

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI**

**PEDAGOGICKÁ FAKULTA**

**Katedra psychologie a patopsychologie**

**Bakalářská práce**

Lucie Frelichová

Body image dospívajících a sociální sítě

Olomouc 2021

vedoucí práce: PhDr. Soňa Lemrová, Ph.D.

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Body image dospívajících a sociální sítě“ vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a informačních zdrojů.

V Olomouci dne .....

.....

Lucie Frelichová

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala PhDr. Soně Lemrové, Ph.D. za odborné vedení, za pomoc a rady při zpracování této práce. Dále bych chtěla poděkovat všem žákům, kteří vyplnili dotazníkové šetření a učitelům, kteří mi pomohli s jeho distribucí.

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá sociálními sítěmi a body image dospívajících. Cílem bylo zmapovat problematiku sociálních sítí a body image u dospívajících jedinců. V teoretické části rozebírám, co je to body image a jak se jeho obraz vyvíjel z hlediska historie a také jaké jsou rizika, pokud je body image narušeno. Dále popisuji, co to jsou sociální sítě a které jsou celosvětově nejoblíbenější. V praktické části se snažím zjistit, kolik času dospívající na sociálních sítích tráví, jaké sociální sítě využívají a zda to vede k inspiraci na jejich image. Vyhodnocení probíhalo pomocí kvantitativního šetření pomocí polostrukturovaného dotazníku. Výsledky ukazují, že na sociálních sítích tráví více času dívky a také že je sociální sítě více ovlivňují.

## **Klíčová slova**

Body image, dospívající, sociální sítě, základní škola, střední škola, pubescence, adolescence, internet

## **Abstract**

This bachelor thesis is about social media and adult's body image. The goal of this thesis is to map problems about social media and adult's body image. The theoretical part deals, what is the concept of the body image and how it was change in history, and risks of disruption of body image, too. I wrote about what is social media and which are word's most used social media. The practical part introduces how much time are adolescent online on social media, which social media they use, and if it's inspire their body image. Evaluation was by qualitative research and semistructured form. Results od this research presents, that the girls spend more time online than boys and are more influenced by social media.

## **Key words**

Body image, adolescents, social media, primary school, secondary school, pubescence, adolescence, Internet

# Obsah

Úvod .....	7
I Teoretická část .....	8
1 Body image .....	9
1.1 Vývoj ideálu krásy z hlediska historie .....	9
1.2 Období dospívání z hlediska psychologie .....	11
1.2.1 Pubescence .....	11
1.2.2 Adolescence .....	12
1.3 Význam body image pro vlastní identitu jedince .....	12
1.4 Problémy s body image .....	13
1.4.1 Poruchy příjmu potravy .....	13
1.4.2 Dysmorfofobie .....	15
1.4.3 Obezita .....	15
1.4.4 Sebepoškozování .....	15
2 Sociální sítě .....	16
2.1 Nejoblíbenější sociální sítě .....	17
2.1.1 Facebook .....	17
2.1.2 Instagram .....	17
2.1.3 TikTok .....	17
2.2 Dospívající na internetu, rizika internetu .....	18
2.2.1 Kyberšikana .....	18
2.2.2 Influenceři .....	19
2.2.3 Vliv sociálních sítí .....	19
II Praktická část .....	21
3 Výzkumná část .....	22
3.1 Úvod do výzkumné části, cíle práce .....	22
3.2 Charakteristika zkoumaného souboru .....	22
3.2.1 Popis zkoumaného souboru .....	23
3.3 Aplikovaná metodika .....	24
3.4 Metoda analýzy dat .....	24
3.5 Výsledky práce .....	24
3.6 Diskuze .....	35

3. 6. 1	Limity práce .....	36
ZÁVĚR .....		38
Seznam literatury a použitých zdrojů.....		40
Elektronické zdroje.....		42
Seznam tabulek .....		44
Seznam příloh.....		46

## Úvod

Sociální sítě se ve 21. století staly součástí života každého z nás. Ne každý má na některé založený profil, ale i tak se s některou z nich určitě již setkal, ať už u svých blízkých nebo například v médiích. Nejvíce času na sociálních sítích tráví dospívající lidé. A protože období dospívání je období dotváření vlastní identity a body image, rozhodla jsem se, že tato dvě témata ve své bakalářské práci propojím. K tomuto tématu mě vedlo také to, že jeden z oborů, které studuji je výchova ke zdraví se zaměřením na vzdělávání, kde je toto téma ve výuce také reflektováno a to hlavně z hlediska bezpečnosti žáků a studentů na internetu.

Text mé bakalářské práce je rozdělen do dvou částí, teoretické a praktické. Teoretická část je rozdělena do dvou hlavních kapitol. V první kapitole popisuji, co je to body image a jaký je jeho historický vývoj, dále období dospívání z hlediska psychologie a také problémy spojené s nepřijetím svého body image. V druhé kapitole teoretické části se zabývám sociálními sítěmi a dospívajícími lidmi na internetu.

V praktické části uvádím výsledky výzkumného šetření. Jedná se o kvantitativní výzkum, který proběhl pomocí polostrukturovaného dotazníku.

Cílem této bakalářské práce je teoretické zmapování sociálních sítí u dospívajících a problematiky body image u dospívajících. Dalším cílem je zjistit, zda se inspirace sociálních sítí na body image dospívajících lidí mění v rámci sekundárního stupně vzdělávání a pohlaví.



## **I Teoretická část**

# 1 Body image

Pojem body image bychom do češtiny mohli volně přeložit jako náhled na své vlastní tělo nebo také sebezpojetí.<sup>1</sup> Sebezpojetí bývá považováno za základní složku sebesystému. Jedná se hlavně o přesvědčení o sobě samém (Fialová, Krch 2012, s. 14). Jedná se o složitý proces, kdy se mysl člověka musí vyrovnat se svým vlastním tělem takovým, jakým je, se všemi nedokonalostmi a chybami. V posledních letech se množí výzkumy na téma vliv sociálních sítí na body image jejich uživatelů. Je to zejména proto, že počet uživatelů sociálních sítí každý rok roste a čas strávený nejen na sociálních sítích, ale i na internetu stoupá.

V bohatých západních společnostech je štíhlost většinou spojována se štěstím, úspěchem, mladistvostí a společenskou přijatelností. Nadváha je spojována s leností, nedostatkem vůle a ztrátou kontroly. Nadváha (jak u mužů, tak u žen) je vnímána jako fyzicky neatraktivní a je asociována s dalšími negativními charakteristikami (GROGAN 2000, s. 15). Takovýto obraz ideálu krásy je v naší společnosti protěžován od počátku 20. století.

## 1.1 Vývoj ideálu krásy z hlediska historie

Vývoj ideálu krásy z hlediska historie velmi dobře popisuje Fialová (2006), rozhodla jsem se tedy vycházet z jejích poznatků.

Ve starověkém Řecku se prosazovala kalokagathia, tedy harmonie těla a duše. To znamenalo do pojetí krásy zahrnout nejen fyzické znaky člověka, ale i jeho duševní vlastnosti. Řekové obdivovali především tělesnou zdatnost, a proto bylo mužské tělo považováno za krásnější než tělo ženské. U mužského ideálu krásy tudíž dominoval svalnatý typ těla a u žen zaoblené tvary.

Na rozdíl od Řeků se Římané snažili dosáhnout rovnováhy mezi tělesným vzhledem a charakterem a obdivovali, jak netypické tváře, tak netypické povahy. Velice oceňovali štíhlost a naopak obezitu odsuzovali. To vedlo k takové touze po zachování štíhlosti, že se mezi Římany šířila bulimie, tedy záměrně vyvolané zvracení, aby zabránili možnému přibírání z častého hodování.

V období gotiky se začala rozšiřovat křesťanská víra, což vedlo k proměně pohledu na člověka a jeho tělo. Pozornost se odvracela od fyzické krásy k duchovnímu životu, což vedlo

---

<sup>1</sup> Z toho vyplývá, že v této práci budou slova body image a sebezpojetí používána jako synonyma.

k zavrhování péče o fyzický vzhled. Modelem se stala postava Ježíše Krista, jakožto symbolu skromnosti, strádání, utrpení a s tím spojené štíhlosti.

Období renesance se vracelo k antickým vzorům, především ke zdůraznění svalnatosti mužů. Začala se objevovat snaha o nalezení přesných ženských a mužských tělesných typů. I z tohoto důvodu byl kladen velký důraz na sekundární pohlavní znaky – u mužů především na rozvoj kostry a svalstva a u žen na širokou pánev a plnější tvary.

Barokní náhled na ideální postavu se od toho renesančního moc nelišil. Důraz na svalnatost mužů se možná o něco zvýšil, kdežto u žen se pozornost zaměřovala hlavně na části těla, které symbolizují její plodnost. Vítána tak byla kulatost v oblasti břicha a pánve, podpořená větším množstvím podkožního tuku.

Klasicismus přinesl dva různé náhledy na ženské tělo. Oba spojuje útlý pas, který je zvýrazněný korzetem, ale zbytek fyzických i osobnostních charakteristik se lišil. V první polovině 19. století byl oblíbený typ křehké a jemné ženy s krásným obličejem, morálními hodnotami a dobrým společenským postavením. V druhé polovině 19. století však tento tělesný typ nahradily ženy celkově mohutnější s většími ňadry a boky. Takovéto ženy byly z nižších společenských vrstev a také herečky nebo prostitutky. Na konci 19. století ženy začaly upouštět od kultu přílišné štíhlosti a to hlavně v návaznosti na rozvoj medicíny a s tím spojeného názoru, že plnější postava je pro ženu zdravější.

Jak již bylo zmíněno, již od počátku 20. století začal převládat kult štíhlosti tak, jak jej známe dnes. Před 1. světovou válkou se ještě prolínaly oba ideály krásy z období klasicismu. Ideální žena působila vysokým a vzpřímeným dojmem a měla větší ňadra a boky.

V období po válce se začala vytrácet oblíbenost zaoblených ženských tvarů a začal se oceňovat hlavně obličej, který měl být vylepšen pomocí kosmetiky. Také se začaly nosit čím dál tím kratší sukně. To se na chvíli otočilo v dalších dvaceti letech, kdy se délka sukní o něco prodloužila a vrátilo se zdůrazňování širších boků a větších ňader.

50. léta přinesla další změny. Hollywoodskou hvězdou se stala Marilyn Monroe, která byla dlouhodobě považována za ideál krásy. Drobná postava s útlými boky se tak stala vzorem pro mnoho žen. Tento trend se rozvíjel v podstatě až do současnosti, což vedlo k nárůstu poruch příjmu potravy. Umocňovaly to vyhublé modelky, od kterých si dívky a ženy braly příklad bez toho, aby tušily, jak moc si tím mohou uškodit. V posledních letech se ideál, i na základě vývoje medicíny obrací od absolutní vyhublosti k sice hubené, ale vysportované postavě.

