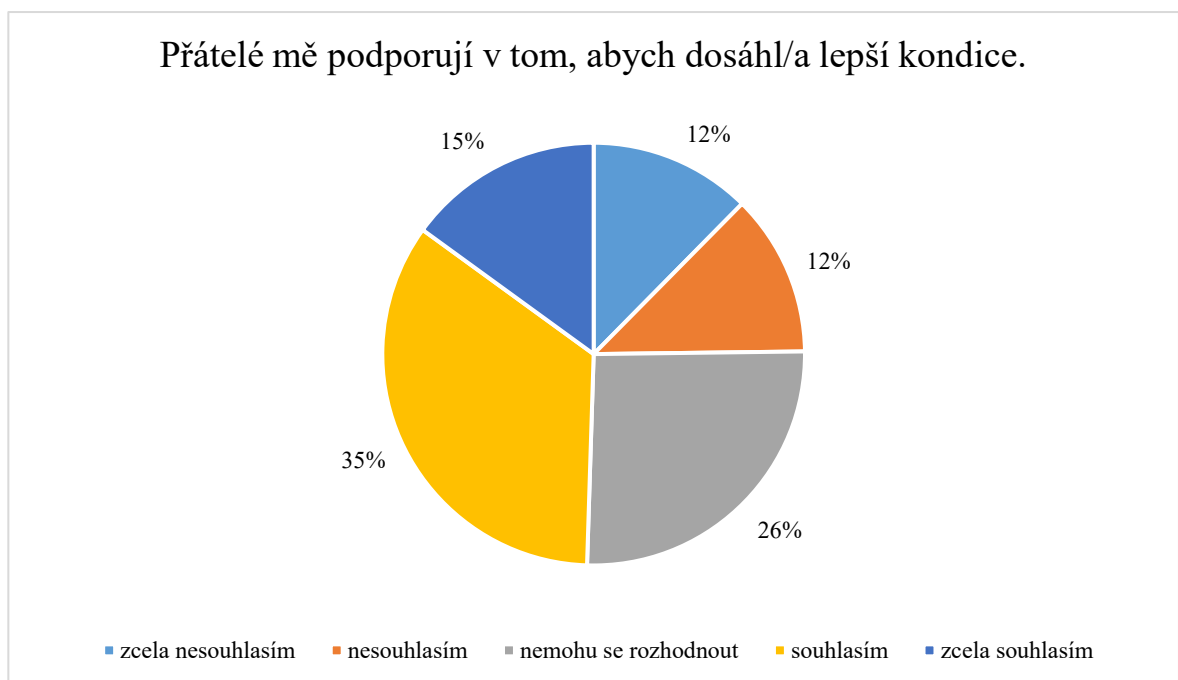
## Otázka číslo 24 – Cítím tlak ze strany přátel na to, abych zhubl/a.



Graf 22: Cítím tlak ze strany přátel na to, abych zhubl/a.

Z výsledků otázky dvacet čtyři, která je převzata z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011) jsme zjistili, že s výrokem zcela nesouhlasí 57 (50,4 %) dotazovaných a nesouhlasí s ním 31 (27,4 %) dotazovaných. Avšak 13 (11,5 %) dotazovaných s výrokem souhlasí a 5 (4,4 %) zcela souhlasí. Zbýlých 16 (14,2 %) se nemohlo rozhodnout.

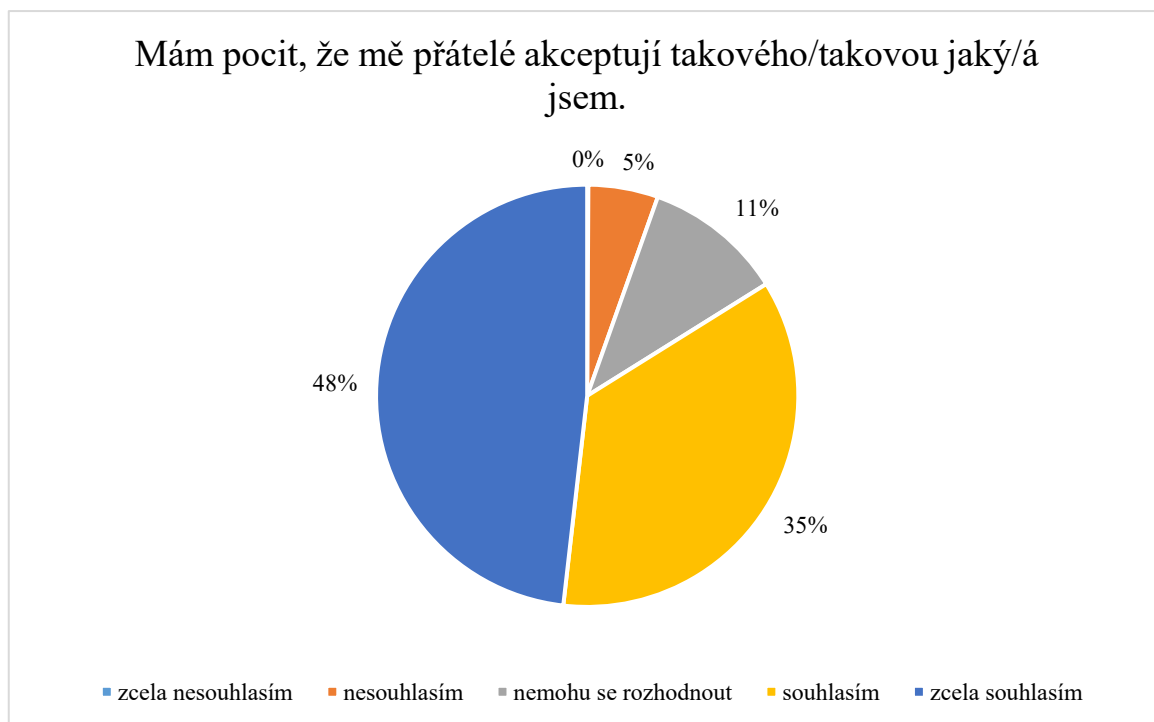
## Otázka číslo 25 – Přátelé mě podporují v tom, abych dosáhl/a lepší kondice.



