

Postoje středoškolaček ke svému tělu

Bc. Markéta Dolejší

Diplomová práce
2009



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav pedagogických věd
akademický rok: 2008/2009

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Markéta DOLEJŠÍ**
Studijní program: **N 7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Sociální pedagogika**

Téma práce: **Postoj středoškolské mládeže ke svému tělu**

Zásady pro vypracování:

Prostudovat literární prameny k tématu postojů středoškolské mládeže ke svému tělu
Vytvořit teoretický podklad k danému tématu
Na základě východisek představených v teoretické části práce vytvořit ideový a technický plán výzkumu
Pro zodpovězení výzkumných otázek zvolit metodu dotazníku a provést kvantitativní výzkum na vzorku středoškolaček z Chomutovska
Provést analýzu získaných empirických údajů a interpretovat zjištěná fakta

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

CROOK, M.: V zajetí image těla: jak chápat a odmítat mýty o vzhledu těla. Ostrava: Oldag, 1995. ISBN 80-85954-02-895.

FIALOVÁ, L.: Body image jako součást sebepojetí člověka. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-7.

GROGAN, S.: Body image: psychologie nespokojenosti s vlastním tělem. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-71-69-907-1.

VÁGNEROVÁ, M.: Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří. Praha: Sociologické nakladatelství, 2000. ISBN 80-7178-308-0.

WOLF, N.: Mýtus krásy. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Karla Hrbáčková

Ústav pedagogických věd

Datum zadání diplomové práce:

17. února 2009

Termín odevzdání diplomové práce:

15. května 2009

Ve Zlíně dne 17. února 2009



L.S.

prof. PhDr. Vlastimil Švec, CSc.
děkan

Mgr. Soňa Vávrová, Ph.D.
vedoucí katedry

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové/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 ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí;
- na moji diplomovou/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 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ 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 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou/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 diplomové/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 diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 10.3.2009

.....
Dolejší

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 nahlázení 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, opisy nebo rozmnoženiny.

ABSTRACT

Cílem této práce je zjistit postoje středoškolaček ke svému tělu, co pro ně znamená ideál krásy ženského těla a jsou-li ochotny podstoupit nějaká opatření, aby se ideálu přiblížily.

Teoretická část pojednává o vztahu člověka ke svému tělu. Věnujeme se v ní zejména se-
bepojetí a sebehodnocení. Dále se zde zabýváme charakteristikou období adolescence,
vlivem médií na dospívající a ideálem krásy.

V praktické části představujeme náš kvantitativní výzkum, který jsme provedli na jaře
2009. Výzkum zjišťoval postoje 150 chomutovských středoškolaček ke svému tělu. Jeho
výsledky jsou znázorněny v tabulkách, grafech a jsou opatřeny slovním komentářem.

Klíčová slova:

sebepojetí, sebehodnocení, média, krása, adolescence, tělo

ABSTRACT

The aim of this thesis is to find out what is the attitude of female high school students to
their bodies, what they consider to be the ideal of beauty of women's body and if they are
willing to take some steps to approximate to this ideal.

The theoretic part of the thesis discuss the relationship of people to their bodies. We pay
attention especially to self-concept and self-evaluation. We also deal with characteristics of
adolescence, the influence of media on teenagers and the ideal of beauty.

We would like to display our quantitative research in the practical part of the thesis. The
research was done in spring 2009 and it examined attitudes of 150 female high school stu-
dents from Chomutov to their bodies. Our findings are displayed by tables and diagrams
with verbal commentary.

Keywords:

self-concept, self-evaluation, media, beauty, adolescence, body

Poděkování: Touto cestou chci poděkovat Mgr. Karle Hrbáčkové za ochotu, pomoc a cenné rady při psaní diplomové práce.

Motto: „*Většinou jsme inteligentní ženy, přece se však snažíme o nemožné. Jsme jako havrani, papoušci, pěnkavy, orlové – každá krásná svým způsobem – přece se však všechny snažíme být kanáry.*“ (Crook, 1995, s. 18)

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 VZTAH ČLOVĚKA KE SVĚMU TĚLU	12
1.1 SEBEPOJETÍ	12
1.1.1 Sebepojetí – definování pojmu.....	13
1.1.2 Vliv sebepojetí na chování jedince	14
1.1.3 Tělesné sebepojetí	14
1.2 SEBEHODNOCENÍ.....	16
1.2.1 Sebehodnocení – definování pojmu	16
1.2.2 Poruchy sebehodnocení.....	17
2 ADOLESCENCE	19
2.1 ADOLESCENCE – OBECNÉ DEFINOVÁNÍ POJMU	19
2.1.1 Pozdní adolescence – definování pojmu	20
2.2 VÝVOJOVÉ ÚKOLY ADOLESCENCE	20
2.3 VÝZNAM TĚLESNÉHO VZHLEDU V ADOLESCENCI.....	21
3 POSTOJE	22
3.1 POSTOJE – DEFINOVÁNÍ POJMU	22
3.2 ZÁKLADNÍ VLASTNOSTI POSTOJŮ	22
3.3 ZÁKLADNÍ FUNKCE POSTOJŮ	23
3.4 POSTOJE K TĚLU	23
4 MÉDIA	24
4.1 MÉDIA.....	24
4.2 DRUHY MASMÉDIÍ	24
4.2.1 Televize	25
4.2.2 Osobní počítač a internet.....	25
4.2.3 Tištěná média	26
4.3 FUNKCE MASMÉDIÍ	26
4.4 RIZIKA MASMÉDIÍ.....	28
4.5 TEORIE MEDIÁLNÍCH ÚČINKŮ NA ČLOVĚKA	28
4.5.1 Teorie schématu vlastního Já	28
4.5.2 Teorie sociálního srovnávání	29
4.6 TĚLO A MÉDIA	30
4.7 VLIV MÉDIÍ NA PSYCHIKU ČLOVĚKA	31

5	IDEÁL KRÁSY	33
5.1	PODSTATA SPOLEČENSKY UZNÁVANÉHO IDEÁLU KRÁSY	33
5.2	HISTORICKÝ VÝVOJ IDEÁLU KRÁSY	34
5.2.1	Rané kultury	34
5.2.2	Středověk.....	35
5.2.3	17. století	35
5.2.4	19. století	35
5.2.5	20. století	36
5.2.6	Nedávná minulost a současnost	37
II	PRAKTICKÁ ČÁST	39
6	PŘÍPRAVA VÝZKUMU	40
6.1	DRUH VÝZKUMU	40
6.2	VÝZKUMNÝ PROBLÉM A VÝZKUMNÉ OTÁZKY	41
6.3	CÍL VÝZKUMU A FORMULACE HYPOTÉZ.....	41
6.4	VÝZKUMNÝ VZOREK	42
6.5	VÝZKUMNÁ METODA.....	43
7	REALIZACE VÝZKUMU	45
7.1	ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ A VYHODNOCENÍ DAT.....	45
7.2	DESKRIPTIVNÍ ZPRACOVÁNÍ DAT	46
7.3	STATISTICKÉ ZPRACOVÁNÍ DAT (CHÍ-KVADRÁT)	58
7.4	INTERPRETACE VÝSLEDKŮ A OVĚŘOVÁNÍ HYPOTÉZ	62
	ZÁVĚR.....	65
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	67
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	69
	SEZNAM OBRÁZKŮ	70
	SEZNAM TABULEK.....	71
	SEZNAM PŘÍLOH.....	72

ÚVOD

„V našem světě existuje jeden objekt, který je krásnější, cennější a uznávanější než všechny ostatní – naše vlastní tělo. Jeho znovuobjevení po tisícileté éře puritanismu má za důsledek jeho všudypřítomnost v masové kultuře, módě, reklamě...Péče o tělo, dokonce připravenost k různým obětem (dietní režimy, speciální cvičení, kosmetické zákroky...) ukazují, že dochází k renesanci těla. V současnosti už je zřejmé, že nás nepotrestá Bůh, když budeme nedbalí k vlastnímu tělu, ale pomstíme se sami sobě, protože tělo pro nás dnes představuje pramen štěstí, prožitků identity“ (Anzebbacher In Fialová, 2001, s. 9).

I hlavním tématem této diplomové práce je lidské tělo, respektive vztah mladých lidí ke svému tělu. Téma jsme dále specifikovali na postoje středoškolaček ke svému tělu, přičemž praktická část se zaměřuje konkrétně na dívky z některých chomutovských středních škol. Důvod je prostý – současná situace přehnaného soustředění se na tělo a jeho vzhled, nárůst poruch potravy a pocitů méněcennosti z důvodů neodpovídání společensky uznanému ideálu krásy, je dle našeho posouzení alarmující. Tento názor podkládáme také tvrzením Karsten Hartmut, která se zmiňuje o nárůstu počtu případů bulimie a anorexie v průmyslových zemích v posledních deseti letech. Více než 90 % osob trpící některou z těchto poruch je ženského pohlaví. Anorexií onemocní přibližně půl procenta dospívajících žen, bulimií asi jedno procento, přičemž zde existuje vzrůstající tendence tohoto fenoménu (Hartmut, 2006).

Samotné onemocnění však není jediným negativem, které současná doba přináší. Pocity méněcennosti a únavy z věčné snahy vyrovnat se pro většinu lidí nedosažitelnému ideálu krásy, se stávají běžnou součástí našich životů. Mrazek (In Fialová, 2001) zastává názor, že ženy tomuto tlaku podléhají více než muži. Žena je svým tělem více určována než muž, což zanechává stopy v jejím sebepojetí a ovlivňuje její představy o těle a postoje k němu. Tato práce se zamýšlí nad mnohdy nestabilním sebepojetím žen a dívek a věnuje se bližšímu poznání jejich vztahu k vlastnímu tělu.

Cílem teoretické části je vytvořit základnu pojmů důležitých pro realizaci části praktické. Teoretická část se skládá z pěti hlavních kapitol, v nichž charakterizujeme pět základních témat: vztah člověka ke svému tělu, období adolescence, postoje, média a ideál krásy.

Nejdříve se zde zabýváme obecným vztahem člověka ke svému tělu, lidským sebepojetím a sebehodnocením. Zaobíráme se zde tím, co vlastně sebepojetí je, jaký má vliv na chování

jedince a zvláště se pak soustředíme na sebepojetí tělesné. Při studii literatury k teoretické části jsme narazili na informaci, jež nás nemile překvapila a považujeme za důležité ji zde zmínit. Fialová (2001) došla ve svých výzkumech mimo jiné k závěru, že již osmileté dívky cítí nespokojenost se svou hmotností a přejí si dosáhnout společensky požadovaného štíhlého těla. Tato informace nám opět potvrdila, že zvolené téma diplomové práce je opravdu aktuální. V teoretické části se dále věnujeme sebehodnocení a jeho poruchám. Považovali jsme též za potřebné vymezit pojem adolescence, jelikož respondetky našeho výzkumu se svým věkem řadí právě do období pozdní adolescence. Nabízíme zde charakteristiku adolescentního období od několika odborníků, zmiňujeme též vývojové úkoly adolescence a vztah adolescentů ke svému tělu a vzhledu. Práce také stručně definuje postoje, protože právě ony jsou předmětem našeho zkoumání. Dostaneme se též k otázce týkající se médií a jejich vlivu na psychiku člověka a nechybí zde ani kapitola věnovaná ideálu krásy. Nastihujeme, jak se pohled na krásu ženského těla vyvíjel a co je za krásné považováno v současnosti.

Praktická část se zaměřuje na postoje chomutovských středoškolaček ke svému tělu. Výzkumný vzorek se skládá z dívek adolescentního věku, jenž dochází na chomutovské gymnázium, obchodní akademii či střední zdravotnickou školu. Oslovili jsme 150 respondentek, jež byly vybrány formou záměrného výběru. Nevýhodou toho je, že výsledky výzkumu mohou být zobecněny pouze v rámci tohoto výzkumného vzorku. Přesto se však domníváme, že výzkum přináší zajímavé informace v oblasti sebepojetí těchto mladých žen.

Cílem praktické části bylo u dotázaných dívek zjistit jejich názor na společensky uznaný ideál krásy, ale také poodhalit to, co ony samy považují za krásné. Ptali jsme se jich nakolik se cítí být ztotožněné s médií prezentovaným ideálem krásy ženského těla a jak jsou spokojeny s tělem vlastním. Zajímali nás i zdánlivé drobnosti, jako je frekvence užívání kosmetiky, ochota dívek podstupovat různá opatření, aby se ideálu přiblížily atd.. Nejdůležitější pro nás bylo zjistit, existuje-li souvislost mezi mírou ztotožnění dotázaných dívek s médií prezentovaným ideálem krásy a jejich postojem k vlastnímu tělu.

Během psaní diplomové práce se naskytla příležitost ke studiu zajímavé literatury a k hlubšímu zamyšlení, nakolik se ideál krásy prezentovaný v médiích vkrádá i do našich životů. Byly to chvíle trávené nad odbornou literaturou a dotazníky, ale také doba věnovaná přehodnocování vlastních postojů k tomuto tématu. Domníváme se, že současný ideál krásy ovlivňuje každého z nás, otázkou je pouze to, nakolik si tuto skutečnost připouštíme.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VZTAH ČLOVĚKA KE SVĚMU TĚLU

Vztah je pojem, jehož vysvětlením uvádíme tuto diplomovou práci. Ač si uvědomujeme, že je to termín velmi obecný, považujeme za důležité se jeho jednoduchou charakteristikou zabývat. Tato práce je založená na teoretickém i praktickém studiu vztahu lidí (konkrétně mladých žen) ke svému tělu. Co se tedy skrývá pod tímto termínem? Vztah je slovo, jenž se objevuje v mnoha oborech, např. ve filozofii, matematice, logice, psychologii, sociologii i v běžné řeči laické veřejnosti. Odborné vysvětlení nabízí Geist (1992), dle něhož má každý vztah společný znak, jenž spočívá v souvislosti, vzájemném spojení a spolupříslušnosti jevů k celku. Vztah definuje jako vzájemnou souvislost a způsob spojení nejméně dvou jevů, přičemž zde vždy existuje referent (subjekt, od něhož vztah vychází) a relat (objekt, k němuž vztah míří). V našem případě je referent i relat jednou osobou. Jedná se totiž o vztah člověka ke svému vlastnímu tělu.

V následujících řádcích se věnujeme základním pojmům souvisejícím se vtahem člověka k vlastnímu tělu. Vytváříme tak teoretický základ výrazů, s nimiž dále pracujeme v praktické části.

Zvláštní pozornost pak věnujeme sebepojetí a sebehodnocení člověka. V současné odborné literatuře jsou někdy pojmy sebepojetí a sebehodnocení používány synonymně. „*Jedna skupina autorů se domnívá, že lidé v běžném životě nerozlišují mezi sebehodnocením a sebepojetím. Tito autoři přistupují k sebepojetí z hlediska lidí samotných. Druhá skupina autorů považuje sebehodnocení pouze za aspekt sebepojetí, byť důležitý. Osobně se přikláníme k názoru, který podporuje rozlišování pojmů sebepojetí a sebehodnocení*“ (Watkins, Dhawan In Blatný, Plháková, 2003, s. 115).

Také Kohoutek (1998) uznává tento názor. Ač se zdá, že jsou si tyto pojmy dosti podobné a částečně se prolínají, tvoří dva samostatné pilíře vztahu člověka ke svému tělu. V této práci tedy vycházíme z předpokladu, že i my se přikláníme k oddělení těchto dvou pojmů a zabýváme se jimi v samostatných podkapitolách.