## 1.2 Období dospívání z hlediska psychologie

Období dospívání se často dělí na období pubescence a adolescence. Období pubescence (11 – 15 let) se jmenuje podle ochlupení, které se v tomto období začíná objevovat v oblasti ohanbí a adolescence (15 až 20 – 22 let) z latiny překládáme jako dorůstání (Říčan 2009, s. 278).

### 1.2.1 Pubescence

Období pubescence lze rozdělit na dvě fáze, fáze prepuberty a fáze vlastní puberty. Fáze prepuberty startuje ve chvíli, kdy se začínají objevovat sekundární pohlavní znaky. U dívek končí s nástupem menarche a u chlapců s první emisí semene v rámci noční poluce. U velké části dívek se tak děje mezi 11 až 13 rokem, u chlapců o jeden až dva roky později.

Na toto období navazuje fáze vlastní puberty, které trvá do dosažení reprodukční schopnosti. U dívek se pravidelný menstruační cyklus a schopnost oplodnění dostavuje jeden až dva roky po první menstruaci. U chlapců je to podobné, reprodukční schopnosti je dosahováno později a to po dokončení vývoje sekundárních pohlavních znaků. Přibližně lze období vlastní puberty ohraničit věkem 13 až 15 let (Langmeier, Krejčířová 2006, s. 143).

Tělesné zrání je počátkem dalších změn, které úspěšně probíhají jen v případě, že je na ně jedinec připraven. To znamená, že jedinec musí mít předpoklady pro rozvoj kompetencí k emancipaci z různých, v tomto období vývojově překonaných vazeb. Tento proces má své psychosociální důsledky. Mění se například způsob myšlení, kdy jedinec začíná uvažovat abstraktně a to včetně neexistujících variant. Díky hormonálním změnám se mění také emoční prožívání, které může mít výkyvy, což může na pubescenta upoutávat pozornost a ovlivňovat jeho hodnocení dospívajícího. Pubescent se začíná osamostatňovat z návaznosti na rodiče a velký význam pro něho mají vrstevníci, s nimiž se ztotožňuje. V tomto období jsou důležitá přátelství a také první lásky a experimentace s partnerskými vztahy. Starší pubescenti mají potřebu odlišit se od dětí i dospělých, což se projevuje úpravou zevnějšku a specifickým životním stylem, zájmy, hodnotami apod. Důležitým mezníkem je v 15 letech ukončení povinné školní docházky a výběr dalšího profesního směřování (Vágnerová 2005, s. 323).

Pubescenti potřebují pocit jistoty a citové akceptace, která se v období dospívání liší od prvních let života. Jedné se spíše o potřebu přijatelné pozice ve světě. Jedná se o širší pojetí, protože sem řadíme i oblast výkonu a sociální akceptace. V tomto období se totiž děje velice zřídka, aby byl kdokoli pozitivně akceptován bez výhrad, každý si musí svou pozici zasloužit a něčím vydobýt. Dochází k mnoha změnám, které u dospívajícího zvyšují pocit nejistoty a také

dochází ke zpochybnění představy, že svět je bezpečným a bezvýhradně dobrým místem a že je v něm pubescent vždy vítán a oceňován. Základ vědomí trvalejší jistoty byl však vytvořen už v prvních letech života a v případě, že byl uspokojivý, proměny spojené s dospíváním jsou pouze dočasné (Vágnerová 2005, s. 324).

### **1.2.2 Adolescence**

Až v tomto období nastává plná reprodukční zralost a je dokončován tělesný růst. Mění se také postavení jedince ve společnosti, protože ukončil povinnou školní docházku a nastoupil buď na učiliště nebo na střední školu. Začíná častější a hlubší erotické vztahy, mění se zásadně jeho sebepojetí. Tělesný růst není vyrovnaný, dolní a horní končetiny rostou na počátku tohoto období rychleji, což vede k disharmonii postavy. V tomto období se již začíná významně lišit tělesná stavba adolescentů – u dívek se postava zaobluje a u chlapců roste svalovina (Langmeier, Krejčířová 2006, s. 143-144).

Jedná se o dobu komplexní psychosociální proměny, kdy se mění osobnost i společenská pozice dospívajícího. Jedním z nejdůležitějších sociálních mezníků je zakončení profesní přípravy spojené s nástupem do zaměstnání či volbou dalšího studia. To je spojené s dosažením či oddálením ekonomické samostatnosti, která přichází nejdříve u lidí s dělnickou profesí a nejspíše u vysokoškoláků. Ekonomická nezávislost je považována v našich sociokulturních podmínkách za důkaz dospělosti a předpokladem pro přiznání větších práv. V této fázi dospívání nastává hledání a rozvoj vlastní identity, která by byla subjektivně přijatelná a co nejvíce odpovídala představě adolescenta. To je spojeno se snahou o sebepoznání, hlavně v rámci skupiny vrstevníků, která poskytuje možnost alespoň základního vymezení (Vágnerová 2005, s. 324-325).

Grogan (2000) uvádí, že u mladých žen je adolescence obdobím, kdy v nejvyšší míře vrcholí jejich obavy o vzhled, hlavně vzhledem k fyzickým změnám, které u nich probíhají a neodpovídají ideální štíhlé postavě, jakou by tyto dívky chtěly mít. Tyto dívky jsou tedy nespokojeny s tvarem své postavy a proporcemi, jaké jejich postava má a většina z nich si připadá tlustá a rády by zhubly. Chlapci jsou se svým tělem všeobecně spokojenější, než dívky, ale i u nich lze vypozorovat s věkem stoupající nespokojenost.

### **1.3 Význam body image pro vlastní identitu jedince**

Identita se u dítěte rozvíjí v rámci rozlišování sebe sama a okolí, v rámci odlišení já a „ne-já“ už od kojeneckého věku. Mimo to se v rámci rozvíjení pojmu trvalosti objektu upevňuje i vědomí trvalosti vlastní identity, jak v tělesném, tak psychickém významu. Pojetí vlastní

identity je charakteristické vědomím sebe sama jako samostatné bytosti, která se liší od okolního světa, vědomím trvalosti své vlastní existence a vědomím její proměnlivosti (Vágnerová, 1999).

Hlavní prostředkem k sebeexpresi a k interakci s okolním světem je tělo, a proto je i klíčem k pochopení celého „já“ a významně ovlivňuje naše sebedefinování (Fialová 2001, s. 53). To, jaké tělo reálně je a jaký je jeho ideál se může velice lišit. Ideál těla je určen zejména sociokulturním prostředím a zvláště o ženském těle existují přesné představy o tom, jak by mělo vypadat. Více než muži jsou svým tělem určovány a spojovány ženy. Sociální uznání žen je hodně závislé na jejich vzhledu. V první řadě na jejich tělesné stavbě. Muži svou výkonost prokazují např. pracovními úspěchy, mocí, penězi (Fialová 2006, s. 73).

Sebepojetí tvoří těchto několik základních složek, i když je potřeba brát v potaz komplexitu tohoto systému:

- Kognitivní složku charakterizuje sebezpoznání a sebereflexe založená na vnějších i vnitřních podnětech z minulosti, současnosti a i budoucnosti.
- Emocionální složku představuje především sebehodnocení, které je zaměřené konkrétně (self-evaluation), nebo globálně ve smyslu sebeúcty (self-esteem).
  - Kognitivní složku zastupuje hlavně seberegulace, která ukazuje do jak vysoké míry ovlivňuje naše chování činné Já, sebepojetí a sebehodnocení (Fialová, Krch 2012, s. 16-17).

Balcar (1991) uvádí, že obraz já vzniká a vyvíjí se na základě interakce jedince s okolním světem, na základě zkušenosti, kterou přitom sám se sebou činí. Tato zkušenost může být různého druhu. Obsah této zkušenosti určující obsah sebepojetí, je různý; její povaha sleduje jistou zákonitost, kterou se snaží vysvětlit vývojová psychologie osobnosti.

## **1.4 Problémy s body image**

Narušení body image může způsobit mnoho problémů. Může se jednat o obezitu, poruchy příjmu potravy, dysmorfofobii nebo sebepoškozování.

### **1.4.1 Poruchy příjmu potravy**

Poruchy příjmu potravy jsou psychicky podmíněná onemocnění, mezi která řadíme mentální anorexii a mentální bulimii, dále například záchvatovité přejídání. V Mezinárodní klasifikaci nemocí 10 nalezneme definovanou pouze mentální anorexii a mentální bulimii (a jejich atypické formy) a to v sekci Syndromy poruch chování, spojené s fyziologickými

poruchami a somatickými faktory (F50 – F59), přesněji pod označením F50 Poruchy příjmu potravy.

Poruchami příjmu potravy trpí, jak muži, tak ženy různého věku. Nejedná se pouze o problém dívek či žen, onemocnění se týká i mužů, ačkoliv ne v tak vysoké míře. Uvádí se, že zhruba 5 – 10 % z celkového počtu nemocí tvoří muži (Benešová, 2003, s. 8).

Asi nejrozšířenější poruchou příjmu potravy je mentální anorexie. Jedná se o poruchu, kterou charakterizuje hlavně úmyslné snižování tělesné hmotnosti. Termín „anorexie“ ale občas bývá zavádějící, protože nechutenství nebo snížená chuť k jídlu je spíše až sekundárním důsledkem dlouhodobého hladovění, který se nevyskytuje u celé skupiny nemocných (Krch, 2005, s. 16).

Mezi hlavní příznaky tohoto onemocnění, které mohou být snadno rozpoznatelné pro okolí, je odmítání jídla, snaha stranit se během jídla ostatních, nadměrné cvičení, zkreslený body image, zkoušení nových „zázračných“ diet, atd. Z klinického hlediska má nemocný tělesnou hmotnost nejméně o 15 % nižší než je předpokládaná úroveň (buď byla snížena, nebo nikdy nebyla dosažena), nebo body mass index 17,5 a nižší (Hřivnová, 2014, s. 80).

Další rozšířenou poruchou příjmu potravy je mentální bulimie. Tato porucha je charakteristická hlavně záchvaty přejídání, které se opakují a jsou spojeny s přehnanou kontrolou tělesné hmotnosti. Ke stanovení diagnózy mentální bulimie je potřeba třech znaků. Opakující se záchvaty přejídání, opakovaná nadměrná kontrola hmotnosti projevující se vyvoláváním zvracení či zneužívání projímadel, pravidelné hladovky a nadměrné cvičení a nadměrný zájem o vzhled těla a hmotnost (Krch, 2008, s. 22).

Poslední poruchou příjmu potravy, kterou jsem se rozhodla popsat, je záchvatovité přejídání. Stejně jako jiné poruchy příjmu potravy je záchvatovité přejídání spojeno s nadměrnou kontrolou jídelníčku a tělesné hmotnosti. Na rozdíl od mentální bulimie a mentální anorexie je častěji spojováno s obezitou. Mezi lidmi s obezitou, kteří vyhledali pomoc odborníka, uvádí obdobné problémy asi čtvrtina pacientů (Krch, 1999, s. 20). Toto onemocnění je spojeno se záchvaty přejídání, během kterých v určité době (např. dvou hodinách) postižený zhltně velké množství jídla. Nemocný nezavádí žádná opatření (zvracení, zneužívání projímadel, enormní cvičení, půst atd.), kterými by zamezil přírůstkům na váze (Ministerstvo zdravotnictví ČR).