Graf 23: Přátelé mě podporují v tom, abych dosáhl/a lepší kondice.

Z dat zjištěných dvacátou pátou otázkou, převzatou z dotazníku SATAQ-4 (Thompson et al., 2011) víme, že 39 (34,5 %) respondentů s tímto výrokem souhlasí a 17 (15 %) respondentů s ním zcela souhlasí. Celkem 29 (25,7 %) respondentů se nemohlo rozhodnout, zda s výrokem souhlasí či nikoli. Počet respondentů, kteří s výrokem zcela nesouhlasili byl 14 (12,4 %) a ti, kteří s tím nesouhlasili byl rovněž 14 (12,4 %).

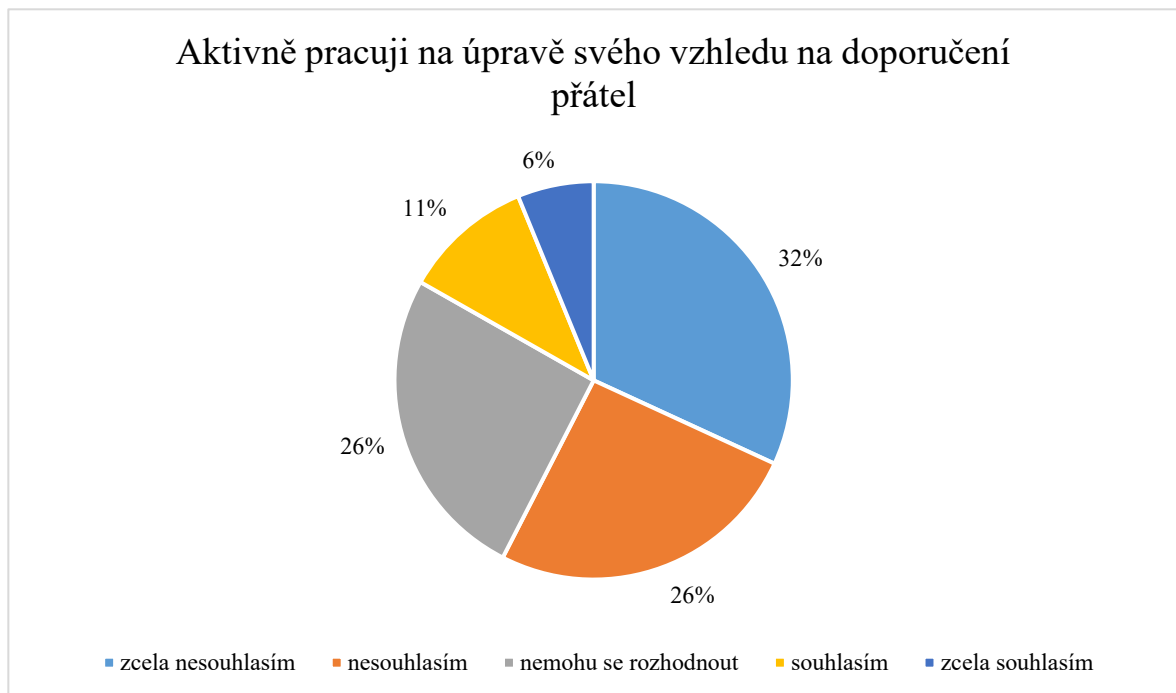
Otázka číslo 26 – **Mám pocit, že mě přátelé akceptují takového/takovou jaký/á jsem.**



Graf 24: Mám pocit, že mě přátelé akceptují takového/takovou jaký/á jsem

Z dat otázky vlastní konstrukce, dvacet šest, jsme zjistili, že naprostá většina dotazovaných má pocit, že je přátele berou takové, jací jsou. Jedná se o 54 (47,8 %) dotazovaných, kteří s výrokem naprosto souhlasí a 40 (35,4 %) dotazovaný, kteří s ním souhlasí. Celkem 12 (10,6 %) z dotazovaných se nemohlo rozhodnout. Našli se i dotazovaní kteří s výrokem nesympatizovali. Celkově bylo 6 (5,3 %) respondentů, kteří s výrokem nesouhlasili, jeden (0,9 %) respondent dokonce zcela nesouhlasil. V období ranné adolescence se jedinci začínají od rodiny osamostatňovat a hledají jistotu, kterou měli původně ve členech rodiny, u svých vrstevníků (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 154). Proto je důležité, aby se dospívající obklopovali jedinci, kteří je akceptují takové, jací jsou.

Otázka číslo 27 – Aktivně pracuji na úpravě svého vzhledu na doporučení přátel.