1.1 Sebepečetí

V následujících podkapitolách se již věnujeme pojmu sebepečetí a zvláště jeho definování. Nabízíme několik charakteristik tohoto pojmu od autorů českých i zahraničních. Krátce se

zabýváme také vlivem sebepojetí na chování jedince. Největší důraz klademe na podkapitulu týkající se tělesného sebepojetí.

1.1.1 Sebeпоjetí – definování pojmu

Odborná literatura nabízí řadu různých charakteristik sebepojetí. Uvádíme jich zde více, přičemž čerpáme z knih zaměřených především na sociální psychologii a psychologii osobnosti.

Fialová (2001) sebepojetí vnímá jako celkový postoj člověka k vlastní osobě. Tento postoj obsahuje kognitivní prvky (sebepoznání, sebedefinování), emocionální prvky (sebehodnocení, sebeúcty) a činnostně regulativní prvky (sebeprosazování, sebeuplatnění, sebekontrolu). Sebeпоjetí chápe jako obraz já - soubor inteligence, těla, charakteru i pocitů člověka.

Hartl a Hartlová (2004) se přiklánějí k názoru, že sebepojetí je představa člověka o sobě samém. Zahrnuje to, jak jedinec vidí sám sebe, přičemž je zde zdůrazněna poznávací složka. Autoři také upozorňují, že na rozdíl od sebeúcty má sebepojetí i hodnotící a popisnou dimenzi.

Blatný a Plháková (2003) ve své knize *Temperament, inteligence a sebepojetí* nabízejí několik definic tohoto pojmu od různých autorů. Nejzajímavější mi přišlo definování od Brehma a Kassina (In Blatný, Plháková, 2003), kteří přirovnávají sebepojetí k postojům, s nimiž má společné tři aspekty: kognitivní (týkající se obsahu sebepojetí a jeho organizace), afektivní (zahrnující emocionální vztah k sobě) a konativní (vyjadřující skutečnost, že sebepojetí má motivační funkce a uplatňuje se v autoregulaci chování).

Kohoutek (1998) vidí v sebepojetí výsledek procesu sebehodnocení včetně hodnocení vlastních kvalit ve vztahu k ostatním lidem i vůči svým aspiracím a cílům. „*Utváření sebepojetí je závislé na adekvátnosti sebepoznání a konstituované sebepojetí zpětně působí na sebepoznání. Příliš rigidní sebepojetí přitom adekvátnímu sebepoznání brání. Důsledkem zkreslené autopercepce a sebepojetí bývají vážné poruchy sociální adaptace*“ (Kohoutek, 1998, s. 143).

Definováním sebepojetí se zabýval také geniální praktik a učitel psychoterapie Carl Rogers (In Říčan, 2007). Ve své teorii pracuje s pojmem self-concept, jenž byl v knize Pavla Říčana (2007) přeložen právě jako sebepojetí. Rozumí jím organizovaný, konzistentní pojmový útvar, jenž se skládá z vjemů a charakteristik Já. Také zahrnuje vjemy ve vztahu

Já k druhým lidem a k různým aspektům života, spolu s hodnotami, které jsou s těmito vjemy spojeny.

Zajímavá je také klasifikace od Macka (2003), jenž se specializuje na sebepojetí adolescentů a z jehož díla více čerpáme v samostatné kapitole věnující se právě období adolescence. Popisuje sebepojetí jako soubor znalostí a pocitů o vlastním já, jenž se vytváří v průběhu celé ontogeneze. Upozorňuje, že některé nové dlouhodobé výzkumy nepotvrdily dříve prosazovanou představu, že obsah sebepojetí se stává v adolescenci nestabilní. Ukazuje spíše na to, že význam stabilního sebepojetí se u dospívajících zvyšuje, tak jak se stále větší měrou zapojují do procesu regulace vlastního chování a prožívání.

Jako poslední odborníci zabývající se definováním sebepojetí jsme si vybrali Marii Vágnerovou. Dle Vágnerové (1997) je sebepojetí představa sebe sama, na níž se spolupodílejí poznávací, citové a smyslové složky. Obraz vlastního já vzniká a vyvíjí se v interakci člověka se světem. Děje se tak na základě zobecnění zkušeností, jenž učiní sám se sebou, ale i na základě sociálních reakcí a hodnocení lidí v okolí. Veškeré informace musí člověk zpracovat, vyhodnotit a uložit v paměti.

1.1.2 Vliv sebepojetí na chování jedince

Jak jsme se již zmínili, sebepojetí je založené jednak na vlastní zkušenosti, jednak na názorech druhých osob. Sebepojetí podle Wylieho (In Fialová, 2001) ovlivňuje v mnoha směrech chování jedince:

- Člověk si osvojuje takové obsahy, jenž souhlasí s jeho vlastním sebepojetím a odmítá takové, která jsou s ním v nesouladu.
- Člověk s nepřiměřeným sebepojetím je lehce zranitelný, protože musí neustále počítat s možností konfrontace s nečekanými reakcemi ostatních lidí.
- Úroveň sebevědomí člověka je dána rozdílem obrazu jeho ideálního a reálného já. Tedy toho, kým by chtěl být, a toho, za nějž se považuje.

1.1.3 Tělesné sebepojetí

Podkapitolu věnovanou tělesnému sebepojetí uvádíme ujasněním toho, co tělo a tělesné sebepojetí vlastně znamená. Tělo definuje Fialová (2001) jako souhrn orgánů, ale také jako prostředek sebechápání a seberozvíjení, kterým lze manipulovat. Klein (In Fialová, 2001)

používá toto označení jako popis živého systému biologického rodu, psychické struktury, fyzického úkazu a společenské reprezentace.

Tělesné sebepojetí může být definováno takto: „*Pod pojem tělesné sebepojetí řadíme všechny představy jedince, které mají vztah k jeho vlastnímu tělu. Proto má tělesné sebepojetí (body image) kognitivní, afektivní i konativní komponenty, které ho charakterizují*“

(Mrazek In Fialová, 2001, s. 37).

Tělesné sebepojetí se podle Mrazka (In Fialová, 2001) skládá ze tří základních složek: vzhledu, zdatnosti a zdraví. Ač se význam těchto složek mění s věkem a je závislý na pohlaví, mívá vzhled největší vliv na celkové sebepojetí a to především u žen. Snaha po zdokonalení vzhledu může mít pozitivní i negativní charakter. Jednak se může stát, jak uvádí Fialová (2001), hnacím motorem pro zdravý způsob života a příznivě ovlivnit pohybové aktivity v denním režimu člověka. Na druhé straně přílišné zabývání se vzhledem však mnohdy vede i ke sníženému sebevědomí, dietám a jiným útrpným procedurám, které mají (zejména) ženy dovést k vytoužené představě svého ideálního já.

Význam zdraví tak bývá někdy zanedbáván. Fialová (2001) uvádí, že v rámci tělesného sebepojetí je velmi důležitý zejména subjektivní aspekt zdraví. Není tedy tolik stěžejní obecná definice zdraví, ale vnitřní pocity člověka se zdravím související, vlastní mínění člověka o svém zdravotním stavu.

Poslední složkou, kterou Fialová (2001) rozebírá, je zdatnost neboli tělesná kondice. Jedná se o vyjádření dosažené harmonie těla a ducha. Dobrá tělesná kondice umožňuje větší fyzickou zátěž, účinnější obranu proti nemocem a vede také k duševní vyrovnanosti a atraktivnějšímu vzhledu.

Za hlavní problém tělesného pojetí žen považuje Fialová (2001) kult štíhlosti, jenž ženy svazuje. Štíhlost žen je stále brána jako žádoucí vlastnost, kterou lidé spojují se sebekontrolou, elegancí a společenskou přitažlivostí. Jako alarmující příklad pak uvádí výsledky výzkumů, jenž jsme zmiňovali také v úvodu diplomové práce. Již dívky ve věku 8 let vnímají nespokojenost se svou tělesnou hmotností a požadují společensky žádané štíhlé tělo. Tento vnitřní konflikt mezi ideálním a reálným já vrcholí v období adolescence, kdy se dívky vzhledem k probíhajícím fyzickým změnám začínají vzdalovat od ideální postavy. „*Výzkum spolehlivě prokázal, že většina mladých dívek ve věku 13 – 16 let je nespokojena se svým tělem, připadá si tlustá a chtěla by zhubnout. Dospívající dívky nejsou v souladu*

se svým tělem a jejich postava se pro ně stává jednou z nejdůležitějších starostí“ (Fialová, 2001, s. 45).

Problém důležitosti vzhledu však adolescencí nekončí. Fialová (2001) zdůrazňuje, že také jakékoliv stopy stárnutí jsou na fyzické přitažlivosti žen chápány přísněji než u mužů. Kdežto u mužské populace jsou brány jako přirozené, na ženy mají mnohem negativnější dopad a zatlačují do pozadí jejich schopnosti a dovednosti.

1.2 Sebehodnocení

Sebehodnocení tvoří v této práci druhý pilíř vztahu člověka ke svému tělu. I zde nabízíme několik definicí tohoto pojmu. Zabýváme se zde také poruchami sebehodnocení.

1.2.1 Sebehodnocení – definování pojmu

Hartl a Hartlová (2004) označují sebehodnocení neboli self-evaluation za vědomé prožívání vlastní sociální pozice. Většinou je úzce spojeno se vztahy v nukleární rodině.

Kohoutek (1998) popisuje sebehodnocení jako vyhodnocení vlastního sebeobrazu člověka. Zdůrazňuje, že se může měnit od situace k situaci, na rozdíl od sebeúcty, jenž má relativně trvalý charakter a je syntézou mnoha minulých i přítomných sebehodnotících zážitků a navíc se jeví jako geneticky podmíněná. Za zajímavé považují zmínit i Kohoutkovu (1998) informaci o rozdílech sebeobrazu mezi pohlavími založených na vnímání důležitosti vzhledu, které nachází již u dětí školního věku. Zatímco u chlapců sleduje spíše profesně a studijně orientované složky sebeobrazu, u dívek převažují složky vztahující se k osobní přitažlivosti a pozitivně zaměřeným sociálním vztahům.

Dle Řezáče (1998) je sebehodnocení děj, v němž probíhá sebekontrola a posuzování sebe sama, zejména potom v rovině aktuální. Tento pojem je ovšem používán i k pohledu na sebe sama jako výsledku onoho děje. Sebehodnocení je produktem průběžného sebesuzování, jako hodnotící představy o sobě – obrazu sebe sama. Řezáč (1998) využívá pojmu sebehodnocení pro označení procesu nahlížení na sebe a hodnocení se v kontextu určitých norem a hodnot, jenž probíhá aktuálně i následně. Nejde tedy jen o posouzení sebe jako takového, ale o vyhodnocení připravenosti člověka něčeho dosáhnout, něco zvládnout či něco vyřešit.

1.2.2 Poruchy sebehodnocení

Jak říká Kohoutek (1998) má značná část lidí sebehodnocení nějakým způsobem deformované, tedy jejich sebehodnocení se neztotožňuje s jejich skutečnou hodnotou ani s hodnocením ostatních lidí. Existují dva základní typy deformace lidského sebehodnocení: sebepřecenění a sebebodcenění.

Blatný a Plháková (2003) zdůrazňují, že pozornost dříve byla věnována zejména sníženému sebehodnocení. V současnosti se však ukazuje, že i sebepřeceňování má negativní důsledky. Stejní autoři dále uvádějí, že lidé s vysokým sebehodnocením mívají tendenci mít o sobě přemrštěné představy a na jejich základě nadhodnocovat své možnosti. Jejich předpoklady o vlastním výkonu mnohdy překračují meze jejich schopností, což má za následek selhání. Výsledná odměna, jenž získávají, je tedy nakonec nižší než odměna lidí s nižším sebehodnocením. Důvodem je fakt, že lidé s nižším sebevědomím si stanovují adekvátnější cíle, respektive cíle, kterých jsou schopni dosáhnout.

Základní druhy zvýšeného sebehodnocení, které Kohoutek (1998) zmiňuje, jsou sebevědomí narcistické, démonické, nekritické a furiantské.

Kohoutek (1998) popisuje narcistické sebevědomí, jež je charakteristické zvýšenou sebeláskou, přičemž člověk ztrácí schopnost vidět hodnotu v něčem jiném, než v sobě samém. Takoví lidé působí marnivě, ješitně a sobecky.

Naproti tomu démonické sebehodnocení jak ho Kohoutek (1998) líčí, bývá často založeno na poruše osobnosti. Člověk je přesvědčen o své nadosobní moci, která ho určuje za osudově významného.

Velmi častým druhem zvýšeného sebevědomí, které stejný autor uvádí, je také sebehodnocení nekritické. Může být příznakem nedostatku životních zkušeností či zúženého horizontu hodnot. Projevuje se zejména u osob se sklonem k mentorování, kdy je člověk přesvědčen o vlastní neomylnosti.

Jako nejzajímavější však hodnotím sebehodnocení furiantské, které se dle Kohoutka (1998) navenek jeví jako zvýšené. Nejedná se ale o pravé zvýšené sebehodnocení. Tito lidé svým sebevědomým vystupováním často maskují pocity méněcennosti, jenž se snaží zatlačit do podvědomí. Jedná se o jakýsi kompenzační mechanismus, kterým se snaží přesvědčit sebe i své okolí o tom, že jsou dostatečně sebejistí.

Naopak lidé se zjevným sníženým sebehodnocením mají většinou pocity méněcennosti. Hartl a Hartlová (2004) nazývají tyto pocity komplexem méněcennosti. Jedná se o podceňování se jako důsledek neuspokojené potřeby sebeuplatnění a touhy po moci v dětství.

Adler (In Hartl, Hartlová, 2004) je přesvědčen, že komplex méněcennosti pochází z vědomí závislosti na ostatních lidech v moderní společnosti. Bývá doprovázen snahou tuto závislost (méněcennost) odbourat získáním určité sociální pozice či formy moci.

Kohoutek (1998) k charakteristice komplexu méněcennosti ještě dodává, že ho doprovází pocit snížené vlastní hodnoty, nízká sebeúcta a sebevědomí. Je strachem z fiaska a často negativně ovlivňují celou osobnost. Tento záporný vliv se netýká pouze společenské přizpůsobivosti, ale i rozumové a pracovní výkonnosti, motoriky, citového života a vývoje povahových vlastností.

2 ADOLESCENCE

Charakteristikou vývojového období adolescence se dostáváme k dalšímu důležitému mezníku a teoretickému vymezení této diplomové práce, která je zaměřena na postoje středoškolaček, tedy dívek v adolescentním věku. Tuto kapitolu věnujeme definování pojmu adolescence, vztahu adolescentů k tělesným změnám z pohledu vývojové psychologie a také vývojovým úkolům, jenž s adolescencí souvisejí.

2.1 Adolescence – obecné definování pojmu

Jsme si vědomi, že na období adolescence existuje řada psychologických pohledů. Ve skriptech pana Musila (2006) je napsáno, že např. Freud zařazoval adolescenci ve své psychoanalytické periodizaci na úroveň genitálního stádia. Erikson ji zase přirovnal k období, jenž nazval rozporem identity a její difúze. Pro účely této práce jsme se však rozhodli upřednostnit charakteristiku, kterou sepsala Marie Vágnerová a přiklonit se i k jejímu časovému rozdělení adolescence. Pro větší přehled však nabízíme také definice manželů Hartlových a Petra Macka, jenž se ve svém díle adolescencí také zabývá.