### **1.4.2 Dysmorfofobie**

Tato porucha svou klasifikací patří pod hypochondrickou poruchu, avšak je velice specifická. Nemocný touto poruchou nabývá přesvědčení, že některá z částí jeho těla je nadměrně velká, příliš malá či degenerovaná. Okolí jedince však tento vzhled nepokládá za abnormální nebo podstatně odlišný. Většinou se jedná o vzhled nosu, úst, uší, nadměrné vrásky či ochlupení, velikost a tvar ňader atd., jednat se však může o jakoukoli část těla. Nemocný se touto částí nadměrně zabývá a podléhá mučivým představám, že si toho okolí všimá a řeší to. Na tuto abnormalitu svádí i další své problémy, jako neúspěch v zaměstnání či vztazích. Těžké formy tohoto onemocnění vedou až k izolaci před okolním světem, i když jsou spíše raritou (Vymětal, 2007, s. 354).

### **1.4.3 Obezita**

Obezita ohrožuje 18,5 % Čechů, z toho téměř 20 % mužů a 18 % žen. Mírnou nadváhou trpí 47 % mužů a 33 % žen (Český statistický úřad, 2018). Domnívám se, že se tento podíl pravděpodobně za poslední rok ještě zvýšil, protože opatření spojená s pokusem o zvládnutí pandemie nemoci Covid-19 omezila možnosti kolem sportu a zdravého pohybu, ovšem data zatím nejsou dostupná. Větší množství tuku v těle ztěžuje aktivní pohyb, zatěžuje pohybový aparát, oběhový i dýchací systém, zvyšuje únavu a celkově snižuje výkonnost (Rohel, Tach, Voda 1991, s. 6-7).

K určení správné váhy se nejčastěji používá index tělesné hmotnosti (BMI z anglického body mass index), který vytvořil v první polovině 19. století belgický matematik a statistik Adolphe Quetelet. Jedná se o poměr hmotnosti člověka a druhé odmocniny jeho výšky.

### **1.4.4 Sebepoškozování**

Sebepoškozováním je v psychiatrii označováno jako komplexní autoagresivní chování, které nemá, na rozdíl od sebevraždy, fatální následky a lze mu rozumět jako maladaptivní odpověď na dlouhodobý či akutní stres. Toto chování je, ale nemusí být spojováno s myšlenkami na smrt, každopádně to není cílem tohoto způsobu chování (Platznerová, 2009, s. 11).

Tendenci k sebepoškozování má méně než 1 % populace. Častěji než u starších lidí se tato porucha objevuje u adolescentů a dospívajících. U tohoto chování dochází k častému opakování (přibližně ve 40 %) a opakuje se cyklicky. Ženy se poškozují dvakrát častěji než muži. Příčin sebepoškozování je několik, nejčastěji jde o kombinaci vrozených dispozic a negativních vnějších vlivů (Vágnerová, 2014, s. 463).



## 2 Sociální sítě

Pojem sociální sítě má několik významů, nejen ten vztahující se k sociálním sítím na internetu, jak ho čím dál častěji používáme dnes. Vznikl mnohem dříve, ještě než se internet vznikl. Tento termín jako první definoval sociolog Barnes v roce 1954, který ho využil k popisu sociálních struktur (různé sociální skupiny a komunity), které jsou propojené přátelstvím, společnými zájmy, náboženstvím či rasovou příslušností, sexuální orientací či jiným atributem (Pavliček 2010, s. 126). Černá (2012) uvádí, že dnešní použití termínu není zcela správné, protože může vyvolávat představu sociálního zabezpečení. Proto se domnívá, že je vhodnější anglický termín social network, tedy společenská síť. Tato služba umožňuje komunikaci a sdílení informací, které zůstanou online v podstatě trvale. Jedním z charakteristických rysů jsou profily, které představují konkrétní osoby či firmy, které by měly (dle většiny obecných ustanovení) být reálné, i když ne vždy tomu tak je. Většinou jsou sociální sítě spojeny s existencí přátel či dalších odběratelů obsahu, kteří k sobě mají určitý vztah, ale nemusí to být pravidlem.

Podmínkou toho, aby se mohl význam tohoto spojení přetvořit do současného používání, byl rozvoj internetu. Jeho historie sahá až do roku 1957, kdy tehdejší Sovětský svaz poslal do vesmíru Sputnik, který byl první družicí na oběžné dráze Země. To šokovalo Spojené státy, protože tato východoevropská země dříve vynalezla atomovou a vodíkovou bombu. Aby tento technologický náskok Spojené státy dohnaly, vznikla agentura ARPA (Úřad pro pokročilé výzkumné projekty – Advanced Research Project Agency). Jedním z prvních a nejdůležitějších úkolů bylo propojit velitelská stanoviště a centra civilní správy, kdyby nastal celosvětový jaderný konflikt a telekomunikační sítě by byly zničeny. Z tohoto důvodu vznikla myšlenka vytvořit počítačovou síť, která umožní komunikaci mezi jednotlivými uzly, i když některé z nich budou zničeny. Šlo především o to, aby si byly jednotlivé uzly rovnocenné a neexistoval jeden centrální, kvůli jehož zničení by přestala fungovat celá síť. První čtyři uzly vznikly na amerických univerzitách v roce 1969. O dva roky později měla tato síť dvacet uzlů a o další rok později třicet sedm. Během dalších let se tato síť rozšiřovala, v roce 1990 byl počet připojených počítačů 313 000. Momentálně se jedná o miliardy připojených (Kras 2001, s. 4). Česká republika se k internetu připojila 13. února 1992 díky iniciativě odborníků na Českém vysokém učení technickém v Praze. Poté se internetová síť rozvíjela dál a již v roce 2011 bylo k internetu připojeno 62 % domácností (Krčmářová 2012).

V posledních letech obliba sociálních sítí stoupá. Internet je dostupný téměř každému, stejně jako chytré telefony. Přihlásit se na sociální síť trvá pár minut a i když je u většiny

sociálních sítí stanovena minimální věková hranice uživatelů na 13 let, prakticky to nikdo nevytváhá. To má za následek čím dál tím větší počet mladistvých uživatelů sociálních sítí, kteří zde tráví velké množství času. Myslím si, že od vypuknutí pandemie nemoci Covid-19, kdy jsou žáci a studenti většinou doma a nemohou se vídat s kamarády, se tento čas ještě prodloužil. Sociální sítě jsou pro ně mnohdy jediný prostředek, kde se mohou s kamarády spojit.

## **2.1 Nejoblíbenější sociální sítě**

### **2.1.1 Facebook**

Facebook byl v roce 2004 založen Markem Zuckerbergem a Eduardem Saverinem. Původně byl určen pouze pro studenty Harvardovy univerzity, byl ale tak oblíbený, že se rychle začal rozšiřovat na další vysoké školy a od září 2006 je přístupný všem uživatelům starším 13 let (Blažek 2015).

Na této sociální síti si každý uživatel vytvoří svůj osobní profil, kde uvede své jméno, bydliště, studium, zaměstnání a tak dále. Pak v příspěvcích na své Zdi může sdílet téměř cokoli (fotografie, videa, odkazy, myšlenky, atd.). Pak už je pouze na uživateli, aby se rozhodl, komu všemu tyto informace bude sdílet. Momentálně (statistika pochází z října 2020) je na Facebooku cca 2,7 miliardy uživatelů (Statista 2020).

### **2.1.2 Instagram**

Tato sociální síť založená na sdílení fotografií, vznikla v roce 2010 díky Kevinu Systromovi a Miku Kriegerovi. Momentálně je ve vlastnictví Facebooku, se kterým je velice propojená. V průběhu času se přidala možnost sdílet krátká videa nebo sdílet fotografie jen s určitými uživateli (Ptáček 2015). Později byla přidána možnost chatování a od roku 2016 velice oblíbená možnost úpravy sdílených fotografií pomocí 42 různých filtrů. Instagram je oblíbený hlavně mezi mladými lidmi pro svou stručnost – maximálně můžete do jednoho příspěvku přidat 10 fotografií. Velice oblíbené je užívání tzv. hashtagů, který uživatelé většinou píšou na konec svého příspěvku tak, že před dané slovo přidají symbol #. Jedná se o klíčová slova, která po kliknutí zobrazí příspěvky se stejným označením. Momentálně má tato sociální síť (statistika pochází z října 2020) 1,2 miliardy uživatelů.

### **2.1.3 TikTok**

TikTok je velice mladá sociální síť, která vznikla teprve v roce 2017 v Šanghaji, kdy společnost ByteDance koupila firmu musical.ly, která provozovala obdobnou aplikaci pro americký trh. Tato sociální síť je založena na sdílení krátkých videoklipů (maximální délka 15 sekund) a krátkých videí (délka od tří sekund od jedné minuty). Pod své příspěvky uživatelé

mohou přidat krátký popis a stejně jako na Instagramu využívají hashtagy (Skopal 2020). Tato síť má (statistika pochází z října 2020) cca 689 milionů uživatelů. Průměrný český uživatel TikToku stráví na této síti denně 69 minut a otevře aplikaci dvanáctkrát za den. TikTok uvádí, že 38 % uživatelů je ve věku 13 až 17 let, o procento méně je pak uživatelů ve věku 18 až 24 let (Svoboda, 2020).

## **2.2 Dospívající na internetu, rizika internetu**

Podle výzkumu EU Kids Online IV (EUKO IV), který v roce 2018 v České republice zpracovala Masarykova univerzita, tráví děti ve věku 13 – 14 let v běžných (všedních) dnech na internetu převážně 0,5 až 3 hodiny (56 % respondentů), 31 % respondentů 4 až 6 hodin, 8 % z dotázaných 7 a více hodin. Nejméně (5 %) netráví online žádný čas nebo méně než půl hodiny. Ve věkové kategorii 15-17 let tráví nejvíce dotázaných (42 %) ve všedních dnech online 4-6 hodin, o něco méně (39 %) 0,5 až 3 hodiny. 18 % respondentů tráví online 7 a více hodin. Pouhé 1 % dotázaných tráví online maximálně půl hodiny ve dnech, kdy chodí zároveň do školy.

Novým hlavním artiklem světové ekonomiky nejsou ropa ani zbraně, ale jsou to data. Společnosti Facebook a Google sice tvrdí, že jejich využívání zdarma, ale každý uživatel platí svými daty, tedy soukromím. Stačí si například pořídit Gmail a pak na stránce „myactivity“ může uživatel zjistit, že ho společnost sledovala nejen, kam chodil, ale i na co přesně klikl. Tyto data patří společnosti a může je využívat k marketingovým a analytickým účelům (Dočekal, Müller, Harris, Heger a kol. 2019, s. 14).