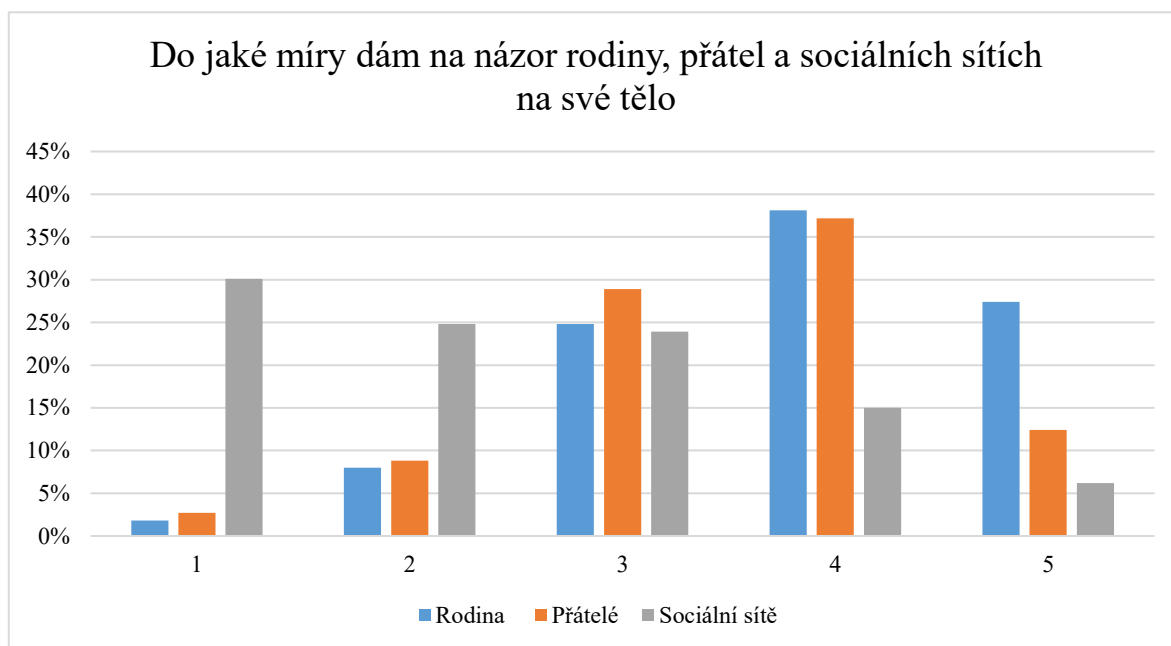
Graf 25: Aktivně pracuji na úpravě svého vzhledu na doporučení přátel

S dvacátou osmou otázkou, která je vlastní konstrukce se respondenti převážně neztotožňovali. Celkem 36 (31,9 %) respondentů s výrokem zcela nesouhlasilo a 29 (25,7 %) respondentů nesouhlasilo. 29 (25,7 %) respondentů se nemohlo rozhodnout, zda s výrokem souhlasí či nikoli. Naopak 12 (10,6 %) respondentů s výrokem souhlasilo a 7 (6,2 %) dokonce zcela souhlasilo. Stejně jako v případě rodiny velký počet respondentů s tímto výrokem nesouhlasí. Toto tvrzení koresponduje s otázkou číslo dvacet tři a dvacet čtyři. Z dat těchto dvou otázek jsme se dozvěděli, že dotazovaní necítí nátlak ze strany přátel na to, aby změnili svůj vzhled a svou váhu. Z toho důvodu není potřeba, aby na doporučení přátel aktivně měnili svůj vzhled.

Otázka číslo 28 – **Do jaké míry dám na názor rodiny, přátel a sociálních sítí na své tělo, je vlastní konstrukce.**

Respondenti, měli odpovídat na škále Likertova typu, kdy 1 znamenala nejméně a 5 znamenala nejvíce.

Graf 26: Do jaké míry dám na názor rodiny, přátel a sociálních sítí na své tělo



Z grafu lze jednoznačně vyčíst, že nejvíce respondentů dá v otázce vlastního těla na názor rodiny. Při bodování u možnosti rodiny dalo 4 body, 43 (38,1 %) respondentů a 5 bodů 31 (27,4 %) respondentů. V podobě 3 bodů vyjádřilo svůj názor 28 (24,8 %) respondentů. 2 body v otázce rodiny vyjádřilo 9 (8 %) respondentů a pouhý 1 bod vyjádřili 2 (1,8 %) respondenti. Dále z grafu vyčteme že se přátelé umístili na druhém místě v otázce názoru na tělo respondenta. 44 (38,9 %) respondentů se na bodové škále vyjádřilo 3 body. 42 (37,2 %) respondentů dali přátelům 4 body a 14 (12,4 %) jim dalo bodů 5. Jako 2 body na škále, vnímá názor přátel na jejich tělo 10 (8,8 %) respondentů a 3 (2,7 %) respondenti názor přátel na jejich tělo vnímají nejméně, tedy 1 bodem. Názor sociálních sítí na tělo respondentů vnímají převážně nejméně. Přesněji 34 (30,1 %) respondentů nedá na názor sociálních sítí vůbec a 28 (24,8 %) respondentů sociální síť na bodové škále označili bodem 2. Bodem 3 sociální síť označilo 17 (15 %) respondentů. Pro 7 (6,2 %) respondentů je názor sociálních sítí na jejich tělo nejvíce důležitý.



## 5.1 Shrnutí výsledků

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jakou úlohu sehrávají sociální sítě v životě dospívajících a jaký mají z jejich pohledu dopad na sebepojetí v kontextu body image. Výzkum byl prováděn kvantitativním výzkumem a samotný sběr dat byl proveden dotazníkovým šetřením online formou. Dostupný výběr tvořili žáci druhého stupně v Jihomoravském kraji. Výzkumu se účastnilo 113 jedinců ve věkovém rozmezí 11-15 let.