Adolescence může být zahrnuta do poměrně dlouhého procesu dospívání, jenž je přechodnou dobou mezi dětstvím a dospělostí. V tomto období dochází k celkové proměně osobnosti člověka a to v oblasti somatické, psychické i sociální. Mnohé tyto změny jsou sice primárně podmíněny biologicky, ale vždy je také ovlivňují sociální a psychické faktory, které jsou ve vzájemné interakci. V dospívání lze vidět specifickou životní etapu, jenž má svoje typické znaky i význam. Je to období hledání a přehodnocování, v němž má jedinec ustát vlastní proměnu, dosáhnout určitého sociálního postavení a vytvořit zralejší formu identity (Vágnerová, 2005).

Hartl a Hartlová (2004) upozorňují, že termín adolescence, je v odborné literatuře užíván dosti nejednoznačně. Všeobecně je adolescence chápána jako dospívání, období mezi pubescencí a dospělostí.

Macek (2003) uvádí, že je termín adolescence odvozen z latinského slovesa *adolescere*, což znamená dorůstat, dospívat či mohutnět. Adolescence po časové stránce zahrnuje zejména druhé desetiletí života člověka, sám Macek (2003) však připouští, že konkrétní časové vymezení a specifikace tohoto období se u jednotlivých autorů velmi různí. Adolescence je dle stejného autora datována od 15 do 20, popřípadě 22 let. Její počátek je spo-

jován s plnou reprodukční zralostí a během jejího průběhu se ukončuje tělesný růst. Macek (2003) období adolescence dále dělí na tři fáze:

- časnou adolescenci (10 – 13 let),
- střední adolescenci (14 – 16 let),
- pozdní adolescenci (17 – 20 let).

Vágnerová (2005) člení období dospívání pouze na dvě fáze: ranou adolescenci, která je lokalizovaná přibližně mezi 11. – 15. rok života a pozdní adolescenci, jenž trvá přibližně od 15 do 20 let.

2.1.1 Pozdní adolescence – definování pojmu

Pro účely této práce je podstatná zejména charakteristika pozdní adolescence, jelikož výzkum tvořící praktickou část je zaměřen na ženy ve věkovém rozmezí 15 – 20 let.

Dle Vágnerové (2005) začíná fáze pozdní adolescence pohlavním zráním, přičemž obvykle dochází k prvnímu pohlavnímu styku. Toto období chápe jako dobu komplexnějších psychosociálních proměn, přičemž se mění osobnost dospívajícího i jeho společenská pozice. Za důležitý životní mezník považuje ukončení profesní přípravy spojený s nástupem do zaměstnání, popřípadě s volbou dalšího studia. Velmi významné je přijetí adolescentní kultury dospívajícím a životního stylu, které doprovází sdílení stejných zážitků a hodnot sloužících k potvrzení příslušnosti k věkově vymezené skupině a zároveň k potvrzení sociální identity. Pozdní adolescence je dle Vágnerové (2005) spojena se získáváním nových rolí s vyšší prestiží, rozvíjením vztahů s vrstevníky a to především v oblasti partnerství. Období pozdní adolescence zahrnuje také dosažení plnoletosti, která není brána pouze jako právní charakteristika, ale jako sociální mezník dospělosti.

2.2 Vývojové úkoly adolescence

Z velkého množství literatury nabízející definování vývojových úkolů adolescence, jsme si vybrali variantu Macka (2003). Ten za vývojové úkoly adolescence považuje:

- přijetí vlastního těla,
- schopnost aplikovat intelektový potenciál v každodenní zkušenosti,
- uplatnění emocionálního a kognitivního potenciálu ve vrstevnických vztazích,

- změnu vztahu k dospělým lidem – objevuje se vzájemný respekt a kooperace,
- směřování k ekonomické nezávislosti a jistotám,
- první zkušenosti v erotickém vztahu,
- přípravu na stabilní partnerství,
- rozvoj intelektu, emocionality a interpersonálních dovedností vůči společnosti,
- představu o své budoucnosti v roli dospělého,
- ujasnění žebříčku hodnot.

2.3 Význam tělesného vzhledu v adolescenci

To, že je adolescence období tělesných změn je všeobecně známo. Nejvíce proměn probíhá zejména v období mladší adolescence. „*Subjektivní význam zevnějšku v době dospívání vzrůstá. Projevuje se větší zaměřeností na vlastní tělo, jehož viditelná proměna pozornost dospívajícího přitahuje. Mnoho dospívajících, zejména dívky, se svým zevnějškem zabývá více než čímkoliv jiným, alespoň po určitou dobu. Pochybnosti o svém zjevu mívají i ti nejatraktivnější dospívající. V této době už neberou svoje tělo jako danost. Už vědí, že by mohli vypadat i jinak, samozřejmě lépe*“ (Vágnerová, 2005, s. 328).

I v pozdní adolescenci zůstává význam tělesných změn a vzhledu velmi důležitým tématem. Vágnerová (2005) upozorňuje, že kult těla je navíc podporován obecně platným sociokulturním standardem vysoké hodnoty fyzické krásy a mládí. Adolescent neustále porovnává své tělo s fyzickým vzhledem svých vrstevníků, ale také společensky akceptovaným ideálem. Fyzická atraktivita adolescenta se stává významnou složkou jeho identity.

Dále komentuje možnost, kdy se adolescentův zevnějšek nepřibližuje normě. Takový mladý člověk většinou prožívá pocity nespravedlivosti, zklamání, úzkosti a napětí v situacích, kde má vzhled nějaký význam. V období pozdní adolescence se totiž zevnějšek stává nejen cílem, ale také prostředkem. Samotná krása je považována za úkol, u něhož cítí potřebu jej naplnit. Zdůrazňuje, že zejména dívky dovedou vyvinout značné úsilí, jen aby se ideálu krásy alespoň přiblížily. Za ideál stejná autorka pak považuje být hodně štíhlá, mít krásné dlouhé vlasy atd. (Vágnerová, 2005).

3 POSTOJE

V této kapitole charakterizujeme postoje, abychom tak teoreticky vymezili další ze základních pojmů důležitých pro realizaci praktické části. Jedná se o charakteristiku velice stručnou, v níž nebudeme porovnávat jednotlivé názory na klasifikaci postojů, neboť to rozsah práce neumožňuje. Věnujeme se zde jednoduchému definování postojů jako pojmu, jejich základními vlastnostmi, funkcemi a také postoji člověka ke svému tělu.

3.1 Postoje – definování pojmu

Postoje jsou zvláštními prvky ve struktuře osobnosti člověka, přičemž se názory odborné veřejnosti na to, co vše postoje představují a zahrnují mnohdy liší. Dle Nakonečného (1993) jsou postoje chápány jako druhy motivů.

Pro změnu Gillnerová a Bahbouh (2000) chápou postoje jako získané a relativně stále motivační dispozice. Vysvětlují, že postoj je tendence založená na zkušenosti směřující k tomu chovat se určitým způsobem vůči objektům, jevům, situacím i lidem. Postoje se dle jejich výkladu skládají ze tří složek: kognitivní, emocionální a konativní. Kognitivní neboli poznávací složka obsahuje názory a poznatky, emocionální složka se zabývá prožíváním vztahu k předmětu a konativní nebo také behaviorální složka vyjadřuje sklon k určitému chování či jednání.

Další definování postojů nám nabízí Fischbein a Ajzen v *Základech sociální psychologie* Nicky Hayesové: „*Postoje jsou stabilní systémy pozitivního nebo negativního hodnocení, emočních pocitů a technik k jednání týkajících se sociálních cílů*“ (Fischbein a Ajzen In Hayesová, 2007, s. 95).

Jako poslední uvádím definici Hartla a Hartlové (2004), jenž charakterizují postoj jako sklon ustáleným způsobem reagovat na předměty, situace, osoby, ale také na sebe sama. Autoři zdůrazňují, že jsou postoje součástí osobnosti, souvisejí se sklony a zájmy. Také předurčují např. poznání, myšlení či citění. Postoje člověk získává během života, zejména vzděláváním a sociálními vlivy jako jsou sociální kontakty nebo veřejné mínění.

3.2 Základní vlastnosti postojů

Z řady odborníků zabývajících se ve svých publikacích postoji, jsme zvolili verzi Nakonečného (1993), který klasifikoval pět základních vlastností postojů:

- Komplexnost – postoj obsahuje kognitivní, emotivní a snahové komponenty.
- Konzistence – výše jmenované komponenty jsou typické určitou mírou soudržnosti a vzájemně se podporují.
- Konsonance trsu postojů – postoje tvoří určité kategorie, které Nakonečný (1993) označuje jako trsy. Tyto trsy mohou být charakteristické jistou mírou konsonance postojů, které trs utváří. Pro lepší obraznost uvádí příklad postoje člověka vůči vládě či náboženství. Má-li někdo kladný vztah k náboženství, nemusí mít nutně také pozitivní vztah k církvím.
- Rezistence – postoje vůči změně (centrální a extrémní postoje bývají vůči vlivům působícím na jejich změnu nejodolnější).
- Intenzita – každý dílčí postoj může být chápán jako pozice v určitém hodnocení. Zajímavé pak je, že největší intenzitou se vykazují extrémní postoje.

3.3 Základní funkce postojů

Gillnerová a Bahbouh (2000) upozorňují na několik základních funkcí postojů. Za nejdůležitější považují to, že postoje zabezpečují rychlou orientaci a jistou stálost způsobu reagování na známé objekty a situace. Rovně také posilují soudržnost se skupinou, jejímž je jedinec členem či se skupinou, do níž se chce začlenit. Jako poslední pak zdůrazňují funkci při zastávání sociálně požadovaných postojů, kdy zvyšují sebejistotu v sociálním styku.

3.4 Postoje k tělu

Za důležité považujeme se v této práci zmínit také konkrétně o postoji člověka ke svému tělu. Dle Fialové (2001) se jedná o jakési stanovisko k vlastnímu tělu a své tělesnosti. Toto stanovisko je zkoumáno především sociálními a osobnostně psychologickými obory, méně pak již obory klinickými. Zkoumání postojů k tělu se dá vysvětlit pomocí přepisování znaků nebo vlastností určité osobě.

Fialová (2001) dále říká, že míra orientace člověka na své materiální a sociální okolí vysvětluje důležité funkce jako je funkce orientace, strukturace či sebeobrany. „*Přijetí vlastního těla se vytváří a je reprezentováno v tomto smyslu mnoha subjektivními vztahy osoby k vlastnímu tělu a toto stanovisko pak je přínosné pro celkové sebepojetí*“ (Filipp In Fialová, 2001, s. 25).

4 MÉDIA

V kapitole věnované médiím se zaměříme na objasnění základních pojmů a charakteristiku druhů médií. Nedílnou součástí je také popis funkcí, která média zastávají. Méně důležitá není ani část věnující se tomu, jak média zobrazují ženské tělo a jaký vliv mají na lidskou psychiku.

4.1 Média

Jak nám vysvětluje Trpišovská a Vacínová (2007) pochází slovo médium z latiny a znamená prostředek, prostředníka nebo zprostředkujícího činitele. Tento pojem provází téměř všechny vědní obory, pro účely mé práce je však důležité, jak je chápán v oblasti mezilidských vztahů, sebepojetí a sociální komunikace. V tomto případě označují stejné autorky médium za to, co zprostředkovává někomu určité sdělení. Termín médium může být také používán jako souhrnné označení technických prostředků a sociálních systémů určených k hromadné komunikaci.

Kraus, Poláčková aj. (2001) uvádějí, že označení média (nebo ještě lépe masmédia) slouží jako zkrácená verze masových komunikačních médií nebo také hromadných sdělovacích prostředků.

Lze také uvést užší pojetí médií od Casimira (In Kraus, Poláčková aj., 2001). Dle jeho názoru jsou to sdělovací systémy a prostředky, díky nimž jsou zprávy zakódované v těchto systémech předávány velkému množství anonymních konzumentů.

Kraus, Poláčková aj. (2001) ještě dodávají, že způsoby, kterými mohou být sdělení předávána lidem jsou velmi pestré. Přenos informací může být uskutečněn verbálním (mluvená nebo psaná řeč) nebo nonverbálním (mimika, gesta, póza atd.) způsobem. Mluvenou řeč a hudbu můžeme slyšet v televizi a rozhlas, písemný a grafický záznam v tisku, vizuální zobrazení v televizi.

4.2 Druhy masmédií

Trpišovská a Vacínová (2007) se přiklánějí ke stejnému dělení médií jako Kraus, Poláčková aj. (2001). Existují dva základní druhy médií: elektronická a tištěná. Mezi tištěná média se řadí veškerý denní tisk, časopisy, knihy atd. Do skupiny elektronických médií spadá rozhlas, televize, internet, počítač, video aj..

Fialová (2001) uvádí, že všechna média mají i přes svá četná specifika několik shodných znaků:

- účastní se komunikace ve velkém měřítku,
- předávají informaci (ať už zvukovou, textovou či obrazovou),
- jsou směřována k velkému množství lidí najednou,
- jsou dostupná široké veřejnosti.

Charakteristikou médií, jenž mají z mého pohledu největší vliv na ovlivňování sebepojetí a prezentování ideálu krásy se ještě krátce věnuji v následujících podkapitolách.

4.2.1 Televize

Dle Reifové (2004) pochází označení televize z řeckého téle (na dálku, dálkový) a z francouzského vision (vidět). K tomu označují Trpišovská a Vacínová (2007) televizi za nejrozšířenější současné elektronické médium a upozorňují, že ve vyspělých zemích má televizor téměř každá rodina.

Stejně autorky se dále věnují otázce negativních vlastností týkajících se konkrétně televize. Jmenují například nevhodný až rizikový obsah některých pořadů, absenci soustředění, podporu pasivního chování a manipulovatelnost, která se týká nejen mladších dětí, ale všech lidí obecně. Na mysli mají kromě jiné manipulaci prostřednictvím reklam.

4.2.2 Osobní počítač a internet

Trpišovská a Vacínová (2007) se věnují také otázce osobního počítače a internetu, které i my řadíme mezi základní média ovlivňující lidskou psychiku. Autorky uvádějí, že pro současnou mládež je naprosto typická vysoká počítačová a multimediální gramotnost. Během posledních desetiletích dosáhl vývoj osobních počítačů takové úrovně, že je jeho používání ve většině průměrných rodin samozřejmostí.

Co to ovšem internet vůbec je? Trpišovská a Vacínová (2007) ho charakterizují jako specifické médium, jenž poskytuje ohromné množství masové komunikace a přístupu k informacím v globální šíři. Reifová (2004) k otázce internetu dodává to, že internet je poměrně nový, ale významný proud v masové komunikaci. Jedná se o celosvětovou počítačovou síť, jenž se skládá z celé řady větších i menších počítačových sítí. Slouží k výměně a přenosu digitálních dat.

Počítač a přístup k internetu přinesl jistě spoustu dobrého, usnadnil mnoho lidem práci a zjednodušil přístup k informacím. To ovšem dle našeho názoru přináší i řadu úskalí, např. jak si s takovým množstvím informací poradit. I zde se objevuje riziko přístupu k „závadným“ informacím, manipulace s lidskou psychikou, možnost odcizení od běžných sociálních kontaktů nebo dokonce závislost na „surfování“ po internetu či na počítačových hrách.