Díky rozvoji internetu a sociálních sítí vzniklo mnoho nových vědních oborů. Jedním z nich je kyberpsychologie. Kyberpsychologie je oblastí psychologie, která se zabývá tím, jak nás ovlivňuje technologie (hlavně počítače) a jaká jsou hlavní specifika technologicky zprostředkované mezilidské komunikace. Mezi přední zkoumané oblasti v tomto oboru patří zkoumání utváření identit na různých online platformách, různé formy vztahů mezi lidmi včetně kyberšikany, specifika virtuální reality, specifika online mezilidské komunikace, vliv technologií na psychiku člověka a možnosti využití moderních technologií na poli vzdělávání, výzkumu a také v terapii a poradenství (Šmahaj, Zielina 2015, s. 7).

### **2.2.1 Kyberšikana**

Chromý (2010) uvádí, že šikana je jev, který je před veřejnými institucemi dobře ukrytý. To samé a mnohem více platí pro kyberšikana, která je specifickou formou šikany. Využívání informačních a komunikačních technologií, které tuto formu šikany vystihují, umožňují agresorovi větší anonymitu, což v něm vzbuzuje pocit bezpečí před odhalením a usvědčením.

Nelze pochybovat také o tom, že v dnešní době používá mládež informační a komunikační média masově, neboť drtivá většina z nich vlastní mobilní telefon s internetovým připojením.

Podobně jako šikana, je i cílem kyberšikany ublížit. Projevuje se například opětovným posíláním urážlivých zpráv a pomluv, sdílením urážlivých videí či fotografií, zneužíváním cizí identity, vytvářením falešných profilů, provokováním, vyhrožováním a manipulováním či napadáním uživatelů v online komunikaci apod. (Mikulcová, 2018). V České republice se setkala nebo přímo zažila kyberšikanu 22 % žáků (Kavalír, 2009).

### **2.2.2 Influenceři**

Spolu s rozmachem sociálních sítí se samozřejmě přidala nová možnost reklamy. Jedná se nejen o klasické reklamy, kdy mají firmy na sociálních sítích své profily, ale v posledních letech se rozvíjí hlavně reklama pomocí influencerů. Influenceři jsou uživatelé sociálních sítí, kteří mají buďto všeobecně velký počet sledujících (tedy uživatelů, kteří sledují jejich příspěvky), nebo mají významný počet sledujících v určitém oboru a firmy se jim odměňují za propagaci svých produktů či služeb. Jsou tři možnosti, jak může být tato reklama publikována. První je placená spolupráce – influencer dostane zapláceno za to, že pozitivně na svém profilu ohodnotí daný výrobek či službu. Další možností je tzv. barter – firma poskytne svůj produkt zdarma a influencer se o něm zmíní na svém profilu. Poslední možností je affiliate program, kdy firma poskytne influencerovi slevový kód na své výrobky, který on posléze nasdílí na svůj profil čímž získá procentuální odměnu z prodeje produktů či služby (Rathousová, 2018).

I když je dle zákona č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a dle zákona 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele jasně definováno, že každá takováto spolupráce musí být v příspěvku řádně označena, samozřejmě to nezaručuje, že recenze na výrobek je pravdivá, protože firmy samozřejmě chtějí zhodnotit svou investici. Tak vzniká velké množství příspěvků, které propagují určitý produkt, i když influencer tento výrobek doopravdy vůbec nepoužívá a jeho recenze je nadsazená.

### **2. 2. 3 Vliv sociálních sítí**

Sociální sítě byly vytvořeny po seznamování a jednodušší udržování kontaktů s přáteli a k rychlé výměně informací. Stránský (2017) v rozhovoru pro Aktuálně.cz uvedl, že mezinárodní výzkumy prokazují přímou souvislost mezi dobou, kterou lidé na sociálních sítích tráví a negativními charakteristikami jako jsou pocity úzkosti, vznik depresí, zvyšování počtu sebevražd a omezená komunikační schopnost.

Tyto negativní charakteristiky byly prokázány nejen u dospělých, ale i u dospívajících. Například Nesi v roce 2018 provedla výzkum mezi dospívajícími (průměrný věk respondentů byl 14,6 let), kde porovnávala depresivní příznaky ve spojitosti se sociálními sítěmi s odstupem jednoho roku. Výsledkem šetření je, že depresivní příznaky jsou vyšší s častějším sledování sociálních sítí, což navíc ovlivňuje výše popularity jedince a pohlaví. Nejvyšší zvýšení depresivních příznaků bylo u žen a dospívajících dívek s nízkou popularitou. Tyto osoby také prokázaly vyšší potřebu pochvaly v offline světě (Krejčí, 2020).

## **II Praktická část**

### **3 Výzkumná část**

V druhé části práce budu prezentovat výzkum, který jsem k práci vypracovala a jeho výsledky.

#### **3.1 Úvod do výzkumné části, cíle práce**

Jak uvádí Fialová (2001), v současné společnosti stoupá pozornost vůči vlastní osobě, vzhledu i funkčnosti vlastního těla. Body image je důležitou součástí celkového sebepojetí, čímž se dostává do popředí zájmu veřejnosti. Během dospívání se tělo člověka významně mění a tak je toto období významnou fází v utváření sebepojetí. Tato změna je přijímána různými způsoby. Její vyhodnocení je ovlivňuje vlastní představa o přitažlivosti dospělého zevnějšku, psychickou vyspělostí i reakcemi okolí na tuto změnu. Dospívající může být na tyto změny hrdý, ale stejně tak mu mohou způsobovat nepohodu. Tělesná změna způsobuje pocit nejistoty a dospívající se jim mohou bránit (Vágnerová, 2014 s. 424).

Z výzkumů vyplývá, že v západní kultuře začínají být dívky nespokojeny s tím, jak vypadají již od věku 9 let. Děje se tak hlavně vlivem médií, kdy negativní prezentace tloušťky a vyzdvihování štíhlosti jako jediného správného obrazu těla již v tomto věku může u takto mladých dívek vzbuzovat špatný pocit z toho, jak vypadají (Grogan 2000, s. 102-103).

Dle Grogan (2000) jsou dívky v období adolescence nespokojeny s tvarem své postavy a proporcemi, jaké jejich postava má a většina z nich si připadá tlustá a rády by zhubly. Chlapci jsou se svým tělem všeobecně spokojenější, než dívky, ale i u nich lze vypořadovat s věkem stoupající nespokojenost.

Výzkum v praktické části byl zaměřen na využívané sociální sítě a čas na nich strávený. Dále také na spokojenost s vlastním tělem. K tomuto účelu byla zvolena metoda dotazníkového šetření.

Hlavním cílem této bakalářské práce je zmapování četnosti výskytu inspirace a oblibu sociálních sítí. Dalším cílem je zjistit, zda se tyto aspekty liší v rámci sekundárního stupně vzdělávání nebo také dle pohlaví.

#### **3.2 Charakteristika zkoumaného souboru**

V rámci výzkumného šetření jsem oslovila základní školu, na které jsem plnila jednu z pedagogických praxí, svou učitelku ze střední školy, dva přátele, kteří učí na středních školách a vyvěsila výzvu s žádostí o vyplnění na svůj profil na sociální síti Facebook. Dotazník jsem rozesílala pomocí odkazu na Google Formulář. Celkově dotazník vyplnilo 183 respondentů.

Žáci a studenti byli v rámci dotazníku poučeni, aby ho vyplnili pouze v případě, že navštěvují 8. či 9. ročník základní školy (a odpovídající ročníky víceletého gymnázia) nebo 1. ročník střední školy. Dotazníkově šetření probíhalo 3. – 26. března 2021.

### 3. 2. 1 Popis zkoumaného souboru

Několik počátečních otázek v dotazníku bylo zaměřeno na demografická data. Tyto data jsem zpracovala do excelové tabulky a zaznačila tak absolutní četnost (n) a vypočítala relativní četnost (%). Při výpočtu relativní četnosti jsem vycházela z výběrového souboru (N). Základní demografické údaje respondentů jsou pro větší přehlednost uvedeny v následující tabulce:

*Tabulka 1 Demografická data sledovaného souboru (N=183)*

Demografická data		Absolutní četnost (n)/ Relativní četnost (%)
Pohlaví	Muži	89/49 %
	Ženy	94/51 %
Věk	13 let	17/9 %
	14 let	38/21 %
	15 let	68/37 %
	16 let	59/32 %
	23 let	1/1 %
Typ školy	Základní škola	89/49 %
	Střední škola	32/18 %
	Střední odborné učiliště	4/2 %
	Víceleté gymnázium	29/16 %
	Čtyřleté gymnázium	29/16 %
Velikost obce	Do 1 000 obyvatel	32/17 %
	1 000 - 4 999 obyvatel	21/12 %
	5 000 - 9 999 obyvatel	9/5 %
	10 000 - 49 999 obyvatel	42/23 %
	50 000 a více obyvatel	79/43 %
Stupeň sekundárního vzdělávání	Základní škola	118/64 %
	Střední škola	65/36 %



### 3.3 Aplikovaná metodika

V rámci této bakalářské práce byla použita kvantitativní metoda výzkumu. Výzkum se uskutečnil pomocí dotazníkového šetření, které bylo rozesláno pomocí online dotazníku přes Google Formuláře. Pro získání dat byl využit polostrukturovaný dotazník. Ve většině uzavřených otázek byly použity Likertovy škály. Dotazník lze nalézt v Příloze 1

### 3.4 Metoda analýzy dat

Výsledky dotazníkového šetření jsem zpracovala ke každé otázce zvlášť. Vždy jsem je rozdělila do čtyř stejných skupin – nejdříve dle stupně sekundárního vzdělávání, tedy na základní a střední školu, poté dle pohlaví respondentů a druhé dvě skupiny dle kombinace stupně vzdělávání a pohlaví. U těchto skupin jsem vždy uvedla absolutní a relativní četnost výsledků. Tyto výpočty jsem dělala pomocí programu Microsoft Excel.

### 3.5 Výsledky práce

Na základě získaných dat jsem zpracovala odpovědi do tabulek a zmapovala tak četnost výskytu inspirace a oblību sociálních sítí.

*Tabulka 2 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 5 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

5. Kolik hodin denně průměrně strávíš na sociálních sítích?				
	0-1 hod.	1-2 hod.	2-3 hod.	Více
ZŠ	18/15 %	36/31 %	28/23 %	36/31 %
SŠ	7/11 %	20/31 %	19/29 %	19/29 %
Dívky	8/9 %	25/27 %	22/23 %	39/41 %
Chlapci	17/19 %	31/35 %	25/28 %	16/18 %
ZŠ dívky	7/11 %	18/28 %	16/24 %	24/37 %
ZŠ chlapci	11/21 %	19/36 %	13/24 %	10/19 %
SŠ dívky	1/3 %	7/24 %	6/21 %	15/52 %
SŠ chlapci	6/17 %	12/33 %	12/33 %	6/17 %

Z tabulky č. 2 vyplývá, že dívky tráví na sociálních sítích více času než chlapci. U žaček základních škol je to v kategorii tři a více hodin necelý dvojnásobek. Ještě vyšší rozdíl je u

dívek a chlapců na střední škole, kdy procento dívek, které tráví na sociálních sítích denně průměrně více než tři hodiny, je třikrát vyšší než chlapců.