### 1. Dílčí výzkumný cíl – **Zjistit, které sociální sítě dospívající využívají nejčastěji.**

Z výsledku šetření můžeme konstatovat, že sociální sítě u jedinců v období rané adolescence jsou velmi populární. Respondenti nejčastěji využívají sociální sítě Instagram (73,5 %), Tiktok (60,2 %) a Youtube (51,3 %). Na sociálních sítích tráví poměrně velkou čas svého volného času. Výsledky dat na otázku, kolik času denně stráví na sociálních sítích byly poměrně vyrovnané. Celkem 28,3 % respondentů uvedlo, že na sociálních sítích nejčastěji tráví 1-2 hodiny denně. Dohromady 27,4 % respondentů uvedlo, že na sociálních sítích stráví 2-3 hodiny denně, stejný počet respondentů, 27,4 %, uvedlo, že a sociálních sítích stráví 3 a více hodin, což už je poměrně alarmující číslo. Z dat jsme zjistili, že dospívající sociální sítě používají nejčastěji z důvodu komunikace a sledování veřejně známých osobností. Ke komunikaci využívá sociální sítě 85 % respondentů a ke sledování veřejně známých osobností 54,9 % respondentů. Myslíme si, že veřejně známé osobnosti působící na sociálních sítích mohou mít veliký dopad na jedince, především mladšího věku, kteří jsou snadno ovlivnitelní. V návaznosti na tuto domněnku jsme se zjistili, že 64,6 % respondentů na sociálních sítích sledují celebrity a influencery a 60,2 % život přátel. Prostřednictvím dotazníkového šetření jsme také zjistili, že 63,7 % respondentů sami vytváří obsah na sociálních sítích v podobě fotografií a videí.

### 2. Dílčí výzkumný cíl – **Zjistit, vliv obsahu sociálních sítí na psychiku a sebepojetí dospívajícího.**

Pro získání dat druhého dílčího cíle, jsme využili otázky formou škály Likertova typu. Ze získaných dat jsme, po sečtení odpovědí souhlasím a zcela souhlasím, zjistili, že 45,1 % respondentů porovnává své tělo s ostatními lidmi na sociálních sítích. Také jsme zjistili že 42,5 % respondentů cítí tlak ze strany sociálních sítí na to, aby vylepšili svůj vzhled. Tento fakt, může být zapříčiněn tím, že sociální sítě ne vždy předkládají reálný obsah v kontextu tělesného a vizuálního vzhledu osob, kteří na sociálních sítích působí, ovšem to je pouze naše mínění. Přestože respondenti svá těla porovnávají s lidmi na sociálních sítích a mají pocit,

že by měli svůj vzhled vylepšit, k úpravě váhy je sociální sítě do takové míry neovlivňují. Neboť 59,3 % respondentů odpovědělo, že ze strany sociálních sítí nepocítují nátlak na to, aby upravili svoji aktuální váhu. Naopak 39,8 % respondentů je názoru opačného, tito jedinci nátlak na úpravu váhy z důvodu sociálních sítí pocítují. Zbýlých 11,5 % respondentů se nedokázalo rozhodnout. Ovšem 59,3 % respondentů nezáleží na tom, aby se jejich tělesný vzhled shodoval s osobami na sociálních sítích. Na otázku, zda cítí pocit méněcennosti při sledování obsahu na sociálních sítích odpovědělo 52,2 % respondentů, že se s výrokem neshodují. Zatímco počet 15,9 % respondentů se nedokázalo rozhodnout, zda pocit méněcennosti pocítuje či nikoli. Tato skutečnost koresponduje s fakty, které jsou o dospívajících uvedeny v teoretické části v podkapitole „Emoční vývoj“. Na závěrečnou otázku, která se vztahovala k tomuto dílčímu cíli, zda jsou respondenti spokojeni se svým tělem při sledování sociálních sítí, 38,9 % respondentů uvedlo, že jsou se svým tělem spokojeni. Naopak 33,6 % respondentů je se svým tělem při sledování sociálních sítí nespokojeno. Zbýlých 27,4 % respondentů se neumělo rozhodnout, neboť jsou ve věku, kdy si nejsou jisti svými názory. Tento fakt opět vychází z teoretické části práce, z podkapitoly „Emoční vývoj“.

### 3. dílčí cíl – **Zjistit, vliv obsahu sociálních sítí na aktivní změnu vzhledu dospívajících.**

Pro získání dat třetího dílčího cíle, jsme opět využili otázky formou škály Likertova typu. Po sečtení odpovědí souhlasím a zcela souhlasím, jsme zjistili, že 42,5 % respondentů má pocit, že v nich sociální sítě vyvolávají pocit, že na svém těle musí něco změnit. Avšak pouze 15 % aktivně pracuje na změně vzhledu na popud sociálních sítí. Také 77 % respondentů uvedlo, že neučinili, žádné změny ve stravování z důvodu sociálních sítí. Tato skutečnost je dle našeho názoru optimistická, protože sociální sítě jsou zahlceny různými radami na úpravu stravování s cílem rychlého zhubnutí. Tyto rady jsou však ve většině případech bezvýsledná, a především škodí zdraví (ČTK, 2018). K dílčímu cíli se také vztahovala otázka, zda respondenti zařadili do svého života více pohybu s cílem vypadat jako lidé na sociálních sítích, 53,1 % respondentů odpověděla, že nikoli.

### 4. dílčí cíl – **Zjistit, jak důležitý je pro respondenty názor okolí na jejich vzhled.**

V posledním výzkumném dílčí cíli jsme se věnovali tomu, jak důležitý je pro respondenty názor okolí na jejich vzhled. Konkrétně jsme se zaměřili na rodinu, přátele a sociální sítě. Celkem 67,3 % respondentů uvedlo, že necítí tlak ze strany členů rodiny na to, aby vylepšili svůj vzhled. V případě přátel, se jednalo o 69,9 % respondentů, kteří tento tlak ze strany přátel necítí. Co se týče otázky tělesné váhy, tak 73,5 % respondentů necítí tlak ze strany

rodiny na to, aby zhubli a v případě přátel je to 77,8 %. Můžeme sledovat malý, ale patrný rozdíl mezi tím, jak jedinci vnímají názor rodiny a přátel na jejich vzhled. V období rané adolescence se totiž jedinci začínají od rodiny osamostatňovat a hledají jistotu, kterou měli původně ve členech rodiny, u svých vrstevníků (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 154). Z toho důvodu můžeme předpokládat, že více respondentů nepocituje nátlak ze strany přátel na změnu vzhledu ani úpravu váhy, protože v nich mají novou oporu a plně jim důvěřují. O tom také vypovídá fakt, že 83,2 % respondentů má pocit, že je přátelé berou takoví, jací jsou. U rodičů má takový pocit 79,6 % respondentů. Přestože z výsledků jednotlivých otázek vyplynulo, že respondenti dají spíše na názor přátel než rodiny v oblasti jejich vzhledu. Naopak na otázku týkající se jejich těla dají respondenti spíše na názor rodiny, přesněji 65,5 %, na názor přátel dá 49,6 %. Na názor sociálních sítí na tělesný vzhled respondentů dá v porovnání s rodinou a přáteli pouhých 21,2 %.