Také Trpišovská a Vacínová (2007) upozorňují na to, že i výhody, které internet přináší (jako je jeho otevřenost, jednoduchost, pestrost a srozumitelnost) sebou nesou i velké riziko. Každý člověk (tedy i malé dítě či dospívající) si může na internetu najít jakoukoliv webovou stránku rozličného obsahu – včetně sexu či násilí. Jako důsledky autorky uvádějí možné obtěžování až trestnou činnost.

4.2.3 Tištěná média

Jak jsme se již zmiňovali, mezi základní tištěná neboli psaná média patří zejména časopisy, noviny a knihy. Čtení přináší bezpochyby mnoho pozitiv jako je rozvoj fantazie, slovní zásoby apod.. Čím může tedy tisk přispět k negativnímu ovlivňování lidské psychiky? Ve vztahu k tématu práce máme na mysli zejména dívčí časopisy, jenž dle našeho názoru mnohdy spoluutváří a podporují společenský ideál krásy a protlačují fyzickou krásu na vrchol žebříčku hodnot mladých lidí.

Trpišovská a Vacínová (2007) zdůrazňují zejména rizika bulvárního tisku. Bulvární deníky totiž nejenže často poutají pozornost nevybíravými slogany, ale obsahují také záběry fotografií, jenž mnohdy nejsou vhodné pro mládež natož pro děti.

Grogan (2000) několikrát opakuje, že časopisy pro ženy a dívky se podílejí na formování toho, jak ženy vnímají své tělo, ale také na tom, jak společnost vnímá ženu. Autorka se připojuje k naší myšlence, že tyto tiskoviny spoluutvářejí kult ženskosti, který v naší kultuře dosahuje téměř anorektických proporcí (na rozdíl od mužů, kde je vyzdvihovaným ideálem vysoká, svalnatá postava).

4.3 Funkce masmédií

Považujeme za důležité se krátce věnovat tomu, jaké funkce média v naší společnosti vlastně zastávají. Trpišovská a Vacínová (2007) zmiňují pouze dvě základní funkce, tj. informační a zábavnou.

Tímto tématem se mnohem podrobněji zabývá Kraus, Poláčková aj. (2001), jenž funkce médií rozdělili do 4 hlavních kategorií, které dále ještě člení. Hlavní kategorie funkcí médií dle těchto autorů jsou funkce informativní, komunikativní, formativní a rekreativní.

V rámci informativní funkce Kraus, Poláčková aj. (2001) vidí masmédiá jako nositele informací. Adresátovi je prostřednictvím médií předávána zakódovaná informace (zpráva), která ovlivňuje jeho vědomí, názory a postoje. Pod informativní funkci spadají dle stejných autorů dílčí funkce: hodnotová (reprezentuje vždy nějakou hodnotu), hodnotící (masmédiá zde podávají informace o svém hodnotícím postoji vůči čemukoliv), kognitivní neboli poznávací (zprostředkovávají poznání všeho druhu), vzdělávací (rozšiřující obzory a kultivující osobnost), petrifikační (umožňující uchování obrazu světa a doby). V oblasti informativní funkce se pozastavujeme např. nad odnoží hodnotovou a hodnotící. Obě mohou být dle našeho pohledu poněkud zavádějící. Média mohou lidem předávat celou řadu všeobecně uznávaných hodnot (jako vzájemná sounáležitost a pomoc atd.), ale také jakoby mimoděk upozorňovat na hodnotu mládí a krásy v naší společnosti. Hodnotící složka informativní funkce zase může předávat výroky o tom, jak by měla žena vypadat. V situaci, kdy jsou média velkou částí populace brána jako vážený zdroj informací, je dle našeho názoru záslužnost této funkce nejistá.

Komunikativní funkce dle Krause, Poláčkové aj. (2001) spočívá ve schopnosti masmédií realizovat spojení mezi určitou skutečností, událostí, situací či stavem na jedné straně a příjemcem jako adresátem sdělení na straně druhé. Dílčími funkcemi, jenž pod komunikativní funkci spadají jsou funkce: socializační (zprostředkovává zkušenosti, pocity, ale také názory), stimulační (podněcuje fantazii a imaginaci), kulturní (poznávání a přejímání hodnot a ideálů) a kompenzační (možnost osobnostního vyrovnávání). Z komunikativní funkce považujeme se svou prací nejvíc související odnož kulturní. Tato funkce se dle našeho mínění kromě jiné podílí na předávání společensky uznávaného standardu krásy. Tento názor zastáváme z důvodu osobního přesvědčení o tom, že ideál krásy je z velké části naučený, což dále rozebíráme v samostatné kapitole, jenž se ideálu krásy věnuje.

Na formativní funkci Kraus, Poláčková aj. (2001) dokazují, že masmédiá ovlivňují náš život více, než si mnohdy chceme připustit. Masmédia vytvářejí v představách svých adresátů určitý model člověka a světa. Dosahují toho, že se příjemce do modelu vžívá a otevírá se tak stále více jejich vlivu. Pod formativní funkci řadí stejní autoři řadu dílčích funkcí jako např.: funkci humanizační (zajišťuje zlidšťování a upevňování altruismu), výchovnou

(kultivuje, vede a vychovává jedince), estetickou (rozdívá vnímání krásy a vztahu ke krásě), manipulativní (propagandistické a reklamní ovlivňování) atd.. V rámci formativní funkce považujeme za nejvíce rizikovou funkci estetickou a manipulativní. Jelikož estetická funkce médií rozvíjí vnímání toho, co je v dané společnosti považováno za krásné, může opět přispívat (a jsme přesvědčeni, že přispívá) k formování těžko dosažitelného mýtu krásy ženského (i mužského) těla. Manipulativní funkce již nese ve svém názvu riziko ovlivňování chování a mínění lidí ve prospěch nejrůznějších obchodních společností.

Neméně důležitá je ovšem také funkce rekreativní. Kraus, Poláčková aj. (2001) vysvětlují, že právě v rámci této funkce se snaží masmédiá adresáty osvěžit a navodit jim podmínky pro odpočinek a zotavení. Rekreativní funkce zahrnuje dílčí funkce jako je např.: relaxační funkce (mající navodit stav duševní rovnováhy), solitární funkce (vyvolávající pocit sociálního osvobození a samoty), desolitární funkce (zprostředkující kontakt se světem), zábavná funkce (zprostředkovávající odpočinek a zábavu) atd.

4.4 Rizika masmédií

Rádi bychom se ještě krátce vrátila k otázce rizik, která masmédiá přinášejí. Tato případná negativa byla zobrazena Trpišovskou a Vacínovou (2007) v jejich knize Sociální psychologie. Mezi nejzávažnější ohrožení plynoucí ze strany masmédií autorky uvádějí:

- jednostranné a nevyvážené popisování skutečnosti,
- cílevědomé ovlivňování vědomí i podvědomí lidí,
- přímá dezinformační funkce a využívání podprahových podnětů (zejména v reklamách),
- bulvarizace médií (násilí, pornografie atd.).

4.5 Teorie mediálních účinků na člověka

K tématu masmédií jsme se rozhodli přidat také dvě (pro mne nejzajímavější) teorie mediálních účinků na člověka, kterými se mimo jiné zabývají Wikes a Gunter (2005).

4.5.1 Teorie schématu vlastního Já

Tato teorie se v originále objevuje pod názvem „Self Schema Theory“, pochází z roku 1977 a její původní autorkou je Hazel Rose Markus (profesorka psychologie na univerzitě ve Standfordu). Její teorie byla již mnohokrát přepracována a upravena. Dle Wikese a

Guntera (2005) předkládá jakousi novou alternativu v rámci vlivu médií na člověka. Jak dále uvádějí, schéma vlastního já je jakýmsi mentálním obrazem, který si člověk vytváří o znacích odlišujících ho od ostatních lidí.

Problematikou schématu vlastního Já se krátce zabývá také Grogan (2000), která upřesňuje, že zde jde zejména o způsob, jakým jsou mediální sdělení začleňována do individuální představy o vlastním Já a do jaké míry jej pak ovlivňují.

Myerse a Biocca (In Grogan, 2000) chápou tělesné schéma jako jeden aspekt mentální představy tvořící Já. Autorka dále vysvětluje, že stejně jako ostatní aspekty Já, je i tělesné schéma pouze mentální konstrukcí a proto je neustále otevřeno ke změně pod vlivem nových informací.

Již zmínění Myerse a Biocca (In Grogan, 2000) vytvořili model referenčních bodů, ke kterým se obracejí mladé ženy při tvorbě mentálního obrazu svého těla. Zahrnují mezi ně společensky předkládané ideální ženské tělo (tj. ideál prezentovaný v médiích), zvnitřněné ideální tělo (tj. kompromis mezi objektivním tvarem postavy a společenským ideálem) a objektivní tělo (reálné proporce i stav těla dané ženy). Pokud je rozdíl mezi objektivním tělem a jeho zvnitřněným ideálem příliš velký, vede to dle Grogan (2000) k sebekritice a poklesu sebevědomí. Zdůrazňuje, že právě média mění rovnováhu mezi těmito dvěma prvky, protože právě ony prezentují společenský ideál, jenž je ve většině případů až nerealisticky hubený a tudíž nedosažitelný.

4.5.2 Teorie sociálního srovnávání

Jak uvádí Grogan (2000) sepsal Festinger svou teorii sociálního srovnávání v roce 1954 a také ona byla mnohokrát přepracována. Podle ní si přejeme naprosto přesné a objektivní zhodnocení svých postojů a schopností. Nejsme-li schopni se posoudit, hledáme uspokojení této potřeby v sebehodnocení skrz srovnávání se s jinými lidmi. Tento proces může být i nevědomý.

„Teorie sociálního srovnávání předpokládá, že lidé mohou používat sdělení předkládaná médiu jako standardy pro srovnávání. Negativní srovnání (ten, se kterým se srovnávám, má vyšší hodnotu) s postavami štíhlých modelek, naaranžovaných do lichotivých postojů, by podle očekávání mělo vést k nepříznivému hodnocení postavy pozorovatele. Podmínkou však je, aby tělesný obraz a jeho rozměry byly relevantní“ (Major et al. In Grogan, 2000, s. 89).

4.6 Tělo a média

Fialová (2001) předpokládá, že kultura učí lidi vzhlížet k tomu, co je médií prezentováno jako obdivuhodné. Tyto informace jsou přijímány jako normální a standardní, aniž by o nich někdo dále přemýšlel.

Grogan (2000) se k této myšlence připojuje a zabývá se tím, že tlak médií na tělo ženy je mnohem větší než na tělo muže. Autorka zmiňuje studie, které se zabývaly zobrazením mužů i žen v médiích. Bylo zjištěno, že pro obě pohlaví existují rozdílná měřítka. Zatímco u žen obsahová analýza spolehlivě ukázala, že ženy jsou v médiích zobrazovány jako abnormálně štíhlé, muži se zde objevují s normální hmotností. Např. Silverstein et al. (In Grogan, 2000) došli k závěru, že ve 33 televizních pořadech bylo 69 % ženských postav uznáno za hubené ve srovnání s pouhými 18 % postav mužů. Dle stejného autora bylo jen 5 % ženských postav vyhodnoceno jako silných v porovnání s 26 % postav mužů.

Fialová (2001) se obává, že v myslích dnešních lidí se zabydluje mýtus dokonalého těla, jenž je neustále posilňován masmédií. Prohlubování rozdílu mezi reálným tělem a tělem vysněným nadále pokračuje. Obraz v zrcadle málokdy odpovídá společensky předkládanému ideálu. Tento rozpor se (zejména ženy) snaží řešit dietami, cvičením a postoj k jejich tělu se pomalu mění v jakési odcizení. K tělu vzniká vtaž jako k něčemu, co jim nepatří, co nemohou ovlivnit a co je jim vlastně cizí.

Také Crook (1995) se zabývá mýtem médií v našich myslích. Konstatuje, že obraz v zrcadle skutečně nebývá totožný s názorem společnosti, jak by měla žena vypadat. Mnoho žen tento fakt nemůže strávit a snaží se s mýtem krásy zápasit, vyrovnat se mu. V případě neúspěchu dochází k odcizení od vlastního těla, které zmiňovala již i Fialová. Crook (1995) zdůrazňuje, že čím dál častěji dochází ke snaze odtrhnout své tělo od vědomí. Ženy a mnohdy i mladé dívky odmítají svou fyzickou podobu a hovoří o svých tělech, jako by nebyla jejich.

Další zajímavá studie, jenž Grogan (2000) předkládá je zaměřená na časopisy určené dívkám a mladým ženám v USA. Toto sledování „ženských tiskovin“ započalo v roce 1994 z iniciativy Eileen Guillen a Suzan Barr (In Grogan, 2000), které pozorovaly zobrazování tělesného schématu v časopisech *Seventeen* (nejznámější časopis středoškolaček v USA té doby). Dospěly k závěru, že tento časopis přispívá k utváření a upevňování současného kultu krásy, kdy štíhlost se u žen očekává v každém věku.

Marjorie Ferguson (In Grogan, 2000) uskutečnila roku 1985 sociologické šetření přináše-
jící mnoho zajímavých poznatků. Podrobila ženské časopisy hlubšímu zkoumání a došla
k názoru, že se podílejí na kulturních procesech, které spoluutvářejí pohled ženy na sebe
samu, ale také pohled společnosti na ženu. Zajímavou informací, jenž Ferguson (In Gro-
gan, 2000) zmiňuje, je, že ženské časopisy čte např. ve Velké Británii asi polovina ženské
dospělé populace. K tomu je nutno dodat, že každý výtisk projde rukama více žen (cca 16-
ti), protože se často nacházejí v čekárnách lékařů, kadeřníků atd.. Význam médií
v životech lidí je podle ní mnohem rozsáhlejší než pouhé reflektování současných hodnot.
*„Ženské časopisy mohou měnit pohled ženy na sebe samu tím, že ji naučí společensky při-
jatelné způsoby, jak se chovat“* (Ferguson In Grogan, 2000, s. 84).

Jako poslední výzkum věnující se vlivu časopisů na ženy předkládáme Sticeovu studii,
kterou uvádí Fialová (2001). Na výzkumu se podílelo 219 dívek ve věku 13 – 17 let.
Všechna děvčata obdržela 15 měsíční předplatné časopisů, ve kterých se na fotkách obje-
vují velmi hubené modelky. Naproti tomu byla vytvořena kontrolní skupina dívek, jenž
žádné časopisy neobdržely. Obě skupiny děvčat byly pozorovány 20 měsíců. Závěrem vý-
zkumu bylo zjištění, že dívky, které byly časopisy negativně ovlivněny, pocitovaly na sobě
tlak, aby byly štíhlé. Starší Sticeovy studie podobného druhu a rozsahu, potvrzují, že 41 %
z dotázaných adolescentních dívek tvrdí, že časopisy jsou pro ně nejdůležitějším zdrojem
informací a 61 % dívek čte pravidelně alespoň jeden módní časopis (Stice In Fialová,
2001).

4.7 Vliv médií na psychiku člověka

Tuto kapitolu uvádíme citátem od Sarah Grogan, jelikož ji považujeme za výstižný úvod
k tématu vlivu médií na psychiku lidí: *„Psychologové soudí, že média mohou ovlivnit tě-
lesné sebeocnění mužů a žen, protože se stávají měřítkem, z něhož vycházejí nepříznivá
hodnocení postavy. Neschopnost vyrovnat se ideálu vede k sebekritice, pocitům viny a
k oslabení sebevědomí. Tento efekt je silnější u žen než u mužů pravděpodobně proto, že
kulturní tlaky na ženy, aby dosáhly idealizované postavy, jsou silnější a více rozšířené než
v případě mužů. Ženy jsou častěji vystaveny idealizovaným vzorům ženského těla, které
jsou jednoznačnější než podobné vzory u mužů“* (Grogan, 2000. s. 88).