**Tabulka 3 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 6 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

6. Trávíš na sociálních sítích více času od doby, kdy vypukla pandemie Covid-19?			
	Rozhodně ano + spíše ano	Rozhodně ne + spíše ne	Nevím
ZŠ	96/81 %	16/14 %	6/5 %
SŠ	49/75 %	11/17 %	5/8 %
Dívky	82/87 %	8/9 %	4/4 %
Chlapci	63/71 %	19/21 %	7/8 %
ZŠ dívky	57/88 %	6/9 %	2/3 %
ZŠ chlapci	39/73 %	10/19 %	4/8 %
SŠ dívky	25/86 %	2/7 %	2/7 %
SŠ chlapci	24/67 %	9/25 %	3/8 %

Tabulka č. 3 ukazuje, že od vypuknutí pandemie Covid-19 tráví žáci základních i středních škol na sociálních sítích více času, než dříve. Odpověď rozhodně ano a více ano zvolilo ve všech vyhodnocovaných kategoriích více než 70 % respondentů (pouze u kategorie SŠ chlapci se jedná o 67 % respondentů). Nejvyšší nárůst se ukazuje u dívek na základní škole a to u 88 % respondentek.

**Tabulka 4 Oblíbené sociální sítě mezi žáky**

7. Na kterých sociálních sítích máš profil?	
Název sociální sítě	Počet žáků, kteří zde mají založený profil
Instagram	173
Facebook	115
TikTok	108
Twitter	76
Snapchat	18

Z tabulky č. 4 vyplývá, že nejoblíbenější sociální sítí mezi respondenty je Instagram. Odpověď nikde zvolili pouze 3 respondenti a pouze jednu sociální síť uvedlo 29 respondentů.

**Tabulka 5 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 8 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

8. Sleduješ na těchto sociálních sítích profily z oblasti sportu?		
	Ano	Ne
ZŠ	62/53 %	56/47 %
SŠ	42/65 %	23/35 %
Dívky	57/61 %	37/39 %
Chlapci	47/53 %	42/47 %
ZŠ dívky	35/54 %	30/46 %
ZŠ chlapci	27/51 %	26/49 %
SŠ dívky	22/76 %	7/24 %
SŠ chlapci	20/56 %	16/44 %

Z tabulky č. 5 vyplývá, že ve všech vyhodnocených kategoriích více než 50 % respondentů sleduje na sociálních sítích profily z oblasti sportu, přičemž toto procento je vyšší u žáků středních škol.

**Tabulka 6 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 9 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

9. Sleduješ na těchto sociálních sítích profily z oblasti výživy?		
	Ano	Ne
ZŠ	35/30 %	83/70 %
SŠ	29/45 %	36/55 %
Dívky	48/51 %	46/49 %
Chlapci	16/18 %	73/82 %
ZŠ dívky	27/42 %	38/58 %
ZŠ chlapci	8/15 %	45/85 %
SŠ dívky	21/72 %	8/28 %
SŠ chlapci	8/22 %	28/78 %

Tabulka č. 6 ukazuje, že na sociálních sítích sledují profily z oblasti výživy více dívky než chlapci. U dívek i chlapců je vyšší počet těch, co tuto oblast sledují u středoškoláků. Zatímco u chlapců se jedná o navýšení pouze o 7 %, u dívek je to o 30 %.

**Tabulka 7 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 10 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

<b>10. Sleduješ na těchto sociálních sítích profily, které radí jak o sebe správně pečovat?</b>		
	<b>Ano</b>	<b>Ne</b>
<b>ZŠ</b>	33/28 %	85/72 %
<b>SŠ</b>	26/40 %	39/60 %
<b>Dívky</b>	47/50 %	47/50 %
<b>Chlapci</b>	12/13 %	77/87 %
<b>ZŠ dívky</b>	28/43 %	37/57 %
<b>ZŠ chlapci</b>	5/9 %	48/91 %
<b>SŠ dívky</b>	19/66 %	10/34 %
<b>SŠ chlapci</b>	7/19 %	29/81 %

Z tabulky č. 7 vyplývá, že na sociálních sítích sledují profily z oblasti, jak o sebe správně pečovat sledují více dívky, než chlapci. Zatímco u chlapců se celkově jedná o 13 % respondentů, u dívek jde o 50 %. Stejně jako u předchozí otázky i zde počet sledujících stoupá mezi žáky střední školy a výrazněji mezi dívkami.

**Tabulka 8 Oblíbené profily na sociálních sítích z oblasti sportu, výživy a jak o sebe správně pečovat**

11. Pokud jsi alespoň u jedné ze tří předchozích otázek zvolil/a odpověď ano, uveď, o které profily se jedná:		
Oblast sportu	Název profilu	Počet výskytů
	Pamela Reif	6
	Český olympijský tým cz	4
	THRASHER MAGAZINE	3
	F1 Champions League	3
	f2_freestylers	3
	Chloe Ting	3
	Aleš Lamka	2
	Český biatlon Official	2
	Daniel Ricciardo	2
	FC Barcelona	2
	Miluju Fotbal	2
	Women's Tennis Association	2
<i>Další názvy profilů viz Příloha 2</i>		
Oblast výživy	Název profilu	Počet výskytů
	Aktin	8
	to_jidlo	5
	<i>Další názvy viz Příloha 3</i>	
Oblast jak o sebe správně pečovat	Název profilu	Počet výskytů
	Anxiety Management	1
	katerina_routova	1
	Katie Betzing	1
	prince_ea	1
	ris.writes	1
	Self Care 4 you	1
	Skincare.com by L'Oréal	1
	Skincarebyhyram	1
	Slowfemme	1
	We're Not Really Strangers	1
zdrava_sebelaska	1	

V odpovědích na otázku č. 11 respondenti uvedli veliké množství různých profilů. Z oblasti sportu bylo uvedeno celkem 117 profilů, z oblasti výživy bylo uvedeno celkem 23

profilů a z oblasti poradenství jak o sebe pečovat, bylo uvedeno celkem 11 profilů. Z uvedených dat vyplývá, že dospívající z těchto tří oblastí na sociálních sítích sledují hlavně profily z oblasti sportu.

**Tabulka 9 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 12 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

12. Cítíš se celkově spokojený/á se svým tělem?			
	Rozhodně ano + spíše ano	Rozhodně ne + spíše ne	Nevím
ZŠ	71/60 %	32/27 %	15/13 %
SŠ	35/54 %	18/28 %	12/18 %
Dívky	40/43 %	36/38 %	18/19 %
Chlapci	66/74 %	14/16 %	9/10 %
ZŠ dívky	29/45 %	26/40 %	10/15 %
ZŠ chlapci	42/79 %	6/11 %	5/10 %
SŠ dívky	11/38 %	10/34 %	8/28 %
SŠ chlapci	24/67 %	8/22 %	4/11 %

Z tabulky č. 9 vyplývá, že většina respondentů je se svým tělem spokojená. Mnohem vyšší pocit spokojenosti se svým tělem uvedli chlapci, kteří odpověď rozhodně ano a spíše ano zvolili v 74 %, zatímco dívky ve 43 %.

**Tabulka 10 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 13 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

13. Cítíš se spokojený/á se svou váhou?			
	Rozhodně ano + spíše ano	Rozhodně ne + spíše ne	Nevím
ZŠ	72/61 %	32/27 %	14/12 %
SŠ	37/57 %	24/37 %	4/6 %
Dívky	39/41 %	40/43 %	15/16 %
Chlapci	70/79 %	16/18 %	3/3 %
ZŠ dívky	28/43 %	25/39 %	12/18 %
ZŠ chlapci	43/81 %	8/15 %	2/4 %
SŠ dívky	11/38 %	15/52 %	3/10 %
SŠ chlapci	27/75 %	8/22 %	1/3 %

Tabulka č. 10 ukazuje velký rozdíl mezi spokojeností se svou váhou mezi dívkami a chlapci. Jak na základní, tak na střední škole jsou se svou váhou méně spokojené dívky, přičemž na střední škole je tento rozdíl ještě vyšší. Dívek na střední škole, které zvolily odpověď spíše ne a rozhodně ne byl dvojnásobek než chlapců.

**Tabulka 11 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 14 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

14. Cítíš se spokojený/á se svým vzhledem?			
	Rozhodně ano + spíše ano	Rozhodně ne + spíše ne	Nevím
ZŠ	76/64 %	20/17 %	22/19 %
SŠ	36/55 %	16/25 %	13/20 %
Dívky	48/51 %	29/31 %	17/18 %
Chlapci	64/72 %	7/8 %	18/20 %
ZŠ dívky	35/54 %	17/26 %	13/20 %
ZŠ chlapci	41/77 %	3/6 %	9/17 %
SŠ dívky	13/45 %	12/41 %	4/14 %
SŠ chlapci	23/64 %	4/11 %	9/25 %

Z tabulky č. 11 vyplývá, že většina žáků je se svým vzhledem spokojená. Tato spokojenost klesá u středoškoláků, ale chlapci jsou spokojenější než dívky. Zatímco chlapci na střední škole volili odpověď rozhodně ne a spíše ne v 11 %, dívky v 41 %.

**Tabulka 12 Aktivita vykonávané proto, aby byli žáci spokojeni se svým tělem**

15. Co děláš proto, abys byl/a spokojený/á se svým tělem? Vyber vše, co se tě týká.	
Aktivita	Počet výskytů
Sportuji.	145
Jím zdravě.	72
Chodím do kosmetického salonu a/nebo o sebe pečuji sám/a (pleťové masky, trhání obočí, atp.)	49
Nic. Jsem spokojený/á.	29

Tabulka č. 12 ukazuje, že většina žáků sportuje, aby bylo spokojení se svým tělem. Ačkoli 29 žáků uvedlo, že nedělá nic a jsou spokojeni, většina z nich zároveň uvedla, že sportují či jedí zdravě.

**Tabulka 13 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 16 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

16. Zkoušel/a jsi někdy zhubnout/přibrat kvůli tomu, jaké jsi viděl/a příspěvky na sociálních sítích?			
	Rozhodně ano + spíše ano	Rozhodně ne + spíše ne	Nevím
ZŠ	32/27 %	76/64 %	10/9 %
SŠ	24/37 %	37/57 %	4/6 %
Dívky	42/45 %	42/45 %	10/10 %
Chlapci	14/16 %	71/80 %	4/4 %
ZŠ dívky	23/35 %	33/51 %	9/14 %
ZŠ chlapci	9/17 %	43/81 %	1/2 %
SŠ dívky	19/66 %	9/31 %	1/3 %
SŠ chlapci	5/14 %	28/78 %	3/8 %

Z tabulky č. 13 vyplývá, že svou váhu kvůli tomu, jaké příspěvky viděli na sociálních sítích, chtěli změnit mnohem častěji dívky, než chlapci. Zatímco u chlapců se jedná o srovnatelný počet (na základní škole 17 % a na střední škole 14 %), u dívek počet stoupl téměř dvojnásobně.