Po shrnutí dat, které nám napomohly ke zjištění čtyř stanovených dílčích výzkumných cílů se naplnil hlavní výzkumný cíl bakalářské práce – Zjistit, jakou úlohu sehrávají sociální sítě v životě dospívajících a jaký mají z jejich pohledu dopad na sebepojetí v kontextu body image.

## 5.2 Doporučení pro praxi

Přestože z výsledků práce je patrné, že na tělesné sebepojetí jedinců v období rané adolescence nemají sociální sítě velký dopad, našli se jedinci, kteří se s tímto tvrzením neztotožňují. Z toho důvodu si myslíme, že by ve školských zařízeních v rámci prevence o nebezpečí používání internetu, měl být kladen větší důraz na nebezpečí vlivu sociálních sítí. Prevence by mohla probíhat ve formě preventivních programů či přednášek. Je důležité poukázat na tento problém z důvodu toho, že sociální sítě nepředkládají jedincům reálný obsah, ale jen upravené fotografie či videa. Tento fakt je nutné, aby si jedinci uvědomili. Tím by se zabránilo negativnímu pohledu na jejich tělesné sebepojetí, sebevědomí nebo zabránění k utvoření nezdravého vztahu k vlastnímu tělu. Tento negativní vztah k vlastnímu tělu, by mohl v nějakých případech vyústit například k rizikovému chování v podobě poruch příjmu potravy.

## 5.3 Diskuze

Z tvrzení autorky Thorové (2015, s. 432), která uvedla, že se u dospívajících jedinců střídají pocity méněcennosti a relativní spokojenosti vyplývá, že jsou nálady a prožitky nestabilní a

často měnivé. S tímto výrokem můžeme souhlasit na základě výsledků našeho výzkumného šetření. Konkrétně při otázce, zda respondenti pocítují méněcennost při sledování obsahu na sociálních sítích, tak přesně 31,8 % respondentů zvolilo, že se tak cítí při zhlédnutí obsahu. Zároveň se utvrzují fakta, že adolescenti jsou nerozhodní anebo své tvrzení často mění a nejsou si jistí správností. Dohromady 15,9 % jedinců se nemohlo rozhodnout, zde pocity méněcennosti při sledování obsahu aplikací pocítuje nebo nepocítuje. Nedílnou součástí každodenní činnosti je komunikace prostřednictvím sociálních sítí, sledování života ostatních či vytváření vlastního obsahu. Na moderních technologiích mohou adolescenti strávit i několik hodin denně, na tento fakt taktéž upozorňuje autorka Thorová, se kterým se ztotožňujeme. Celkem 31 respondentů uvedlo, že svůj volný čas věnují sociálním sítím 1-2 hodiny denně. Překvapující fakt je, že jen o jednoho respondenta více, tedy 32 jedinců, tráví na sociálních sítích 3 hodiny a více. Tento počet hodin strávený denně na sociálních sítích může být zapříčiněn nejen neustálým vývojem technologií, ale i pandemií covidu-19. Během pandemie dospívající trávili většinu volného času ve svých domácnostech a častěji se uchýlovali k moderním technologiím. Nejvíce jsou sociální sítě využívány pro komunikaci. Myslíme si, že to je jedna z hlavních výhod používání sociálních sítí. Člověk se může spojit s kýmkoliv, kdykoliv a kdekoliv. Nesmíme však zapomenout na fakt, že se tato komunikace může stát nebezpečnou. Nebezpečí se může vyskytnout ve formě kyberšikany, která může být zapříčiněna například právě tělesným vzhledem.

Z výsledků jsme zjistili, že 45,1 % respondentů se porovná svůj tělesný vzhled s ostatními jedinci na sociálních sítích. V návaznosti na tuto skutečnost cítí 42,5 % respondentů nátlak ze strany sociálních sítí na to, aby na svém těle něco změnili. I přes tyto výsledky, pouze 15 % respondentů aktivně pracuje na změně svého tělesného z důvodu sociálních sítí. Přestože je 15 % oproti 42,5 % menší číslo, dle našeho názoru by bylo lepší, kdyby bylo ještě menší. Nejen dospívající, ale všichni by si měli uvědomit, že je na sociálních sítích lidem předkládána nepravá představa vzhledu, a to především na Instagramu (Narins, 2017 cit. dle Nanji, 2021). Fotografie, které jedinci sdílejí jsou nadměrně upravovány do takové míry, aby to ostatní nepoznali, z toho důvodu se může u jedinců, kteří tyto fotografie vidí nižší sebevědomí a pochyby o sobě samém (Brown & Tiggemann, 2021 cit. dle Nanji, 2021). Z toho důvodu je podstatné, aby si jedinci uvědomili, že ne vždy je na sociálních sítích zaznamenávána realita (Nanji, 2021).

Podle webové stránky Agionet (2021) je v dnešním světě jednou z nejvíce používaných sociálních sítí právě sociální síť Instagram. S tímto výrokem se ztotožňujeme, neboť jsme z šetření zjistili, že tuto sociální síť používá 73,5 % respondentů.

## ZÁVĚR

Sociální sítě jsou v současné době něco, bez čeho si lidé neumí svůj život již představit. Obzvláště pokud se jedná o adolescenty, kteří prostřednictvím sociálních sítí komunikují, sdílejí fotografie či tvoří obsah.