Ve spojení s vlivem médií na člověka se často používá pojmu manipulace, jenž předpoklá-
dá potvrzení tohoto vlivu. Do jaké míry však média opravdu mohou ovlivnit smýšlení lidí?

Fialová (2001) konstatuje, že média nemají samostatnou schopnost přímo manipulovat s lidmi, pouze zvyšují význam některých společenských skupin či organizací. Skrze tyto skupiny mohou být lidé ovlivněni k tomu, aby drželi diety, cvičili apod..

Dle Fialové (2001) mnohé výzkumy ukázaly, že ženy lze snadněji přesvědčit než muže. Závěrem také uvádí, že nízké sebevědomí je podstatným faktorem vedoucím k větší ovlivnitelnosti, včetně ovlivnění vzory nabízenými masmédií. Zajímavou informací je též to, že se stoupajícím věkem se pravděpodobnost změny názoru snižuje.

5 IDEÁL KRÁSY

Lidé neustále hodnotí jak vypadají druzí. Detektory krásy se nikdy nevypínají a předávají nám výsledky tohoto hodnocení po celý den. Přitažlivost každé tváře je vnímána s takovou samozřejmostí s jakou zaznamenáváme, zda vypadá normálně nebo ne. Detektory krásy snímají naše okolí jako radar. Mnohdy stačí, abychom spatřili nějakou tvář na zlomek sekundy (150 milisekund podle jednoho psychologického experimentu), a stihneme ohodnotit nejen její krásu, ale dokonce po delším pozorování svůj soud potvrdíme. A ještě dlouhou dobu poté, co jsme zapomněli spoustu důležitých informací o daném člověku, zůstane náš první dojem uložen v naší paměti (Etcoff, 2002).

Náplní této kapitoly je věnovat se právě kráse a zejména její zidealizované podobě. V předchozích kapitolách jsme se již zabývali tím, jak mohou média přispět k šíření společensky uznávaného ideálu krásy a tak do značné míry ovlivnit smýšlení lidí o tom, co je žádoucí a pěkné. Proč ale současná „západní kultura“ stále ještě dává za vzor ideál štíhlosti? Touto i dalšími otázkami se zabýváme v poslední teoretické kapitole této práce.

5.1 Podstata společensky uznávaného ideálu krásy

Jelikož je ideál představou něčeho dokonalého (Hartl, Hartlová, 2004), je také těžko dosažitelným. Přesto se zejména ideálu krásy snaží každý den velké množství lidí (žen i mužů) přiblížit. Proč je ale současný ideál tolik štíhlý?

Grogan (2000) se odvolává na biology a některé psychology, jenž jak uvádí, zastávají názor, že preference tohoto druhu postavy má biologický důvod. Tito vědci vycházejí ze skutečnosti, že štíhlost je zdravější než obezita. Jiní badatelé zabývající se studiem kulturních rozdílů preferencí různých typů postav v jednotlivých dobách a kulturách, které Grogan (2000) taktéž zmiňuje, naznačují, že biologické opodstatnění hrají jen vedlejší roli. Zastávají názor, že idealizace štíhlosti je především naučená.

My se přikláníme k názoru druhému. Jsme přesvědčeni, že ideálu krásy jsme z větší části naučeni. Od útlého věku jsme vystaveni působení médií, jenž nám předkládají rozlišení toho, co je a není krásné na zlatém podnose. Samozřejmě, že vinu nevidíme pouze v masmédiích a obchodních společnostech (se zaměřením např. na kosmetický průmysl, dietní a farmaceutický průmysl), které je mnohdy podporují. Ostatní (společenským ideá-

lem již „zpracovaní“ lidé) sami přispívají k podporování a rozšiřování tohoto mýtu, který je sám často omezuje.

Známa feministka Naomi Wolf (2000) vytvořila vlastní koncepci tzv. „mýtu krásy“, v níž vysvětluje, svůj pohled na idealizaci štíhlosti a krásy obecně. Ideologii krásy hodnotí jako poslední ze starých ideologií ženskosti, díky níž ještě stále mohou být ovládané ženy, které by jinak díky druhé vlně feminizmu zůstaly poměrně nekontrolovatelné.

Dle Grogan (2000) je kult ženské štíhlosti poměrně novodobý jev datující se od dvacátých let 20. století. K podstatě kultu štíhlosti se vyjadřuje i Gordon: *„Štíhlý ideál je výsledkem úspěšné marketingové politiky módního průmyslu, ze kterého se stal standard kulturní krásy v bohatých průmyslových společnostech 20. století“* (Gordon In Grogan, 2000, s. 21).

5.2 Historický vývoj ideálu krásy

Již jsme zde psali, že současný ideál krásy je založen na idealizaci štíhlosti, jak dlouho tomu už tak je? V následujících podkapitolách se pokusíme velmi stručně nastínit vývoj společenského ideálu krásy a objasnit vznik současného kultu mladí a přehnané hubenosti.

5.2.1 Rané kultury

Crook (1995) uvádí, že v nejranějších kulturách lidstva na oblečení příliš nezáleželo. Oblečení mělo za úkol chránit zejména pohlavní orgány z toho důvodu, aby nebyla ohrožena reprodukční schopnost kmene.

Dobu cca 2600 let před naším letopočtem v Mezopotámii hodnotí Crook (1995) jako poměrně rovnostářskou. Ženy zde měly práci a placenou nemocenskou dovolenou. Důsledkem (často i manuální) zaměstnanosti žen byl fakt, že ženy byly více silné a svalnaté. Oděvy se nosily volné a splývavé, přičemž rozměry těla v takovém střihu neměly velký význam. O to více záleželo na účesu, manikúře a naličení obličeje. Tyto tři aspekty tvořily tehdejší základ pro ideál ženské krásy.

Fialová (2001) zmiňuje např. egyptskou kulturu kolem roku 1400 před naším letopočtem, kde se velký důraz kladl na čistotu. Muži i ženy se často koupali a používali vonné oleje.

5.2.2 Středověk

Vzhled byl ve středověku základním ukazatelem společenského postavení. Šlechta se odívala dle svého původu a zachování rozdílů v úrovni oblékání bylo chráněno i zákonem (Fialová, 2001).

Podle Crook (1995) mělo tělo ženy ve středověku vystihovat zbožnou úctu. V oblasti stravování se toto období vyznačovalo příležitostnými náboženskými půsty. Půst dívkám dodával nálepku svatosti a vznešenosti. Žena, jež se byla schopna postít, přijala Ducha svatého a dostalo se jí alespoň toho malého množství úcty, kterého žena ve středověku mohla dosáhnout.

Středověk je dobou plnou kontrastů, s hladovějící chudinou na jedné straně a obézní šlechtou na straně druhé. Jak nám říká Fialová (2001), již zde se lidé zabývaly problematikou nadváhy, jejíž příčiny hledali např. v dyspepsii, nervovém vyčerpání či poruchách endokrinních žláz.

5.2.3 17. století

Ač první dieta spatřila dle Crook (1995) světlo světa již v roce 1558 v Itálii, svůj pravý rozvoj zaznamenala až v 17. století. Fialová (2001) uvádí jako zajímavost, že se držení diet týkalo zejména prosperujících mužů ve středím věku.

Crook (1995) dále zdůrazňuje, že fyzická přitažlivost ovšem nebyla ani tak otázkou proporcí těla, ale možností tyto proporce upravit pomocí vhodného módního oblečení. Trendem byly vycpávky a šněrovačky, jež dokázaly ideálu přiblížit téměř každou postavu.

5.2.4 19. století

V 19. století se objevuje nový, tzv. „zdravý ideál“. Jeho hlavním představitelem je Diocleasian Lewis, jež prosazoval gymnastiku (cvičení spojené se skromným způsobem života). Lewis měl mnoho následovníků, mezi něž patřil např. Sylvester Graham se svou jednoduchou dietou ze tří lehkých jídel denně (Crook, 1995).

I zde se již protlačují starosti žen s tělesnou hmotností. Crook (1995) udává, že i přes propagaci člověka jako individuality s rozdílným vnímáním krásy, soudobé plakáty a móda považovaly štíhlost za obdivnou hodnotu.

5.2.5 20. století

Fialová (2001) označuje počátek 20. století válkou proti tloušťce. Proporcím postavy se začínají více věnovat psychologové a nabízet mimo jiné skupinové terapie zaměřené proti obezitě.

Crook (1995) ve své knize vypráví o boji s obezitou, který byl zahájen okolo roku 1910. Tloušťka byla podrobena vědeckému zkoumání, stala se předmětem mnoha diskuzí. Jakmile se jednou veřejnosti dostalo informace, že tloušťka je špatná, začala projevovat intenzivní snahu se jí zbavit. Tato snaha trvá dodnes.

Po první světové válce se začíná ujímat módní styl zvaný „Flapper“, jenž prosazuje chlapeckou postavu s plochou hrudí, což umožňovalo vyniknout rovným šatům se sníženým pasem (Grogan, 2000).

Dle Caldwell (In Grogan, 2000) tak nastalo období, kdy si ženy stahovaly hrud' spodním prádlem. Silverstein et al. (In Grogan, 2000) dodávají, že ženy začaly držet diety a cvičily, jen aby se přiblížily pre-adolescentnímu tvaru těla bez ňader a boků. S příchodem třicátých let dvacátého století se ideál vrací k poněkud plnějším tvarům, jejichž představitelkou je např. Jean Harlow nebo Mae West.

Ve čtyřicátých letech je však dle Crook (1995) strach z tloušťky zpět a v ještě větší intenzitě. *„Na tloušťku jako na nepřítele se začalo pohlížet s takovým despektem, že bylo třeba proti ní bojovat nějakými mimořádnými prostředky. Skupiny odpůrců obezity byly v roce 1948 organizovány ve sdružení TOPS. V roce 1960 vznikly spolky Overeaters Anonymous a 1961 Weight Watchers. Organizovaný boj proti tloušťce byl výsledkem zvýšeného zájmu psychologů o individuum a o účinnost skupinové terapie“* (Crook, 1995, s. 1945).

Grogan (2000) dokládá, že v padesátých letech dochází k dalšímu významnému posunu ke kultu štíhlosti. Crook (1995) toto období popisuje jako dobu maloměstských hospodyněk, kdy se od žen na jedné straně požaduje soustavná péče o rodinu a domácnost, na druhé straně však také vzhled panenky Barbie.

Velké zesílení ideálu štíhlosti pokračuje i v letech šedesátých, která jsou spojena zejména s příchodem světově známé modelky Twiggy, jenž se stala vzorem pro celou generaci mladých žen a dívek. Tato modelka se proslavila svou chlapeckou postavou, plochou hrudí a váhou okolo 43,5 kg (Freedman In Grogan, 2000).

Ač se v osmdesátých letech chvíli zdálo, že nastane odklon od vyzdvihování přílišné hubenosti, tento trend nevydržel dlouho. Modelky osmdesátých let jak uvádí Grogan (2000) byly sice štíhlé, ale měly pevná a pružná těla, celkově působily zdravě a fit. Tento krátký závan návratu ke zdravějšímu ideálu byl zbořen s nástupem devadesátých let. Grogan (2000) jmenuje např. Kate Moss, jenž na módní mola přináší podobný typ postavy jakou měla Twiggy. S koncem devadesátých let dle stejné autorky dominuje tzv. „heroinový styl“, kdy jsou za atraktivní považovány velmi vyhublé modelky se silným černým make upem, toliko podobné dětem závislým na heroinu.

5.2.6 Nedávná minulost a současnost

Fialová (2001) vnímá dnešní ženský ideál za více nezdravý a vzdálený realitě než ideál mužský. Tento názor podporuje Grogan (2000) výsledky Gallupova průzkumu. Ty ukazují, že v roce 1950 bylo přesvědčeno 44 % žen o své obezitě. V roce 1973 již jich bylo 55 % a v roce 1980 70 %. Důležité je zmínit, že se jednalo o vysokoškolsky vzdělané ženy, z nichž tak velké množství bylo přesvědčeno o své nadváze. V roce 1990 se k tomuto názoru přiklání již 80 % žen (Gallupa In Grogan, 2000).

Diety a cvičení se staly nedílnou součástí života mnoha lidí. Siebrasse (In Fialová, 2001) komentuje výsledky různých dotazníkových akcí z let 1989 a 1990 poměrně skepticky. Každá druhá ženy a každý čtvrtý muž mají za sebou alespoň jednu redukční dietu. Štíhlost se stala hodnotou i cílem lidského bytí.

Na závěr využijeme souhrn současných trendů v oblasti ideálu krásy typických pro západní společnost, které vytvořila Grogan (2000):

- západní společnost požaduje štíhlost od mužů i žen,
- výzkumy ukazují, že mírná nadváha může být pro ženy prospěšnější než přílišná vychrtllost,
- štíhlý ideál krásy existuje poměrně krátce, je ovlivňován kulturními faktory, které určují, co je považováno za atraktivní,
- dietní průmysl vyzdvihuje vyhublý ideál krásy navzdory zdravotním rizikům, které může držení diet přinést,
- současný západní ideál zůstává štíhlý, místo diet je však více upřednostňováno cvičení jako přijatelnější způsob dosažení štíhlosti.

Krátkým rozborem ideálu krásy jsme v teoretické části zakončili základní charakteristiky všech potřebných pojmů související s tvorbou této diplomové práce.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 PŘÍPRAVA VÝZKUMU

Před samotnou realizací výzkumu jsme si museli připravit výzkumný projekt, jehož součástí bylo zamyšlení se nad tím, co od celého výzkumu očekáváme. Součástí přípravy byla nutnost rozhodnout se pro druh výzkumu, výzkumné metody, stanovení hlavního výzkumného problému i dílčích výzkumných otázek, definování hypotéz atd.. Rozmýšleli jsme se nad tím, jak velký výzkumný vzorek máme oslovit, v jaké lokalitě a jakým způsobem. V kapitole věnující se přípravě výzkumu popisujeme výsledek tohoto počátečního zamýšlení.

6.1 Druh výzkumu

Na základě dobré zkušenosti při psaní bakalářské práce jsme i tentokrát zvolili kvantitativní druh výzkumu. K vyjasnění toho, co kvantitativní výzkum je, nám pomůže definice Gillmerové, Bahbouha a kol. (2000), jenž kvantitativní výzkum popisují jako výzkum ověřující hypotézy, které stojí na jeho počátku. „*Aby bylo možné tyto hypotézy regulárními statistickými (matematickými) postupy prověřit, jsou data sbíraná strukturovaně a jsou kvantifikována tak, aby mohla později podstoupit statistické testování*“ (Gillmerová, Bahbouh aj., 2000, s. 77).

Maňák, Švec Š. a Švec V. (2005) předkládají za hlavní znak kvantitativního výzkumu to, že je zdrojem poznání, které má být pouze objektivní či objektivizované a co možná nejpresněji zkoumat edukační realitu, podobně jako v přírodních vědách.