**Tabulka 14 Vyhledávání informací ohledně změny tělesné hmotnosti**

17. Pokud ano, kde jsi hledal/a informace, které ti mohly pomoci? Vyber možnost, kterou jsi využil/a nejvíc.	
Odpověď	Počet výskytů
Informace jsem nehledal/a.	53
Hledal/a jsem jinde na internetu.	42
Hledala jsem na sociálních sítích.	25
Zeptal/a jsem se rodičů nebo přátel.	9
Hledal/a jsem v časopisech.	1

V tabulce č. 14 můžeme vidět, že většina z těch, kteří se snažili zhubnout či přibrat kvůli tomu, jaké příspěvky viděli na sociálních sítích, informace nikde nevyhledávala. Druhou nejčastější odpovědí bylo vyhledávání na internetu (mimo sociální sítě). Vyhledávání informací na sociálních sítích bylo na třetím místě.



**Tabulka 15 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 18 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

18. Měnil/a jsi někdy něco na svém vzhledu (barva vlasů, styl oblékání, líčení...) kvůli tomu, jaké příspěvky jsi viděl/a na sociálních sítích?			
	Rozhodně ano + spíše ano	Rozhodně ne + spíše ne	Nevím
ZŠ	38/32 %	71/60 %	9/8 %
SŠ	25/38 %	35/54 %	5/8 %
Dívky	43/46 %	42/45 %	9/9 %
Chlapci	20/22 %	64/72 %	5/6 %
ZŠ dívky	29/45 %	31/47 %	5/8 %
ZŠ chlapci	9/17 %	40/76 %	4/7 %
SŠ dívky	14/48 %	11/38 %	4/14 %
SŠ chlapci	11/31 %	24/66 %	1/3 %

Tabulka č. 15 ukazuje, že ve všech sledovaných skupinách většina respondentů odpověděla, že na svém vzhledu, kvůli příspěvkům, které viděli na sociálních sítích, nic neměnili. Jedinou výjimkou jsou středoškolské dívky, které ve 48 % na tuto otázku odpověděly rozhodně ano a spíše ano.

**Tabulka 16 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 19 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

19. Je na sociálních sítích někdo, komu by ses chtěl/a vzhledově přiblížit? Pokud ano, napiš prosím název profilu.	
Název profilu	Počet výskytů
Ester Berdycová	2
Adelhynkova	2
Courtney Love Cobain	2
Chiara Ferragni	2
Kendall Jenner	2
Pamela Reif	2
Travisscott	2
Další profily viz Příloha 2	

V tabulce č. 16 můžeme vidět výčet profilů, které žáci uvedli a vyskytovaly se opakovaně. Uvedené profily se opakovaly maximálně dvakrát a jsou uvedeny v tabulce. Profily, které se neopakovaly, jsou uvedeny ve druhé příloze.

**Tabulka 17 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 20 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

20. Narazil/a jsi na sociálních sítích někdy na profil, kvůli kterému jsi měl/a špatný pocit z toho, jak vypadáš?			
	Rozhodně ano + spíše ano	Rozhodně ne + spíše ne	Nevím
ZŠ	45/38 %	61/52 %	12/10 %
SŠ	30/46 %	28/43 %	7/11 %
Dívky	58/62 %	22/23 %	14/15 %
Chlapci	17/19 %	67/75 %	5/6 %
ZŠ dívky	36/56 %	19/29 %	10/15 %
ZŠ chlapci	8/15 %	43/81 %	2/4 %
SŠ dívky	22/76 %	3/10 %	4/14 %
SŠ chlapci	9/25 %	24/67 %	3/8 %

Tabulka č. 17 ukazuje, že na profily, ze kterých mají špatný pocit z toho, jak vypadají, narazily častěji dívky. Zatímco u žáků základní školy na takový profil narazilo více než 50 % dívek, u žáků střední školy více než tři čtvrtiny žaček. U chlapců na základní škole se jedná pouze u 15 % žáků, na střední škole se už jedná o jednu čtvrtinu žáků.

**Tabulka 18 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 21 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

21. Myslíš si, že sociální sítě ovlivňují tvé smýšlení o vlastním těle?			
	Rozhodně ano + spíše ano	Rozhodně ne + spíše ne	Nevím
ZŠ	44/37 %	54/46 %	20/17 %
SŠ	38/58 %	21/32 %	6/9 %
Dívky	55/59 %	23/24 %	16/17 %
Chlapci	27/30 %	52/59 %	10/11 %
ZŠ dívky	34/52 %	18/28 %	13/20 %
ZŠ chlapci	10/19 %	36/68 %	7/13 %
SŠ dívky	21/73 %	5/17 %	3/10 %
SŠ chlapci	17/47 %	16/45 %	3/8 %

Z tabulky č. 18 vyplývá, mezi chlapci a dívkami je protiklad v tom, zda si myslí, že je sociální sítě ovlivňují. Zatímco 59 % dívek uvedlo odpovědi určitě ano a spíše ano, stejné procento chlapců uvedlo odpověď určitě ne a spíše ne.

**Tabulka 19 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 22 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)**

<b>22. Pokud si myslíš, že tě sociální sítě v tomto směru ovlivňují, uveď jakým způsobem.</b>			
	<b>Rozhodně pozitivně + spíše pozitivně</b>	<b>Rozhodně negativně + spíše negativně</b>	<b>Neovlivňuje</b>
<b>ZŠ</b>	25/21 %	33/28 %	60/51 %
<b>SŠ</b>	28/43 %	14/22 %	23/35 %
<b>Dívky</b>	27/29 %	35/37 %	32/34 %
<b>Chlapci</b>	26/29 %	12/14 %	51/57 %
<b>ZŠ dívky</b>	15/23 %	23/35 %	27/42 %
<b>ZŠ chlapci</b>	10/19 %	10/19 %	33/62 %
<b>SŠ dívky</b>	12/41 %	12/41 %	5/18 %
<b>SŠ chlapci</b>	16/44 %	2/6 %	18/50 %

Z tabulky č. 19 vyplývá, že sociální sítě ovlivňují smýšlení hlavně u žáků středních škol. V negativním směru sociální sítě ovlivňují třikrát více chlapce na základní škole, než na střední škole. Nejvíce (v 41 %) jsou negativně ovlivněny žáčky střední školy.

### 3.6 Diskuze

Z výsledků práce vyplývá, že na sociálních sítích tráví více času dívky, než chlapci. Od vypuknutí pandemie Covid-19 zde tráví drtivá většina žáků jak základních, tak středních škol více času než dříve. Tyto data můžeme srovnat se studií EU Kids Online IV (EUKO IV) z roku 2018. Většina (56 %) žáků ve věku 13 – 14 let zde uvedla, že ve všedních dnech tráví na internetu 0,5 až 3 hodiny. Největší část (42%) žáků ve věku 15 – 17 let uvedla, že na internetu tráví průměrně 4 až 6 hodin. V našem výzkumu jsem se ptala pouze na čas strávený na sociálních sítích (pokud bych se ptala na čas strávený na internetu, výsledky by mohly být zkreslené online výukou). Nejčastější odpověď (shodně 31 %) u žáků základních škol byla, že na sociálních sítích průměrně tráví 1 – 2 hodiny a více než 3 hodiny denně. U žáků středních škol byly odpovědi časovém rozmezí 1 – 2 hodiny, 2 – 3 hodiny a více téměř vyrovnané.

Ačkoli je celosvětově nejpoužívanější sociální síť Facebook (Novotný, 2020) mezi respondenty tohoto výzkumu tomu tak není. Nejvíce respondentů (173) uvedlo sociální síť Instagram. Na Facebooku má profil 115 respondentů a na TikToku 108. Profil na žádné sociální síti nemají pouze 3 ze 183 respondentů.

Jak bylo uvedeno v úvodu to praktické části práce, Grogan (2000) uvádí, že dívky jsou více nespokojené s tvarem a vzhledem své postavy, než chlapci. U obou skupin tento zájem stoupá v období adolescence. V tomto období by také dívky rády zhubly, aby vypadaly dle svých představ lépe. Obdobné výsledky lze vidět i v této práci. Nespokojenost se svou váhou uvedlo 43 % dívek, chlapců 18 %. Tato nespokojenost je vyšší u žáků středních škol. U dívek je to 52 % a u chlapců 22 %. Obdobně je to i u spokojenosti se svým vzhledem. Nespokojenost vyjádřilo 31 % dívek a 8 % chlapců. U žáků základní školy nespokojenost vyjádřilo 26 % dívek a 6 % chlapců. Na střední škole se jedná o 52 % dívek a 11 % chlapců, což znamená, že u chlapců je tento podíl téměř dvojnásobný. Proto, aby byli spokojeni se svým tělem, většina (145 respondentů) sportuje.

Stejná autorka ve své práci uvedla vliv masových médií především na mladé dívky. Mezi masová média počítáme i sociální síť. I proto byla jedna z výzkumných otázek, zda respondenti zkoušeli změnit svou váhu kvůli příspěvkům, který viděli na sociálních sítích. Zde se výsledky u odpovědí určitě ano a spíše ano příliš neliší mezi chlapci na základní a střední škole (17 % a 14 %), ovšem mezi dívkami je tento rozdíl mnohem větší. Na základní škole zkoušelo svou váhu kvůli příspěvkům, které viděly na sociálních sítích 35 % dívek, na střední škole téměř dvojnásobek, 66 %. Většina (53) respondentů si informace ke změně váhy nikde

nevyhledávala, 42 respondentů vyhledávalo informace na internetu (mimo sociální sítě) a přímo na sociálních sítích 25 respondentů.

Svůj vzhled (barvu vlasů, styl oblékání, líčení...) měnily kvůli příspěvkům, které viděly na sociálních sítích ve vyšší míře dívky. Zatímco chlapci zvolili odpovědi rozhodně ano a spíše ano ve 22 %, dívky ve 46 %.

Šutová a Nezhybová (2017) uvádějí, že hlavně profily na Instagramu vedou mladé dívky k tomu, aby se s nimi porovnávaly a měly díky nim pocit méněcennosti, i když si uvědomují, že jsou fotky upravené a neodpovídají realitě. V našem výzkumu jsme se respondentů ptali, zda někdy narazili na sociálních sítích na profil, kvůli kterému měli špatný pocit z toho, jak vypadají. Zatímco u chlapců na základní škole se jednalo o 15 % respondentů, u chlapců na střední škole šlo o 25 %. Dívek bylo v tomto případě více. U žaček základní školy tento pocit přiznalo více než 50 % respondentek a na střední škole dokonce 76 % respondentek. Tyto údaje dále dokreslují i poslední dvě otázky výzkumu. První z nich zjišťovala, zda si žáci myslí, že sociální sítě ovlivňují smýšlení o jejich těle. I zde byl rozdíl mezi žáky základní a střední školy. Zatímco na základní škole největší část (46 %) žáků zvolila možnost rozhodně ne a spíše ne, na střední škole většina (58 %) žáků odpověděla určitě ano a spíše ano. Samozřejmě ještě bylo důležité zjistit, zda si žáci myslí, zda je sociální sítě ovlivňují pozitivně či negativně. Zde je největší rozdíl mezi žáky na středních školách. Odpověď rozhodně negativně a spíše negativně zvolilo pouze 6 %, ale u dívek se jednalo o 41 %. To, že si žáci myslí, že je sociální sítě nijak neovlivňují, uvedlo více než 50 % chlapců a pouze 34 %.