V teoretické části práce, která byla rozdělena na tři kapitoly, jsme objasnily základní pojmy, spojené s tématem „Body image a sociální sítě z pohledu dospívajících“. Zaměřili jsme se na vymezení období dospívání, tělesnou proměnou, kterou si jedinci v tomto období procházejí, dále emočním vývojem a vývojem sebepojetí dospívajících. Dále jsme se zaměřili na tematiku body image. Zde jsme se věnovali tomu, jaký mají jedinci postoj k vlastnímu tělu, jaký byl ideál tělesného vzhledu v minulosti a jaký je v současnosti. Také jsme se zaměřili přiblížení vnímání rozdílu mezi tělesným sebepojetím mužů a žen a taktéž, jaký vliv mají média na body image. Dále jsme se věnovali sociálním sítím. Především jejich vývoji a vymezení konkrétních sociálních sítí. Tyto pojmy jsme následně propojily s naším výzkumem v praktické části práce.

Praktická část bakalářské práce byla pro zjištění hlavního výzkumného cíle, jakou úlohu sehrávají sociální sítě v životě dospívajících a jaký mají z jejich pohledu dopad na sebepojetí v kontextu body image, realizována dotazníkovým šetřením. Dotazníkové šetření bylo tvořeno 30 otázkami, které byly kombinací otázek vlastní konstrukce a převzatých či upravených otázek z dotazníků SATAQ-3 (Thompson et al., 2004) a SATAQ-4 (Thompson et al., 2011). Díky výsledkům dotazníkového šetření jsme zjistili, že na sociálních sítích tráví dospívající velkou část svého volného času. Jako nejpoužívanější sociální síť uvedli respondenti Instagram, pomocí které mohou sledovat kohokoliv, kdo na této sociální síti vlastní profil. Veliké množství respondentů uvedlo, že cítí nátlak ze strany sociálních sítí na zlepšení svého vzhledu, avšak malé množství pracuje na aktivní změně svého vzhledu na popud sociálních sítí. Z celkových výsledků jsme zjistili, že dospívající nekladou velký důraz na názory sociálních sítí v otázce jejich tělesného vzhledu.

V doporučení pro praxi jsme se věnovali preventivním programům a přednáškám, které by napomohli k osvětě předkládání nereálného obsahu na sociálních sítích v rámci prevence o nebezpečí používání internetu. Tento problém je totiž spojen s negativním dopadem na tělesné sebepojetí jedinců, kteří sociální sítě používají. Jelikož se svět technologií neustále vyvíjí, sociální sítě začínají používat čím dál mladší jedinci, kteří budou sociálními sítěmi v kontextu body image ovlivněni a nejen dospívající, na které byl náš výzkum zaměřen.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] Agionet.cz [online]. 2021 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.agionet.cz/sluzby/internet-servis/online-podnikani/nejoblibenejsi-socialni-site>
- [2] BERNAZZANI, Sophia. Blog.hubspot.com [online]. 2021 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://blog.hubspot.com/marketing/instagram-stories>
- [3] ČTK. Aktualne.cz [online]. 2021 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/nejrychleji-rostouci-siti-v-cesku-je-tiktok-s-21-pct-zuzivate/r~55537242d7f611eba7d80cc47ab5f122/>
- [4] ČTK. Novinky.cz [online]. 2018 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zena/zdravi/clanek/trendy-diety-ktere-nefunguji-casto-jsou-i-zdravi-skodlive-40247514>
- [5] Dictionary.com [online]. 2022 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://www.dictionary.com/browse/meme>
- [6] EDMONDS, Rhys. Centreformentalhealth.org.uk [online]. 2021 [cit. 2022-04-26]. Dostupné z: <https://www.centreformentalhealth.org.uk/blogs/anxiety-loneliness-and-fear-missing-out-impact-social-media-young-peoples-mental-health#:~:text=FOMO%20has%20been%20linked%20to,time%20together%20in%20one's%20absence.>
- [7] FIALOVÁ, Ludmila. Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla. Praha: Grada, 2006. Psychologie pro každého. ISBN 80-247-1350-0.
- [8] FIALOVÁ, Ludmila a František David KRCH. Pojetí vlastního těla – zdraví, zdatnost, vzhled. Praha: Karolinum, 2012, 278 s. ISBN 9788024621609.
- [9] FISCHER, Slavomil a JIŘÍ ŠKODA. Sociální patologie: závažné sociálně patologické jevy, příčiny, prevence, možnosti řešení. 2., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2014, 231 s. Psyché. ISBN 9788024750460.
- [10] GEYSER, Werner. Influencermarketinghub.com [online]. 2022 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://influencermarketinghub.com/what-is-tiktok/>
- [11] GIL, Paul. Lifewire.com [online]. 2021 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331>