K tomu připojujeme ještě vysvětlení, jenž nabízejí Hartl a Hartlová: „*Výsledky jsou statisticky zpracovány a prezentovány tak, aby splňovaly požadavek reliability, validity a reprezentativnosti výběru a pokud možno byly vyjádřeny též kvantitativními daty*“ (Hartl, Hartlová, 2000, s. 57).

Výzkum není příliš rozsáhlý a všechny tyto požadavky nesplňuje. Výsledky, které zde předkládáme se mohou aplikovat jen na 150 dotázaných středoškolaček z Chomutova, jelikož byly osloveny na základě záměrného výběru. I přes tento nedostatek doufáme, že tento výzkum přináší zajímavé otázky i odpovědi na téma, které je i dle Fialové (2001) v českých výzkumných podmínkách stále ještě poměrně opomíjené.

6.2 Výzkumný problém a výzkumné otázky

Hlavní výzkumný problém této diplomové práce zní takto: „*Jaký je postoj chomutovských středoškolaček k vlastnímu tělu?*“ To je samozřejmě formulace velice obecná, a proto jsme jí rozčlenili do několika dílčích výzkumných otázek:

1. *Co si dotazované středoškolačky představují pod pojmem „médií prezentovaný ideál krásy ženského těla“?*
2. *Liší se to, jak dotazované středoškolačky chápou médií prezentovaný ideál krásy ženského těla od jejich vlastní představy o kráse ženského těla?*
3. *Jaká opatření jsou dotazované středoškolačky ochotny podstoupit, aby se médií prezentovanému ideálu krásy přiblížily?*

První tři výzkumné otázky jsou popisného charakteru, tudíž zde neuvádíme proměnné. Následující dvě otázky spadají do kategorie výzkumných otázek vztahových, kde již určení proměnných považujeme za důležité.

4. *Existuje statisticky významný rozdíl v postoji k vlastnímu tělu u studentek jednotlivých středních škol?*

První proměnnou zde je postoj středoškolaček ke svému tělu. Jedná se o proměnnou nezávislou. Druhou proměnnou je typ střední školy, což je proměnná závislá.

5. *Existuje souvislost mezi mírou ztotožnění dotázaných chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médií prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu?*

Zde je první proměnnou míra ztotožnění středoškolaček s prezentovaným ideálem krásy (závislá proměnná), druhou jejich postoj k vlastnímu tělu (nezávislá proměnná).

6.3 Cíl výzkumu a formulace hypotéz

Cílem tohoto výzkumu je oslovit studentky tří chomutovských středních škol, jenž svým věkem spadají do období pozdní adolescence (15 – 20 let), tak jak ji klasifikovala Vágnerová (2005) a získat od nich odpovědi na otázky uvedené v dotazníku. U těchto dívek zjišťujeme jejich postoj k vlastnímu tělu, přičemž vycházíme z výše zmíněných výzkumných otázek, na jejichž základě zde stanovujeme hypotézy. Jsme si vědomi, že u popisných výzkumných otázek není třeba stanovovat hypotézy, pro naši osobní zvědavost jsme se přesto

pokusili odhadnout, jaký výsledek u nich zjistíme. U vztahových otázek je stanovení hypotéz samozřejmostí, přičemž nulovou a alternativní hypotézu uvádíme až při samotném statistickém zpracování dat pomocí chí-kvadrátu. Hlavním cílem výzkumu je tedy ověřit si stanovené hypotézy.

H1: „Více než polovina dotázaných středoškolaček si představuje pod pojmem „médií prezentovaný ideál krásy ženského těla“ ženu – modelku.“

H2: „Více než polovina dotázaných středoškolaček přejímá alespoň částečně ideál krásy prezentovaný v médiích, tak jak ony ho vnímají a chápou.“

H3: „Více než polovina dotázaných středoškolaček je ochotna v rámci přiblížení se ideálu krásy držet dietu.“

H4: „Mezi postoji k vlastnímu tělu u studentek jednotlivých středních škol existuje statisticky významný rozdíl.“

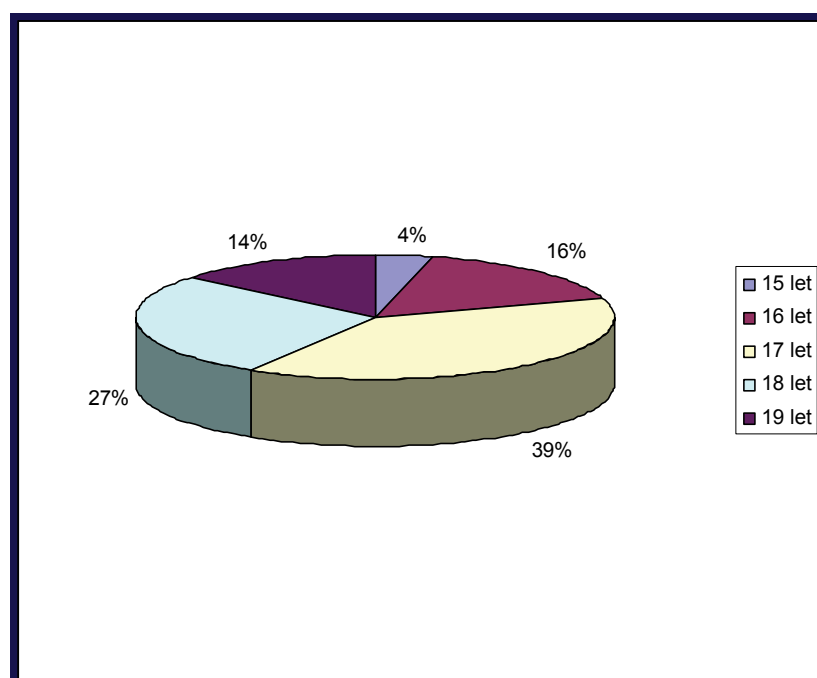
H5: „Mezi mírou ztotožnění dotázaných chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médií prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu existuje souvislost.“

6.4 Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek zahrnuje 150 studentek ze tří chomutovských středních škol. 50 dívek navštěvuje chomutovskou Střední zdravotnickou školu, 50 jich dochází do chomutovské Obchodní akademie a posledních 50 je z chomutovského státního Gymnázia. Respondentky jsme získali na základě záměrného výběru, který znemožňuje zobecnit výsledky výzkumu na celou populaci chomutovských středoškolaček. Jeho výsledky budou reflektovány pouze v souvislosti tohoto 150-členného vzorku. Z tohoto důvodu jsme se pokusili získat alespoň dostatečně velký vzorek a závěry výzkumu aplikovat na oslovených 150 chomutovských středoškolaček.

Věk respondentů	Počet dívek
15 let	6
16 let	24
17 let	58
18 let	41
19 let	21

Obrázek č. 1 Věkové zastoupení respondentek



6.5 Výzkumná metoda

Jako výzkumnou metodu jsme i tentokrát zvolili dotazník. Maňák, Švec Š. a Švec V. (2005) v dotazníku vidí metodický nástroj výzkumu, průzkumu, vývoje či evaluace na hromadné a poměrně rychlé zjišťování o osobních znalostech, postojích k aktuální nebo potenciální skutečnosti a hodnotových preferencích metodou písemného dotazování. Dotazník je založen na otázkách, nikoliv na sledování či pozorování toho, co respondenti/ky prožívají a jak se chovají a žijí. „Skládá se z promyšlené struktury položek s podnětovou a odpovědní částí. Podnětová složka má formu tázací věty a nebo oznamovací věty. Odpovědní složka je vytvořená odpověď (jejím doplněním) nebo zvolená odpověď (z daných

možností) a nebo odpověď zkombinováním obou typů“ (Maňák, Švec Š., Švec V., 2005, s. 20).

Trpišovská a Vacínová (2007) vyzdvihují jako výhody dotazníku snadnou administraci, větší anonymitu respondentů, jež může zvýšit jejich důvěru, odstranit zábrany a získat tak validnější odpověď. Vzniká zde větší prostor se otázkám věnovat, více se na ně soustředit.

Před realizací samotného výzkumu jsme provedli předvýzkum na 10 respondentkách (studentkách chomutovských středních škol). Zeptali jsme se jich na srozumitelnost dotazníku a dle získaných připomínek upravili dotazník do finální podoby. Konečná podoba dotazníku obsahuje 8 otázek, z toho 1 otázka je otevřená, 5 je polouzavřených (je dána možnost jiné odpovědi v případě, kdy respondentka nesouhlasí ani s jednou z nabízených možností. Díky polouzavřenému typu otázek má možnost vytvořit další, sobě vyhovující alternativu odpovědi) a 2 otázky jsou uzavřeného typu.

7 REALIZACE VÝZKUMU

Realizace výzkumu zahrnuje dvě hlavní fáze: získání potřebných dat a jejich zpracování. Nejprve jsme si museli ujasnit jakým způsobem data zpracovávat a jak je následně vyhodnocovat. Uvědomujeme si, že způsob zpracování dat by mohl být umístěn také do kapitoly zabývající se přípravou výzkumu, jelikož byl také předem promyšlen. Nakonec jsme ho však zahrnuli do samotné realizace výzkumu, jelikož je součástí reálné práce s daty po provedení dotazníkového šetření.

7.1 Způsob zpracování a vyhodnocení dat

Data získaná dotazníky jsou zpracována ve velké tabulce, v níž jsou uvedeny jednotlivé volby odpovědí všech 150 respondentek (tabulka je umístěna v přílohách). Tato tabulka také vypovídá o typu navštěvované střední školy dané dotazované středoškolačky, nezohledňuje však věk respondentek. Věk odpovídajících studentek měl pro účely této práce význam pouze okrajový, tj. důležité bylo, aby studentky odpovídaly věkovému zařazení do období pozdní adolescence tak jak ji klasifikovala Vágnerová (2005).

Dotazníkové otázky č. 4, 7 a 8 umožňovaly při zvolení varianty B vyslovení více možností jednou respondentkou. Proto jsme vytvořili zvláštní tabulky uvádějící jednotlivé možnosti u respondentek volících variantu B ve výše zmíněných otázkách. Při deskripci dat jsme výsledky všech dotazníkových otázek zpracovali do dílčích tabulek, grafů a opatřili slovním komentářem.

Polouzavřené otázky č. 4, 7 a 8 stejně jako volnou otázku č. 1 jsem zpracovala díky kódování užívanému také v kvalitativních výzkumech. Z volně psaných odpovědí respondentek jsme vytvořili kategorie stejných či podobných výroků, což umožnilo následné kvantitativní zpracování těchto dat.

K zpracování a vyhodnocení dotazníkové otázky č. 3 a 6 jsme využili kromě deskriptivního zpracování dat také statistické metody testu nezávislosti (chí-kvadrátu), jímž jsme zjišťovali existenci souvislostí mezi proměnnými v rámci výzkumné otázky č. 4 a 5.

7.2 Deskriptivní zpracování dat

1. Jak byste popsala ženu, která dle Vašeho názoru odpovídá dnešnímu ideálu krásy ženského těla?“ (Zaměřte se prosím na charakteristiku typu: typ postavy – barva vlasů – barva očí)

Otázka č. 1 záměrně umožňovala volné odpovědi, abychom respondentkám dopředu nevnucovali nějaké možnosti. Dívky tímto získaly možnost se nad tématem zamyslet a samy charakterizovat, jak by popsaly „ideální ženu současné společnosti“. Jediným vodítkem jim zde bylo doporučení charakteristiku rozepsat se zaměřením na typ postavy, barvu vlasů a očí. Ze získaných odpovědí jsem překvapivě pomocí kódování získala pouze čtyři typy odpovědí:

Varianta A – štíhlá žena s velkým poprsím, blond/áté vlasy, modré oči

Varianta B – štíhlá až hubená žena, na barvě očí ani vlasů nezáleží

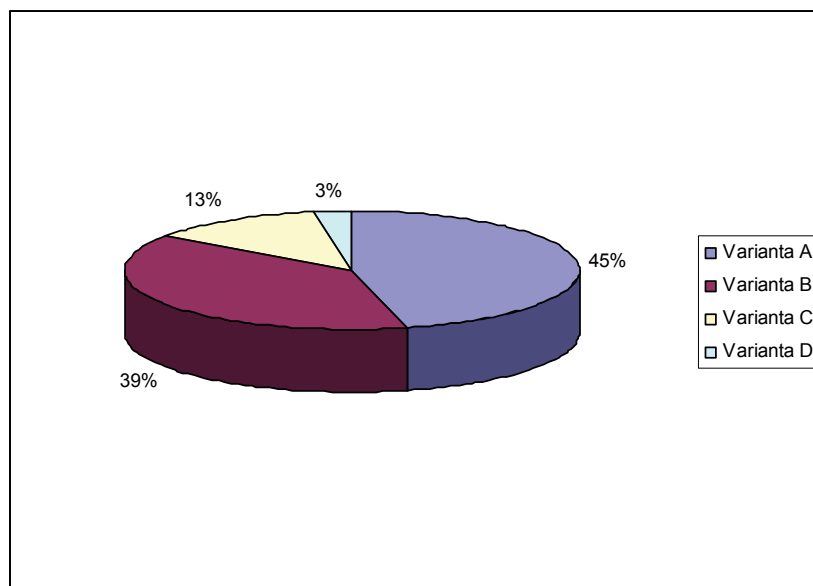
Varianta C – štíhlá žena, tmavé vlasy, hnědé oči

Varianta D – štíhlá žena, zrzavé či červené vlasy, zelené oči

Tabulka č. 2 Typ ženy odpovídající dnešnímu ideálu krásy (dle respondentek)

	Absolutní četnost	%
Varianta A	69	45
Varianta B	58	39
Varianta C	19	13
Varianta D	4	3

Obrázek č. 2 Typ ženy odpovídající dnešnímu ideálu krásy (dle respondentek)



V blondřatě štíhlé ženě s velkým poprsím a modrýma očima vidí současný společenský ideál celých 45 % dotázaných studentek. Velmi blízko za touto představou se nachází 39 % dívek, jenž jsou přesvědčeny o tom, že u „ideální ženy“ nezáleží na barvě vlasů či očí, ale je nutné aby byla štíhlá až hubená. 13 % respondentek předpokládá, že společenskému ideálu krásy nejvíce odpovídají tmavovlasé štíhlé ženy s hnědýma očima. Pouhá 3 % věří, že současným ideálem je štíhlá zrzka se zelenýma očima. Za důležité považujeme zdůraznit fakt, že všechny dívky uváděly za základní znak ideálu krásy ženského těla štíhlost.