Z výzkumu vyplývá, že dívky na sociálních sítích tráví více času než chlapci a také je sociální sítě více ovlivňují. Jak vyplynulo z rešerší, horší vztah ke svému body image mají dívky, než chlapci, s čímž korespondují i výsledky tohoto výzkumu, kde se dívky na střední škole ukázaly jako nejohroženější skupina respondentů. Je vidět, že i když žákyně středních škol, které vyplnily dotazník k této práci, dělí od ukončení základní školy pouze jeden rok, tento jeden rok ve smýšlení o vlastním těle dívky hodně ovlivňuje.

### **3. 6. 1      Limity práce**

Toto výzkumné šetření mohlo být ovlivněno několika faktory. Prvním z nich je, že doba strávená na sociálních sítích se hodně prodloužila od doby, kdy jsou žáci kvůli pandemii Covid-19 doma a sociální sítě je často jediným prostředkem, jak komunikovat s přáteli. Dalším zavádějícím faktorem mohlo být, že žáků střední školy bylo pouze 38 % z celkového počtu

respondentů a navíc zde velice nízké (pouze 2 %) zastoupení žáci středních odborných učilišť, což by mohlo zajistit větší rozmanitost výsledků.

Zkreslené výsledky se mohly objevit hlavně u otevřené otázky, kde měli žáci uvést profily ze tří vybraných oblastí, které sledují. Na sociálních sítích je velké množství profilů a žáci si nejspíše nevybavili všechny názvy profilů. Stejný problém mohl nastat i u otázky, kterému uživateli sociálních sítí by se žáci chtěli podobat.

## ZÁVĚR

Chytrý telefon s přístupem na internet má téměř každý dospívající. I to může vést k tomu, že velká část z nich má profil na některé ze sociálních sítí, které jim umožňují se propojit s přáteli a sdílet zde své zážitky, myšlenky atp.

V této bakalářské práci jsem se snažila teoreticky zmapovat sociální sítě u dospívajících jedinců a body image dospívajících. Dalším cílem bylo zjistit, zda se inspirace sociálních sítí na body image dospívajících lidí mění v rámci sekundárního stupně vzdělávání a pohlaví.

Teoretická část je rozdělena do dvou částí. První část shrnuje teoretické poznatky o body image (vysvětlení pojmu, historie náhledu na body image...) a psychologické vymezení období dospívajících, které lze rozdělit na období pubescence a adolescence. Druhá část se zabývá vysvětlením, co to jsou sociální sítě, jak vznikly (včetně vzniku internetu, bez kterého by sociální sítě nevznikly) a jaká jsou s nimi spojená rizika.

V praktické části jsem se snažila zmapovat využívání sociálních sítí mezi dospívajícími a jejich inspiraci na body image dospívajících.

Z výsledků této práce vyplývá, že pokud se zaměříme na žáky posledních dvou ročníků základní školy a první ročníků střední školy, více času na sociálních sítích tráví žačky středních škol. Například u středoškoláků je procento dívek, které tráví na sociálních sítích denně průměrně více než tři hodiny, je třikrát vyšší než chlapců. Středoškolské dívky také uvedly vyšší míru nespokojenosti se svým tělem a to jak se vzhledem, tak s váhou.

Velké rozdíly v náhledu na své tělo lze také pozorovat s ohledem na stupeň sekundárního vzdělávání. Například u otázky, zda si respondenti myslí, že sociální sítě ovlivňují smýšlení o jejich těle, odpověď rozhodně ano a spíše ano zvolilo 37 % žáků základní školy, stejnou odpověď 58 % středoškoláků.

Účelem této práce bylo ukázat, jak moc žáci využívají sociální sítě a zmapovat jejich inspiraci na body image. Jako vše, mají sociální sítě negativa i pozitiva. V této práci jsem zdůraznila hlavně negativa, protože si myslím, že by je učitelé nejen výchovy ke zdraví měli znát. Doufám, že výsledky tohoto výzkumu budou sloužit nejen mně, ale i dalším pedagogickým i nepedagogickým pracovníkům k uvědomění, že sociální sítě jsou něco, co žáky může ovlivňovat, už jen proto, kolik času zde tráví.

## **Seznam použitých zkratk**

apod. – a podobně

atd. – a tak dále

cca – cirka

SŠ – střední škola

tzv. – takzvaný

ZŠ – základní škola



## Seznam literatury a použitých zdrojů

- BALCAR, Karel. *Úvod do studia psychologie osobnosti*. 2., opr. vyd. V Chrudimi: Mach, 1991. 217 s.
- BEDROŠOVÁ, Marie, HLAVOVÁ, Renata, MACHÁČKOVÁ, Hana, DĚDKOVÁ, Lenka a Šmahel David. *České děti a dospívající na internetu: Zpráva z výzkumu na základních a středních školách*. Projekt EU Kids Online IV – Česká republika. Brno: Masarykova univerzita, 2018.
- BENEŠOVÁ, Dagmar a MIČOVÁ, Lenka. *Diety při onemocnění mentální anorexií a bulimií: recepty, rady lékaře*. 1. vyd. Praha: Sdružení MAC, 2003. 31 s. Diety pro nejčastější choroby; sv. 28. ISBN 80-86015-91-2.
- DOČEKAL, Daniel, Jan MÜLLER, Anastázie HARRIS, Luboš HEGER a kol. *Dítě v síti: manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. Praha: Mladá fronta, 2019, 207 stran. Flowee. ISBN 978-80-204-5145-3.
- FIALOVÁ, Ludmila a František David Krch. *Pojetí vlastního těla: zdraví, zdatnost, vzhled*. Praha: Karolinum, 2012, 278 s. Psyché (Grada). ISBN 978-80-246-2160-9.
- FIALOVÁ, Ludmila. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001, 269 s. Zdraví v rukou člověka. ISBN 80-246-0173-7.
- FIALOVÁ, Ludmila. *Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. Praha: Grada, 2006, 92 s., [6] s. obr. příl. Psychologie pro každého. ISBN 80-247-1350-0.
- GROGAN, Sarah. *Body image: psychologie nespokojenosti s vlastním tělem*. Praha: Grada, 2000, 184 s. Psyché (Grada). ISBN 80-7169-907-1.
- HŘIVNOVÁ, Michaela. *Základní aspekty výživy*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. 95 s. Studijní opora. ISBN 978-80-244-4034-7.
- CHROMÝ, Jakub. *Kriminalita páchaná na mládeži: aktuální jevy a nová právní úprava v České republice*. Praha: Linde, 2010, 239 s. ISBN 978-80-7201-825-3.
- KAVALÍR, Aleš, ed. *Kyberšikana a její prevence: příručka pro učitele*. Vyd. 1. Plzeň: Pro město Plzeň zpracovala společnost Člověk v tísni, pobočka Plzeň, 2009. 104 s. ISBN 978-80-86961-78-1.
- KRAS, Pavel. *Internet v kostce*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Fragment, 2001. 144 s. V kostce. Kostka speciál. ISBN 80-7200-493-X.
- KRCH, František David a kol. *Poruchy příjmu potravy*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2005. 255 s. Psyché. ISBN 80-247-0840-X.
- KRCH, František David. *Bulimie: jak bojovat s přejídáním*. 3., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2008. 195 s. Psychologie pro každého. ISBN 978-80-247-2130-9.
- KRCH, František David. *Poruchy příjmu potravy: vymezení a terapie*. Praha: Grada, 1999, s. 20. ISBN 80-7169-627-7.

LANGMEIER, Josef a KREJČÍŘOVÁ, Dana. *Vývojová psychologie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006. 368 s. Psyché. ISBN 80-247-1284-9.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010. 181 s. ISBN 978-80-245-1742-1.

PLATZNEROVÁ, Andrea. *Sebepoškozování: aktuální přehled diagnostiky, prevence a léčby*. Praha: Galén, ©2009. 159 s. ISBN 978-80-7262-606-9.

ROHEL, Jiří, TACH, Rudolf a VODA, Karel. *Obezita a vy*. 1. vyd. Praha: EM-Effect, 1991. 15 s. Zdraví v rukou člověka. ISBN 80-900566-0-1.

ŘÍČAN, Pavel. *Psychologie*. 3., dopl. a upr. vyd. Praha: Portál, 2009, 300 s. ISBN 978-80-7367-560-8.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Současná psychopatologie pro pomáhající profese*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2014. 815 s. ISBN 978-80-262-0696-5.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie I.: dětství a dospívání*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2005. 467 s. ISBN 80-246-0956-8.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 1999, 353 s. ISBN 80-7184-803-4.

VYMĚTAL, Jan a kol. *Speciální psychoterapie*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2007. 396 s. Psyché. ISBN 978-80-247-1315-1.

Zákon č. 40/1995 Sb. Zákon o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 634/1992 Sb. Zákon o ochraně spotřebitele

## Elektronické zdroje

BLAŽEK, Zdeněk. Vznik a historie Facebooku. *Zdeněk Blažek: Marketingový konzultant* [online]. 10. 10. 2015 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.zdenekblazek.cz/vznik-a-historie-facebooku/>

ČERNÁ, Monika. Úvod do problematiky sociálních sítí. *Metodický portál: Články* [online]. 29. 02. 2012, [cit. 2021-03-06]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/g/15075/UVOD-DO-PROBLEMATIKY-SOCIALNICH-SITI.html> . ISSN 1802-4785.