- [12] GILES, David. Psychologie médií. Praha: Grada, 2012, 185 s. Z pohledu psychologie. ISBN 9788024739212.
- [13] GROGAN, Sarah. Body image: psychologie nespokojenosti s vlastním tělem. Praha: Grada, 2000. Psyché. ISBN 80-7169-907-1.
- [14] HOWARD, Jacqueline. Edition.cnn.com [online]. 2018 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2018/03/07/health/body-image-history-of-beauty-explainer-intl/index.html>
- [15] CHRÁSKA, Miroslav. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016, 254 s. Pedagogika. ISBN 9788024753263
- [16] Internetembezpecne.cz [online]. 2019 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/socialni-media/socialni-site/>
- [17] LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. Vývojová psychologie. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006, 368 s. Psyché. ISBN 8024712849.
- [18] MACEK, Petr. Adolescence. Vyd. 2., upr. Praha: Portál, 2003, 141 s. ISBN 8071787477.
- [19] MOREAU, Elise. Lifewire.com [online]. 2020 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/what-is-snapchat-3485908>
- [20] MOREAU, Elise. Lifewire.com [online]. 2020 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/youtube-101-3481847#:~:text=YouTube%20is%20a%20free%20video,search%20engine%20behind%20Google%20Search>
- [21] MOREAU, Elise. Lifewire.com [online]. 2022 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/how-to-use-pinterest-3486578>
- [22] NATIONS, Daniel. Lifewire.com [online]. 2021 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>
- [23] NANJI, Inara. Sciencetranslated.org [online]. 2021 [cit. 2022-04-23]. Dostupné z: [https://sciencetranslated.org/the-far-reaching-influence-of-celebrities-on-body-image-and-eating-disorders/?utm\\_source=rss&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=the-far-reaching-influence-of-celebrities-on-body-image-and-eating-disorders](https://sciencetranslated.org/the-far-reaching-influence-of-celebrities-on-body-image-and-eating-disorders/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=the-far-reaching-influence-of-celebrities-on-body-image-and-eating-disorders)



- [24] PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální síť. Praha: Oeconomica, 2010, 181 s. ISBN 9788024517421.
- [25] PERRIGO, Billy. Time.com [online]. 2021 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://time.com/6098771/instagram-body-image-teen-girls/>
- [26] SANDOIU, Ana. How does social media use affect our body image?. MEDICAL NEWS TODAY [online]. 2018 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/323725>
- [27] Statista.com [online]. 2022 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- [28] Školy a školská zařízení za školní rok 2020/2021. Český statistický úřad [online]. 31.8. 2021 [cit. 2022-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/143118302/230042210201.pdf/2eee56cf-6aa2-4546-8f1b-3bde05281de1?version=1.1>
- [29] TILLMAN, Maggie. Pocket-lint.com [online]. 2021 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.pocket-lint.com/apps/news/146960-what-is-tiktok-the-musical-ly-successor-explained>
- [30] TILLMAN, Maggie. Posket-lint.com [online]. 2022 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.pocket-lint.com/apps/news/snapchat/131313-what-is-snapchat-how-does-it-work-and-what-is-it-used-for>
- [31] Thompson, J. K., Schaefer, L. M., Burke, N. L., Heinberg, L. J., Calogero, R. M., Bardone-Cone, A. M., ...Vercellone, A. C. (2011, September). Development and Validation of the 4th version of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (SATAQ-4). Poster presented at the annual Eating Disorder Research Society Meeting, Edinburgh, Scotland.
- [32] Thompson, J. K., Van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, S., A., Heinberg, L. J., (2003, June). Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3 (SATAQ-3).
- [33] THOROVÁ, Kateřina. Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt. Praha: Portál, 2015, 575 s. ISBN 9788026207146.
- [34] VÁGNEROVÁ, Marie. Psychický vývoj dítěte v náhradní rodinné péči. Praha: Středisko náhradní rodinné péče, 2012. ISBN 978-80-87455-14-2.

- [35] VÁGNEROVÁ, Marie. Vývojová psychologie: dětství a dospívání. Vyd. 2., rozš. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, 531 s. ISBN 9788024621531.
- [36] VÁGNEROVÁ, Marie a Lidka LISÁ. Vývojová psychologie: dětství a dospívání. Vydání třetí, přepracované a doplněné. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2021. ISBN 978-80-246-4961-0.
- [37] VAN EDWARDS, Vanessa. Scienceofpeople.com [online]. [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://www.scienceofpeople.com/beauty-standards/#content>
- [38] WISE, Jason. Earthweb.com [online]. 2022 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://earthweb.com/history-of-instagram/>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

Apod.        A podobně

Atd.         A tak dále

FOMO        Fear of Missing Out

SATAQ-3    Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire – 3

SATAQ-4    Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire – 4

Tzv.         Tak zvaně

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Jaké sociální sítě používáš nejčastěji? .....	33
Graf 2: Kolik času denně strávíš na sociálních sítích? .....	34
Graf 3: Z jakého důvodu používáš sociální sítě? .....	35
Graf 4: Jaký obsah na sociálních sítích sleduješ? .....	36
Graf 5: Vytváříš ty sám/a obsah na sociálních sítích? (zveřejňování fotek/ videí) .....	37
Graf 6: Porovnávám své tělo s ostatními lidmi na sociálních sítích. ....	38
Graf 7: Cítím tlak ze strany sociálních sítí na to, abych vylepšil/a svůj vzhled. ....	39
Graf 8: Pociťuji tlak ze strany sociálních sítí k úpravě váhy .....	40
Graf 9: Záleží mi na tom, aby mé tělo vypadalo stejně jako lidé na sociálních sítích. ....	41
Graf 10: Mám pocit méněcennosti při sledování obsahu na sociálních sítích. ....	42
Graf 11: Jsem spokojen/á se svým tělem při sledování sociálních sítí. ....	42
Graf 12: Sociální sítě ve mně vyvolávají pocit, že na mém těle musím něco změnit .....	44
Graf 13: Aktivně pracuji na změně vzhledu po zhlédnutí sociálních sítí. ....	45
Graf 14: Změnil/a jsem styl stravování pro dosažení cíle vypadat jako lidé na sociálních sítích. ....	45
Graf 15: Zařadil/a jsem více pohybu do svého každodenního života k dosažení cíle, vypadat jako lidé na sociálních sítích. ....	46
Graf 16: Cítím tlak ze strany členů rodiny na to, abych vylepšil/a svůj vzhled .....	48
Graf 17: Cítím tlak ze strany členů rodiny na to, abych zhubl/a .....	49
Graf 18: Členové rodiny mě podporují v tom, abych dosáhl/a lepší kondice .....	50
Graf 19: Aktivně pracuji na úpravě svého vzhledu na doporučení rodiny. ....	50
Graf 20 Mám pocit, že mě rodiče akceptují takového/ takovou jaký/á jsem. ....	51
Graf 21: Cítím tlak ze strany přátel na to, abych vylepšil/a svůj vzhled. ....	52
Graf 22: Cítím tlak ze strany přátel na to, abych zhubl/a. ....	53
Graf 23: Přátelé mě podporují v tom, abych dosáhl/a lepší kondice. ....	53
Graf 24: Mám pocit, že mě přátelé akceptují takového/takovou jaký/á jsem. ....	54
Graf 25: Aktivně pracuji na úpravě svého vzhledu na doporučení přátel .....	55
Graf 26: Do jaké míry dám na názor rodiny, přátel a sociálních sítích na své tělo .....	56