2. Co si představujete pod pojmem „médií prezentovaný ideál krásy ženského těla“?

Otázka č. 2 byla typem polouzavřené otázky. Žádná z dívek však nevyužila varianty D, která jim dávala možnost vytvořit si alternativní odpověď. V tomto případě tedy nebylo nutné odpovědi kódovat a z otázky se stala de facto otázka uzavřená. K lepší přehlednosti opakujeme varianty, mezi nimiž dívky volily:

Varianta A – ideálem je žena – sportovkyně

Varianta B – ideálem je žena – modelka

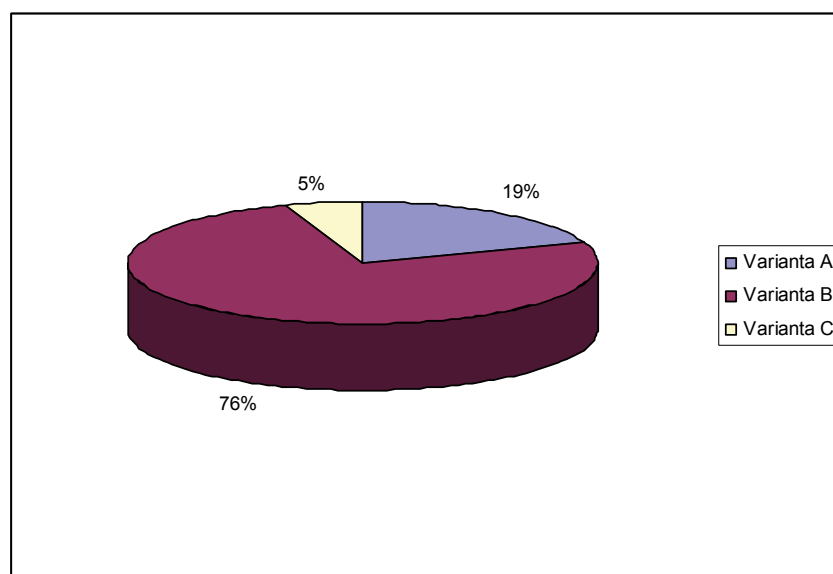
Varianta C – ideálem je žena – herečka

Varianta D – jiné (vlastní alternativa studentky)

Tabulka č. 3 Typ ženy odpovídající dnešnímu ideálu (výběr z daných kategorií)

	Absolutní četnost	%
Varianta A	29	19
Varianta B	113	76
Varianta C	8	5
Varianta D	0	0

Obrázek č. 3 Typ ženy odpovídající dnešnímu ideálu krásy (výběr z daných kategorií)



Celých 76 % z dotázaných dívek předpokládá, že současným ideálem krásy je žena - modelka. 19 % respondentek se přiklání k variantě, že tento ideál naplňuje žena – sportovkyně. 5 % studentek zastává názor, že ideálem je žena – herečka. Žádnou jinou variantu dívky neuvedly.

3. Liší se to, jak chápete médii prezentovaný ideál krásy ženského těla od Vaší vlastní představy o kráse ženského těla?

Tato otázka měla jednoznačně určené varianty výběru a řadí se do kategorie uzavřených otázek. Účelem bylo zjistit, nakolik se dívky cítí být ztotožněny s tím, jak chápou společensky uznávaný ideál krásy.

Varianta A: zcela se ztotožňuji

Varianta B: spíše se ztotožňuji

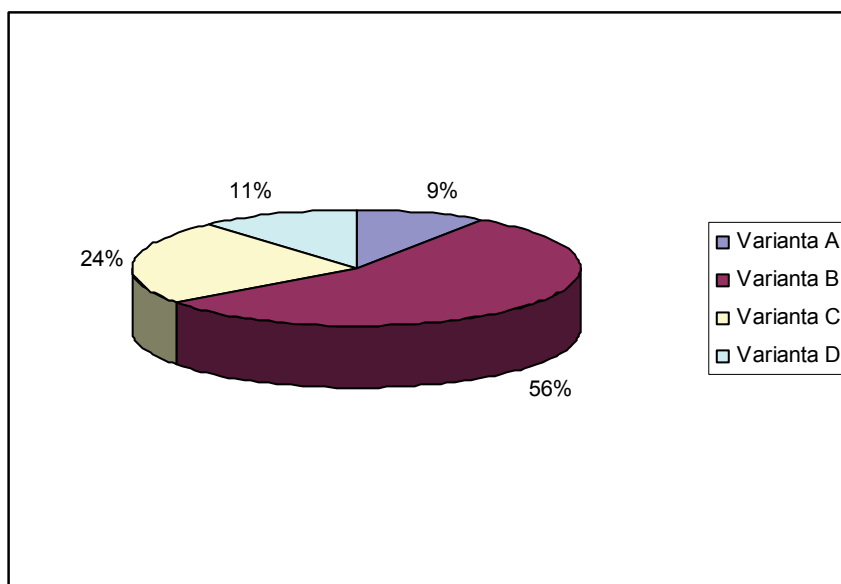
Varianta C: spíše se neztotožňuji

Varianta D: zcela se ztotožňuji

Tabulka č. 4 Míra ztotožnění respondentek se společensky uznávaným ideálem krásy

	Absolutní četnost	%
Varianta A	14	9
Varianta B	83	56
Varianta C	36	24
Varianta D	17	11

Obrázek č. 4 Míra ztotožnění respondentek se společensky uznaným ideálem krásy



Nejméně studentek zvolilo variantu A (9 %), tedy možnost, kdy se zcela ztotožňují s tím, jak chápou současný ideál krásy ženského těla. 56 % z dotázaných však přiznalo, že se s ideálem spíše ztotožňují. 24 % dívek se přiklonilo k odpovědi, že se s představou současného ideálu krásy spíše neztotožňují a 11 % z nich se s ním neztotožňuje vůbec. Pro lepší přehlednost zde uvádíme, že výsledky výzkumu tedy ukazují, že 65 % respondentek se minimálně z části se společensky uznaným ideálem (tak jak ho ony chápou a vnímají) ztotožňuje, 35 % z nich se s ním minimálně spíše neztotožňuje.

4. Jste ochotná podstoupit nějaká konkrétní opatření vedoucí k přiblížení se ideálu krásy? Pokud ano, jaká?

Otázka č. 4 spadá pod polouzvažené otázky. Studentky, jenž zvolily variantu B, měly možnost vypsát i více opatření, která jsou ochotna podstoupit ve snaze přiblížit se společensky uznávanému ideálu krásy. Z těchto odpovědí jsme opět pomocí kódování získali čtyři možnosti.

Varianta A – nejsem ochotná podstoupit žádná opatření vedoucí k společensky uznanému ideálu krásy

Varianta B – jsem ochotná podstoupit tato opatření:

B1: cvičit

B2: kupovat si kosmetiku, make up atd.

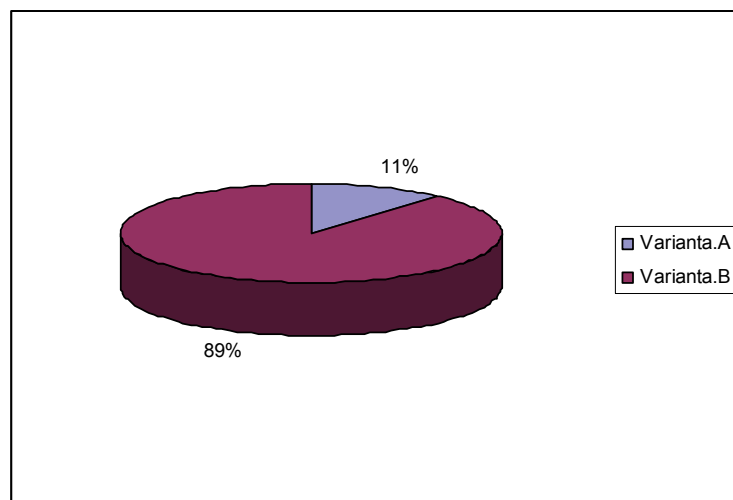
B3: držet dietu

B4: plastická chirurgie – operativní zákrok

Tabulka č. 5 **Ochota respondentek podstoupovat opatření přibližující je k ideálu krásy**

	Absolutní četnost	%
Varianta.A	17	11
Varianta.B	133	89

Obrázek č. 5 **Ochota respondentek podstoupovat opatření přibližující je k ideálu krásy**



Tabulka č. 6 Druhy opatření, která jsou některé respondenty ochotny podstoupit

Absolutní četnost	
Varianta B1	128
Varianta B2	114
Varianta B3	88
Varianta B4	3

Pouze 11 % respondentek nebylo ochotno podstupovat opatření přibližující je k společensky uznanému ideálu krásy. Celých 89 % však ochotno bylo (z toho 128 dívek volící variantu B je ochotno cvičit, 114 si kupovat kosmetiku, make up atd., 88 držet dietu a 3 dokonce podstoupit plastickou operaci.)

5. Jak často používáte líčidla (make up, řasenku, rtěnku, oční stíny atd.)?

Pátá otázka byla polouzavřená, jelikož dávala možnost ve variantě D vyjádřit jiný názor. Této možnosti však žádná z respondentek nevyužila.

Varianta A – každý den ať jsem kdekoliv

Varianta B – vždy, když nejsem doma

Varianta C – pouze na konkrétní akci (např. ples, diskotéku atd.)

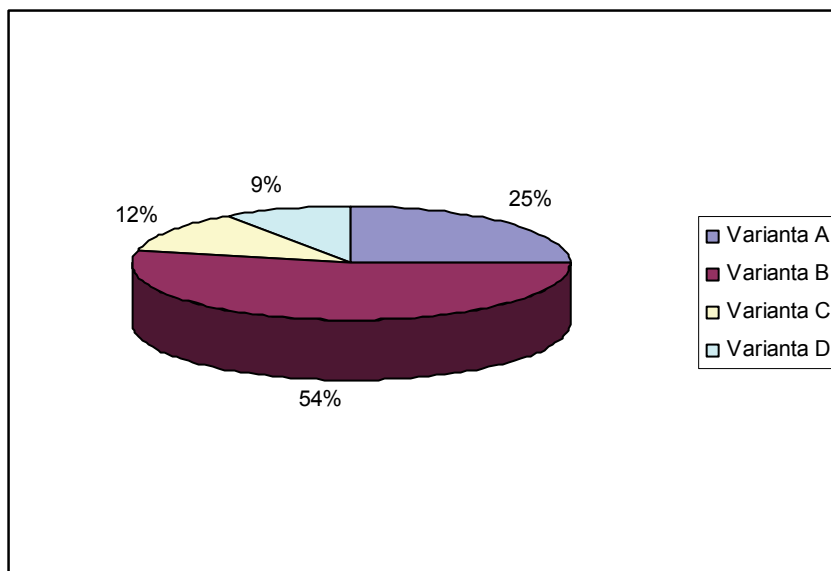
Varianta D – vůbec nepoužívám

Tabulka č. 7 Jak často používají respondenty líčidla

	Absolutní četnost	%
Varianta A	37	25
Varianta B	81	54
Varianta C	18	12

Varianta D	14	9
------------	----	---

Obrázek č. 8 Jak často používají respondentky líčidla



Nejvíce respondentek uvedlo, že používá líčidla (make up, rtěnku, stíny atd.) vždy, když nejsou doma (54 % dotázaných dívek), 25 % z respondentek se líčí každý den, ať jsou kdekoliv, 12 % využívá líčidel pouze příležitostně – na konkrétní společenskou akci, 9 % se nelíčí vůbec.

6. Jaký je Váš postoj k Vašemu vlastnímu tělu?

Tato otázka spadala mezi otázky uzavřeného typu, dívky volily mezi čtyřmi nabízenými alternativami.

Se svým tělem jsem:

Varianta A - zcela spokojena

Varianta B – spíše spokojena

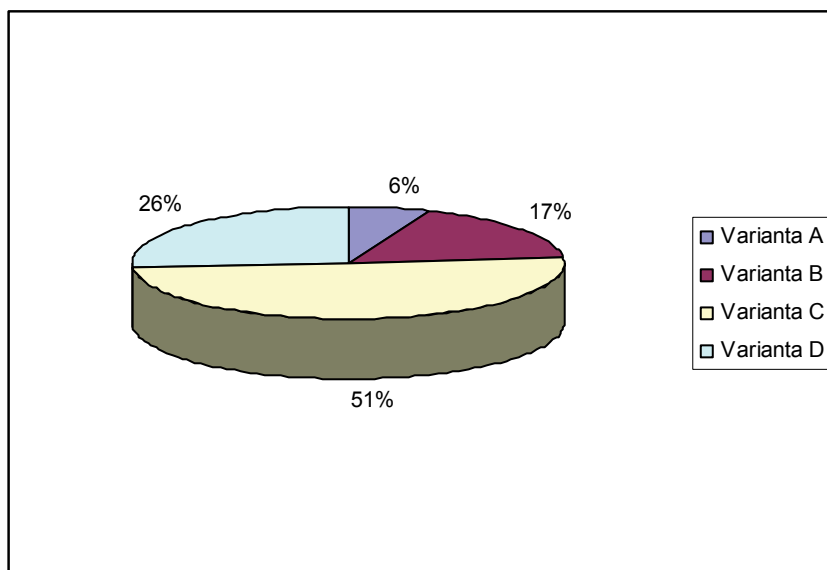
Varianta C - spíše nespokojena

Varianta D - zcela nespokojena

Tabulka č. 8 Míra spokojenosti respondentek se svým tělem

	Absolutní četnost	%
Varianta A	9	6
Varianta B	26	17
Varianta C	76	51
Varianta D	39	26

Obrázek č. 7 Míra spokojenosti respondentek se svým tělem



Odpovědi na šestou otázku ukázaly, že pouhých 6 % respondentek je zcela spokojeno se svým tělem. Trochu vyšší počet dotázaných dívek hodnotilo postoj ke svému tělu jako spíše spokojený (17 %). Celých 51 % dívek uvedlo, že jsou se svým tělem spíše nespokojeny a 26 % dokonce zcela nespokojeny.

7. Máte výhrady vůči konkrétním partiím Vašeho těla?

Sedmá otázka byla opět polouzavřenou otázkou a zjišťovala výhrady dívek vůči svému tělu. Respondentky, které zvolily variantu B měly možnost vypsát i více částí těla, s kterými jsou nespokojeny.

Varianta A – nemám výhrady

Varianta B – mám výhrady – vůči jaké části těla?

B1: stehna

B2: zadek

B3: boky

B4: břicho

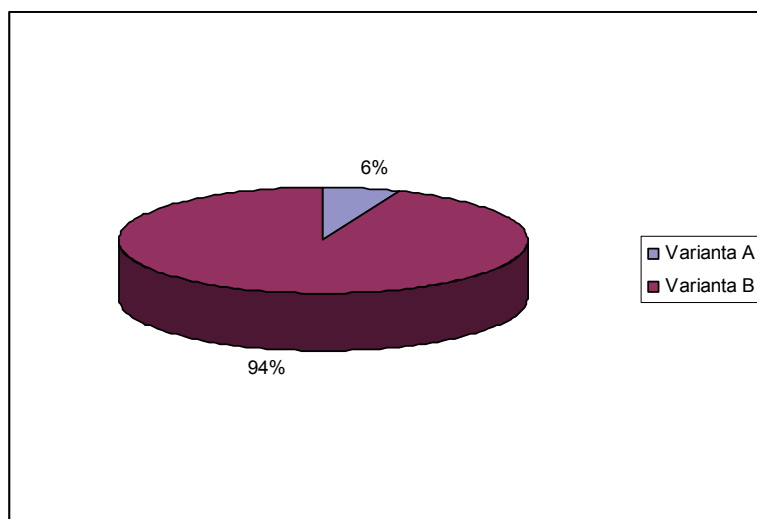
B5: ruce

B6: prsa

Tabulka č. 9 Výhrady respondentek vůči svému tělu

	Absolutní četnost	%
Varianta A	9	6
Varianta B	141	94

Obrázek č. 8 Výhrady respondentek vůči svému tělu



Tabulka č. 10 Výhrady respondentek vůči konkrétním částem těla

Absolutní četnost	
Varianta B1	89
Varianta B2	91
Varianta B3	89
Varianta B4	54
Varianta B5	11
Varianta B6	87

Výsledky na otázku č. 7 přinášejí, že celých 94 % respondentek je nespokojeno s nějakou částí svého těla (89 dívek je nespokojeno se svými stehny, 91 s hýžděmi, 89 s boky, 54 se svým břichem, 11 s pažemi a 87 s poprsím), pouhých 6 % dotázaných ke svému tělu nemá žádné výhrady.