HRONOVÁ, Markéta. Sociální sítě jsou jako heroin. Zvyšují riziko sebevražd a dělají z lidí počítače, varují vědci. *Aktuálně.cz* [online]. 18. 11. 2017 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/socialni-site-jsou-jako-heroin-zvysuji-riziko-deprese-zhorsu/r~fdf78e78c87911e79704ac1f6b220ee8/?redirected=1514907143>

*Jak jsou na tom Češi s chudobou, obezitou či sportováním?* Český statistický úřad [online]. 2018 [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/stoletistatistiky/jak-jsou-na-tom-cesi-s-chudobou-obezitou-ci-sportovanim>

KRČMÁŘOVÁ, Gabriela. 20 let Internetu v České republice. *Ikaros* [online]. 2012, **16**(3) [cit. 2021-03-06]. ISSN 1212-5075. Dostupné z: <https://ikaros.cz/20-let-internetu-v-ceske-republice>

KREJČÍ, Matěj. Jak sociální sítě ovlivňují vnímání sebe sama? Digidetox [online]. 23.9.2020 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://digidetox.me/blog/jak-socialni-site-ovlivnuji-vnimani-sebe-sama/>

MIKULCOVÁ, Klára. Můžeme se v online prostředí setkat s agresí? *E-Bezpečí* [online]. 10.10.2018 [cit. 2021-03-10]. Dostupné z: <https://www.e-bezpecni.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/kybersikana/1412-muzeme-se-v-online-prostredi-setkat-s-agresi>

Most used social media 2020 | Statista. *Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies* [online]. Copyright © Statista 2021 [cit. 17.01.2021]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

NOVOTNÝ, Michal. Žebříček TOP 10: Nejoblíbenější sociální sítě. *Markomu.cz* [online]. 10. 6. 2020 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.markomu.cz/nejoblíbenější-socialni-site/>

PTÁČEK, Michal. Jak vznikl a následně uspěl Instagram, jehož hodnota se dnes odhaduje na 35 miliard dolarů? *CzechCrunch* [online]. 14. 7. 2015 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2015/07/jak-vznikl-a-nasledne-uspel-instagram-jeho-z-hodnota-se-dnes-odhaduje-na-35-miliard-dolaru/>

RATHOUSOVÁ, Karolína. *Moje spolupráce* [online]. [cit. 2021-04-02]. Dostupné z: <http://www.dewi.cz/moje-spoluprace/>

SKOPAL, David. *Vše, co potřebujete vědět o TikToku. Sociální síť se špatnou pověstí i obrovským potenciálem* [online]. 19. 8. 2020 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://smartmania.cz/vse-co-potrebujete-vedet-o-tiktoku-socialni-sit-se-spatnou-povesti-i-obrovskym-potencialem/>

SVOBODA, Jiří. TikTok dobývá i Česko. Čínskou sociální síť u nás používá již více než milion lidí, nejčastěji teenageři. *CzechCrunch* [online]. 06.10.2020 [cit. 2021-03-06]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2020/10/tiktok-dobyva-i-cesko-cinskou-socialni-sit-u-nas-pouziva-jiz-vice-nez-milion-lidi-nejcasteji-teenageri/>

ŠMAHAJ, Jan, ed. a ZIELINA, Martin, ed. *Úvod do kyberpsychologie* [CD-ROM]. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. Skripta. ISBN 978-80-244-4514-4. Dostupné také z: [http://www.researchgate.net/publication/280938350\\_Introduction\\_to\\_Cyberpsychology\\_vod\\_do\\_kyberpsychologie](http://www.researchgate.net/publication/280938350_Introduction_to_Cyberpsychology_vod_do_kyberpsychologie) .

ŠUTOVÁ, Marijana a Saša NEZHYBOVÁ. Negativní pozitiva: Sociální sítě plné rozporů. *Studenta* [online]. 16. 12. 2017 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.studenta.cz/negativni-pozitiva-socialni-site-plne-rozporu/r~st:article:3399/>

*Záchvatovité přejídání: co to je?* [online]. Ministerstvo zdravotnictví České republiky [cit. 2021-03-20]. Dostupné z: <https://www.nzip.cz/clanek/706-zachvatovite-prejidani-zakladni-informace>

## Seznam tabulek

*Tabulka 1 Demografická data sledovaného souboru (N=183)*

*Tabulka 2 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 5 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 3 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 6 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 4 Oblíbené sociální sítě mezi žáky*

*Tabulka 5 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 8 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 6 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 9 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 7 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 10 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 8 Oblíbené profily na sociálních sítích z oblasti sportu, výživy a jak o sebe správně pečovat*

*Tabulka 9 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 12 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 10 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 13 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 11 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 14 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 12 Aktivity vykonávané proto, aby byli žáci spokojeni se svým tělem*

*Tabulka 13 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 16 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 14 Vyhledávání informací ohledně změny tělesné hmotnosti*

*Tabulka 15 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 18 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 16 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 19 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 17 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 20 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 18 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 21 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

*Tabulka 19 Absolutní a relativní četnosti odpovědí na otázku č. 22 pro soubor ZŠ (N=89), SŠ (N=94), dívky (N=94), chlapci (N=89), ZŠ dívky (N=65), ZŠ chlapci (N=53), SŠ dívky (N=29) a SŠ chlapci (N=36)*

## **Seznam příloh**

Příloha 1 Dotazník k bakalářské práci

Příloha 2 Profily z oblasti sportu, které byly uvedeny jen jednou

Příloha 3 Profily z oblasti výživy, které byly uvedeny jen jednou

## Přílohy

### Příloha 1 Dotazník k bakalářské práci

#### Dotazník k bakalářské práci: Body image dospívajících a sociální sítě

Ahoj,

Jmenuji se Lucie Frelichová a studuji 3. ročník bakalářského studia oborů výchova ke zdraví a speciální pedagogika pro 2. st. ZŠ a SŠ na Pedagogické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci.

Ráda bych tě požádala o vyplnění výzkumu k mé bakalářské práci. Tento výzkum je určený pro žáky 8. a 9. ročníků ZŠ a prvních ročníků SŠ. Dotazník je anonymní a bude sloužit jen pro účely mé bakalářské práce.

Předem děkuji,

L. Frelichová

\*Povinné pole

1. Pohlaví: \*

Muž

Žena

2. Věk (napiš číslo): \*

Vaše odpověď





3. Jaký druh školy navštěvuješ?

- Základní škola
- Střední škola
- Střední odborné učiliště
- Víceleté gymnázium
- Čtyřleté gymnázium

Jaký stupeň školy navštěvuješ?

- Základní škola
- Střední škola

4. V jak velké obci žiješ?

- Do 1 000 obyvatel
- 1 000 - 4 999 obyvatel
- 5 000 - 9 999 obyvatel
- 10 000 - 49 999 obyvatel
- 50 000 a více obyvatel

5. Kolik hodin denně průměrně strávíš na sociálních sítích?

- 0-1 h
- 1-2 h
- 2-3 h
- více

6. Trávíš na sociálnych sítich viac času od doby, kedy vypukla pandemie Covid-19?

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Rozhodně ne

7. Na ktorých sociálnych sítich máš profil? \*

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Twitter
- Nikde
- Jiné:

8. Sleduješ na týchto sociálnych sítich profily z oblasti sportu?

- Ano
- Ne

9. Sleduješ na týchto sociálnych sítich profily z oblasti výživy?

- Ano
- Ne



10. Sleduješ na těchto sociálních sítích profily, které rád jak o sebe správně pečovat?

Ano

Ne

11. Pokud jsi alespoň u jedné ze tří předchozích otázek zvolil/a odpověď ano, uveď o které profily se jedná:

Vaše odpověď

12. Cítíš se celkově spokojený/á se svým tělem? \*

Určitě ano.

Spíše ano.

Nevím.

Spíše ne.

Vůbec ne.

13. Cítíš se spokojený/á se svou váhou?

Určitě ano.

Spíše ano.

Nevím.

Spíše ne.

Rozhodně ne.



14. Cítíš se spokojený/á se svým vzhledem?

- Určitě ano.
- Spíše ano.
- Nevím.
- Spíše ne.
- Rozhodně ne.

15. Co děláš proto, abys byl/á spokojený/á se svým tělem? Vyber vše, co se tě týká a pokud ještě něco dalšího, doplň do pole „Jiná...“.

- Nic. Jsem spokojený/á.
- Sportuji.
- Jím zdravě.
- Chodím do kosmetického salonu a/nebo o sebe pečuji sám/a (pleťové masky, trháni obočí, atp.)
- Jiné:

16. Zkoušel/a jsi někdy zhubnout/přibrat kvůli tomu, jaké jsi viděl/a příspěvky na sociálních sítích? \*

- Určitě ano.
- Spíše ano.
- Nevím.
- Spíše ne.
- Určitě ne.



17. Pokud ano, kde jsi hledal/a informace, které ti mohly pomoci? Vyber možnost kterou jsi využil/a nejvíc.

- Informace jsem nehledal/a.
- Zeptal/a jsem se rodičů nebo přátel.
- Hledala jsem na sociálních sítích.
- Hledal/a jsem jinde na internetu.
- Hledal/a jsem v časopisech.
- Jiné:

18. Měnil/a jsi někdy něco na svém vzhledu (barva vlasů, styl oblékání, líčení...) kvůli tomu, jaké příspěvky jsi viděl/a na sociálních sítích?

- Určitě ano.
- Spíše ano.
- Nevím.
- Spíše ne.
- Určitě ne.

19. Je na sociálních sítích někdo, komu by ses chtěla vzhledově přiblížit? Pokud ano, napiš prosím název profilu.

Vaše odpověď



20. Narazil/a jsi na sociálních sítích někdy na profil, kvůli kterému jsi měl/a špatný pocit z toho, jak vypadáš?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

21. Myslíš si, že sociální sítě ovlivňují tvé smýšlení o vlastním těle?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

22. Pokud si myslíš, že tě sociální sítě v tomto směru ovlivňují, uveď jakým způsobem.

- Určitě pozitivně
- Spíše pozitivně
- Neovlivňují
- Spíše negativně
- Určitě negativně

Odeslat

 Nikdy přes Formuláře Google neposíláte hesla.

## Příloha 2 Profily z oblasti sportu, které respondenti uvedli pouze jednou

Název profilu	Název profilu
Aaron Jaws Homoki	Lilly the FUN WORKOUT gal
AC Sparta Praha	Lionel Messi
Adam Ondra	Longines Global Champions Tour
Alex Honnold	Louic Bruni
Alexander Megos	Lucie Šafářová
Alica Schmidt	MADDIE   Home Workouts
Baker Skateboards	Marie Bouzková
Barbora Votíková	Marta Swiatlon
Brage Vestavik	Martin Pek
CEV - European Volleyball	Matěj Rotrekl
Česká fotbalová reprezentace	Maximhabanec
Český národní hokejový tým	MOL Cup
ČT sport	NASCAR
Daniel Rahman	NASCAR on FOX
Danny MacAskill	NASCAR on NBC
David Luu	Natalie Bally
Dominika Krčmáriková	NHL
Dorothea Wierer	Pavel Barber
Ester Ledecká	Pavel Bartoš   MMA Shorties
Fabio Wibmer	Petr Semerád
FC Viktoria Plzeň	Petra Kvitová
Fifahulky	Pinkbike
Finn Iles – MTB	Požární sport
Fitonomy App	Red Bull Bike
FORMULA 1	Red Bull Skateboarding
FORTUNA:LIGA	Sanna-Maria
Freemove	Simona Halep
Frenkie de Jong	T-Mobile Česká Enduro Serie
Fyziogymcooper	Tomas Slavik
GCL	UEFA EURO 2020
HC Sparta Praha	UEFA Europa League
HC Škoda Plzeň	Valerie Peršina BANG FITNESS
Honza Navrátil	Vanesa Seco
Christopher May	Vladimir Koldaev

IBU Biathlonworld	Wout van Aert
Immanuel Adenubi	Jezdci.cz
Jaromír Jágr	Jmenujisepta
Jatie Vlogs	Josh brueckner
je_to_v_hlave	Karolina Pliskova



### **Příloha 3 Profily z oblasti výživy, které respondenti uvedli pouze jednou**

<b>Název profilu</b>
Georgina Hayden
Adéla Doležalová
Gymbeam - Fitness & lifestyle
Kačí • waytohealth •
Maky Bašková
monfit.cz
Naše maso
Rostlině
zdrave_kalorie
zdrave_recepty.cz