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Složení výběrového souboru .....	31
---	----

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

## PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Dobrý den,

jmenuji se Klára Kučerová a jsem studentkou oboru Sociální pedagogika na Fakultě humanitních studií na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Ráda bych Tě poprosila o vyplnění dotazníku mé bakalářské práce na téma „Body image a sociální sítě z pohledu dospívajících“. Ujišťuji Tě, že dotazník je anonymní a jeho výsledky budou sloužit pouze ke zpracování již uvedené bakalářské práce. V dotazníku neexistují špatné odpovědi.

Předem Ti děkuji za Tvůj čas a spolupráci.

1. Pohlaví: žena / muž
2. Věk:
  - a. 11
  - b. 12
  - c. 13
  - d. 14
  - e. 15
3. Jaké sociální sítě používáš nejčastěji?
  - a. Instagram
  - b. Facebook
  - c. Tiktok
  - d. Twitter
  - e. Snapchat
  - f. Youtube
  - g. Pinterest
  - h. Jiné: \_\_\_\_\_
4. Kolik času denně strávíš na sociálních sítích?
  - a. Méně než hodinu
  - b. 1-2 hodiny

- c. 2-3 hodiny
  - d. 3 a více hodin
  - e. Nevím
  - f. Nejsem na sociálních sítích
5. Z jakého důvodu používáš sociální sítě?
- a. Komunikace
  - b. Inspirace
  - c. Edukace
  - d. Novinky
  - e. Hraní her
  - f. Sledování známých osobností
  - g. Tvoření vlastního obsahu
  - h. Hledání nových přátel
  - i. Jiné: \_\_\_\_\_
6. Jaký obsah na sociálních sítích sleduješ?
- a. Celebrity, Influenceři
  - b. Život přátel
  - c. Životní styl
  - d. Sport
  - e. Fitness
  - f. Móda
  - g. Beauty trendy
  - h. Vaření
  - i. Jiné: \_\_\_\_\_
7. Vytváříš Ty sám/a obsah na sociálních sítích? (zveřejňování fotek/ videí...)
- a. Ano
  - b. Ne



**Vyber prosím výrok, který nejlépe vystihuje Tvůj názor na stupnici od 1 (zcela nesouhlasím) do 5 (zcela souhlasím).**

**1 = zcela nesouhlasím      2 = nesouhlasím      3 = nemohu se rozhodnout**

**4 = souhlasím      5 = zcela souhlasím**

8. Porovnávám své tělo s ostatními lidmi na sociálních sítích.

1      2      3      4      5

9. Cítím tlak ze strany sociálních sítí na to, abych vylepšil/a svůj vzhled.

1      2      3      4      5

10. Pociťuji nátlak ze strany sociálních sítí k úpravě váhy.

1      2      3      4      5

11. Záleží mi na tom, aby moje tělo vypadalo stejně jako lidé na sociálních sítích.

1      2      3      4      5

12. Mám pocit méněcennosti při sledování obsahu na sociálních sítích.

1      2      3      4      5

13. Jsem spokojená se svým tělem při sledování sociálních sítí.

1      2      3      4      5

14. Sociální sítě ve mně vyvolávají pocit, že na svém těle musím něco změnit.

1      2      3      4      5

15. Aktivně pracuji na změně vzhledu po zhlédnutí sociálních sítí.

1      2      3      4      5

16. Změnil/a jsem styl stravování pro dosažení cíle, vypadat jako lidé na sociálních sítích

1      2      3      4      5

17. Zařadil/a jsem více pohybu do svého každodenního života k dosažení cíle, vypadat jako lidé na sociálních sítích

1      2      3      4      5

18. Cítím tlak ze strany členů rodiny na to, abych vylepšil svůj vzhled.

1      2      3      4      5

19. Cítím tlak ze strany členů rodiny na to, abych zhubl/a.

1      2      3      4      5

20. Členové rodiny mě podporují v tom, abych dosáhl lepší kondice.

1      2      3      4      5

21. Aktivně pracuji na úpravě svého vzhledu na doporučení rodiny

1      2      3      4      5

22. Mám pocit, že mě rodiče akceptují takového/ takovou jaká jsem.

1      2      3      4      5

23. Cítím tlak ze strany přátel na to, abych vylepšil svůj vzhled.

1      2      3      4      5

24. Cítím tlak ze strany přátel na to, abych zhubl/a.

1      2      3      4      5

25. Přátelé mě podporují v tom, abych dosáhl lepší kondice

1      2      3      4      5

26. Mám pocit, že mě přátelé akceptují takového/ takovou jaký/á jsem.

1      2      3      4      5

27. Aktivně pracuji na úpravě svého vzhledu na doporučení přátel

1      2      3      4      5

28. Do jaké míry dám na názor rodiny, přátel a sociálních sítí na mé tělo. (1 = nejméně, 5 = nejvíce)

Rodina	1	2	3	4	5
--------	---	---	---	---	---

Přátelé	1	2	3	4	5
---------	---	---	---	---	---

Sociální síť	1	2	3	4	5
--------------	---	---	---	---	---