8. Chcete na svém těle něco změnit? Pokud ano, co by to bylo?

I zde jde o otázku polouzavřenou. Dívky volící variantu B měly možnost uvést i více změn, které by na svém těle udělaly.

Varianta A – nic bych neměnila

Varianta B – měnila bych, co?

B1 – chci zhubnout

B2 – chci přibrat

B3 – chci větší prsa

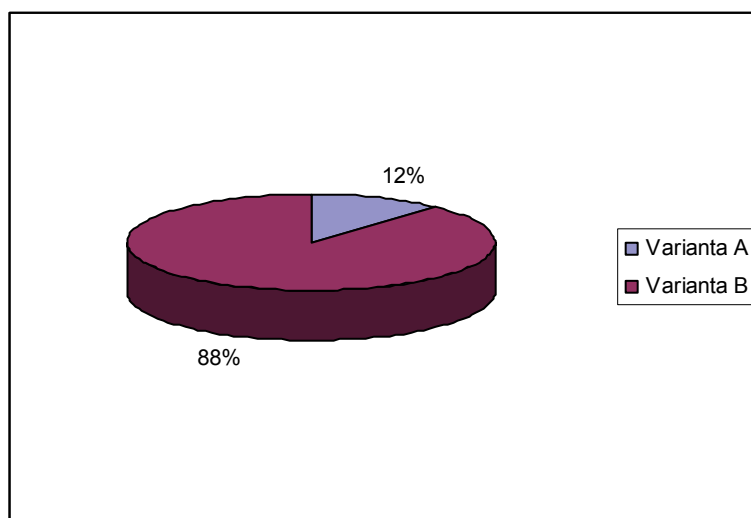
B4 – chci mít pevnější, svalnatější tělo

B5 – chci menší prsa

Tabulka č. 11 Touha respondentek změnit něco na svém těle

	Absolutní četnost	%
Varianta A	18	12
Varianta B	132	88

Obrázek č. 9 Touha respondentek změnit něco na svém těle



Tabulka č. 12 Co chtějí respondentky změnit na svém těle

	Absolutní četnost
Varianta B1	129
Varianta B2	3
Varianta B3	51
Varianta B4	68
Varianta B5	11

Otázka č. 8 zjistila, že 12 % dotázaných studentek nechce na svém těle nic měnit, 88 % by však změnu uvítala (129 respondentek by chtělo zhubnout, 3 dívky by chtěly přibrat, 51 z dotázaných by mělo rádo větší prsa, 68 dotázaných studentek touží po pevnější, svalnatější postavě, 11 dívek by chtělo mít menší prsa).

7.3 Statistické zpracování dat (chí-kvadrát)

Pokud chceme využít metody chí-kvadrátu, musíme data získaná dotazníkovým šetřením nejprve zapsat do tzv. kontingenční tabulky. Čísla, jenž jsou uvedena vpravo od tabulky a pod ní se nazývají okrajovými (nebo také marginálními) četnostmi. To znamená, že jsou součty četností v řádcích a sloupcích tabulky. K testu nezávislosti (chí-kvadrátu) musíme formulovat nulovou a alternativní hypotézu k danému výzkumnému problému. Poté je potřeba vypočítat očekávané četnosti O pro jednotlivá pole kontingenční tabulky. Tyto očekávané četnosti odpovídají platnosti nulové hypotézy a jsou uvedeny v závorkách. Očekávanou četnost v kontingenční tabulce pro dané pole vypočítáme tak, že vynásobíme odpovídající marginální četnosti a tento součin potom dělíme celkovou četností. Pro každé pole tabulky je nutné vypočítat hodnotu $(P - O)^2 / O$. Testové kritérium X^2 získáme jako součet vypočítaných hodnot dle výše zmíněného vzorce pro všechna pole kontingenční tabulky. Vzniklá hodnota X^2 je ukazatelem velikosti rozdílu mezi skutečností a vyslovenou nulovou hypotézou. Pro úplné posouzení vypočítané hodnoty X^2 je nutné dále určit počet stupňů volnosti vypočítaného testového kritéria. Pro tabulku, jenž čítá r řádků a s sloupců se určí počet stupňů volnosti dle vzorce: $f = (r - 1)(s - 1)$. Zde r vyjadřuje počet řádků v kontingenční tabulce a s počet jejích sloupců. Pro vypočtený počet stupňů volnosti a pro zvolenou hladinu významnosti 0,05 nalezneme ve statistické tabulce kritickou hodnotu testového kritéria. Po srovnání vypočítané hodnoty testového kritéria s hodnotou kritickou zjistíme, že je vypočítaná hodnota větší či menší než ta uvedená ve statistické tabulce. V případě, že vypočítaná hodnota je menší než hodnota kritická, přijímáme tvrzení plynoucí z nulové hypotézy. Pokud je vypočítaná hodnota větší než hodnota kritická nebo ji alespoň rovna, přijímáme hypotézu alternativní. (Chráška, 2003)

Výzkumný problém č. 4: Existuje statisticky významný rozdíl v postoji k vlastnímu tělu u studentek jednotlivých středních škol?

V případě čtvrtého výzkumného problému vyjadřují čísla v tabulce (ta bez závorek) četnosti studentek navštěvujících určitý typ střední školy v Chomutově (Z – střední zdravotnická škola, O – obchodní akademie, G - gymnázium) a současně četnosti studentek, jenž odpověděly určitým způsobem na dotazníkovou otázku č. 6 (zde volily mezi variantami A, B, C, D).

Se svým tělem jsem:

Varianta A - zcela spokojena

Varianta B – spíše spokojena

Varianta C - spíše nespokojena

Varianta D - zcela nespokojena

Pro tento vztahový problém jsme stanovili následující nulovou a alternativní hypotézu:

H_0 : „Mezi postoji k vlastnímu tělu u studentek jednotlivých středních škol neexistuje statisticky významný rozdíl.“

H_A : „Mezi postoji k vlastnímu tělu studentek jednotlivých středních škol existuje statisticky významný rozdíl.“

Tabulka č. 13 **Kontingenční tabulka k 4. výzkumnému problému**

	A	B	C	D	Σ
Z	2 (3)	3 (8,667)	27 (25,333)	18 (13)	50
O	4 (3)	9 (8,667)	21 (25,333)	16 (13)	50
G	3 (3)	14 (8,667)	28 (25,333)	5 (13)	50
Σ	9	26	76	39	150

$$X^2 = (P - O)^2 / O = 0,333 + 0,333 + 0 + 3,705 + 0,013 + 3,282 + 0,110 + 0,741 + 0,281 + 1,923 + 0,692 + 4,923 = 16,336$$

Počet stupňů volnosti:

$$f = (r - 1) (s - 1)$$

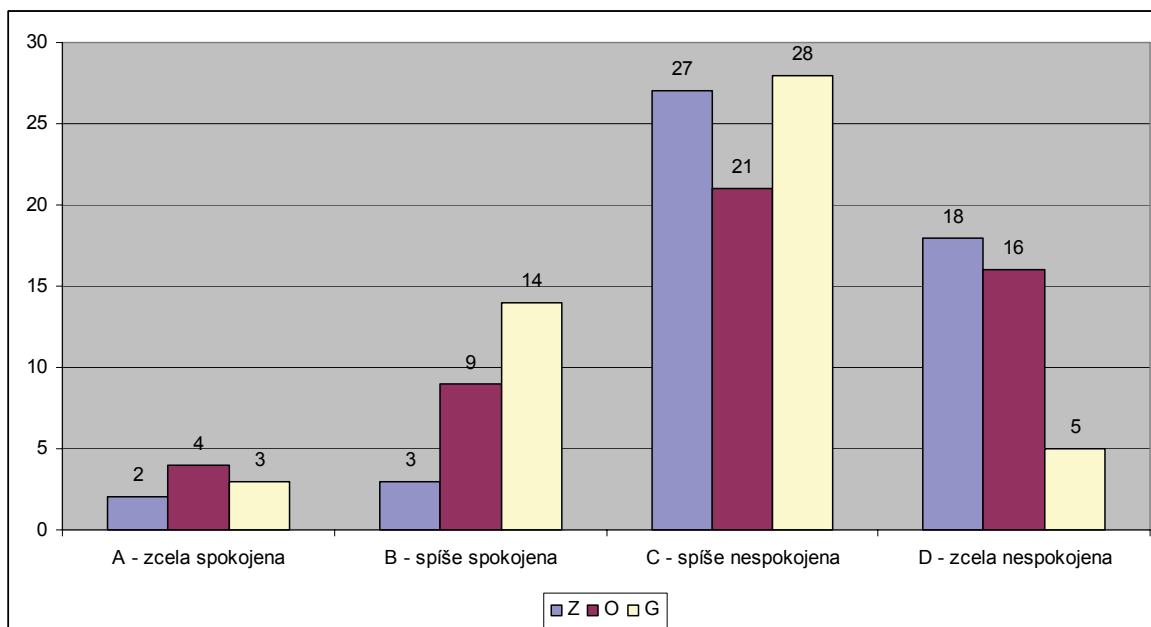
$$f = (3 - 1) (4 - 1)$$

$$f = 6$$

Pro stupeň volnosti 6 a zvolenou hladinu významnosti 0,05 nalezneme ve statistických tabulkách kritickou hodnotu testového kritéria $X^2_{0,05}(6) = 12,592$

Srovnáme-li vypočítanou hodnotu s hodnotou kritickou, zjistíme, že vypočítaná hodnota je větší, tudíž přijímáme alternativní hypotézu a zamítáme hypotézu nulovou. Mezi jednotlivými typy škol existuje statisticky významný rozdíl v postojích studentek ke svému tělu.

Obrázek č. 10 Histogram k výzkumnému problému č. 4



Histogram zobrazuje počet studentek z jednotlivých středních škol odpovídajících na otázku týkající se jejich spokojenosti s vlastním tělem.

2. Výzkumný problém č. 5: Existuje souvislost mezi mírou ztotožnění chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médii prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu?

V případě druhého vztahového problému naší práce vyjadřují čísla v tabulce (ta bez závorek) četnosti studentek odpovídající určitým způsobem na dotazníkovou otázku č. 3 a současně četnosti studentek, jenž odpověděly určitým způsobem na dotazníkovou otázku č. 6 (v obou případech volily mezi variantami A, B, C, D)

Varianty otázky č. 6:

Se svým tělem jsem:

Varianty otázky č. 3:

Se společensky uznaným ideálem krásy se:

Varianta A - zcela spokojena

Varianta A – zcela ztotožňuji

Varianta B – spíše spokojena

Varianta B – spíše ztotožňuji

Varianta C - spíše nespokojena

Varianta C – spíše se neztotožňuji

Varianta D - zcela nespokojena

Varianta D – zcela ztotožňuji

Pro tento vztahový problém jsme stanovili následující nulovou a alternativní hypotézu:

H_0 : „Mezi mírou ztotožnění dotázaných chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médii prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu neexistuje souvislost.“

H_A : „Mezi mírou ztotožnění dotázaných chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médii prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu existuje souvislost.“

Tabulka č. 14 **Kontingenční tabulka k výzkumnému problému č. 5**

	3A	3B	3C	3D	Σ
6A	0 (0,840)	2 (4,980)	4 (2,160)	3 (1,020)	9
6B	1 (2,427)	8 (14,387)	11 (6,240)	6 (2,947)	26
6C	2 (7,093)	50 (42,053)	17 (18,240)	7 (8,613)	76
6D	11 (3,640)	23 (21,580)	4 (9,360)	1 (4,420)	39
Σ	14	83	36	17	150

$$X^2 = (P - O)^2 / O = 0,840 + 0,839 + 3,657 + 14,882 + 1,783 + 2,835 + 1,502 + 0,093 + 1,567 + 3,631 + 0,084 + 3,069 + 3,844 + 3,163 + 0,302 + 2,646 = 44,737$$

Počet stupňů volnosti:

$$f = (r - 1)(s - 1)$$

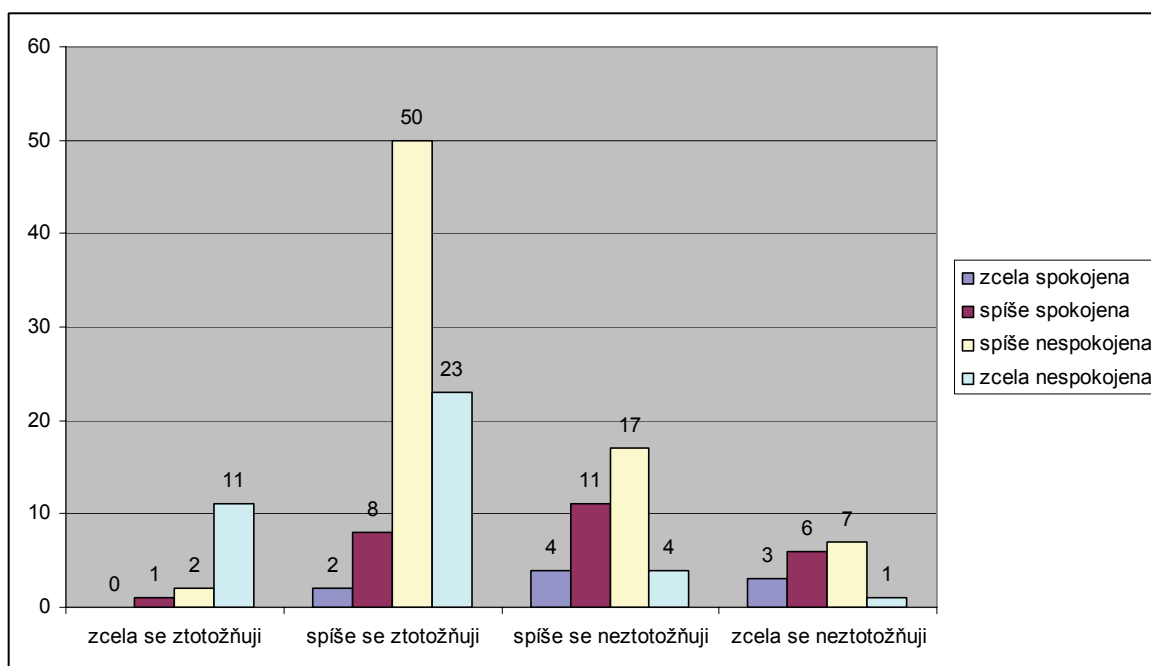
$$f = (4 - 1)(4 - 1)$$

$$f = 9$$

Pro stupeň volnosti 9 a zvolenou hladinu významnosti 0,05 nalezneme ve statistických tabulkách kritickou hodnotu testového kritéria $X^2_{0,05}(9) = 16,919$

Srovnáme-li vypočítanou hodnotu s hodnotou kritickou, zjistíme, že vypočítaná hodnota je větší, tudíž přijímáme alternativní hypotézu a zamítáme hypotézu nulovou. Mezi mírou ztotožnění dotázaných chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médii prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu existuje souvislost.

Obrázek č. 11 Histogram k výzkumnému problému č. 5



Histogram zobrazuje počet studentek, jenž zvolily určitou variantu k dotazníkové otázce č. 3 a zároveň určitou variantu k dotazníkové otázce č. 6. Z histogramu jednoznačně vyplývá, že nejvyšší počet voleb (50) získala od dívek varianta, v níž přiznávají, že se spíše ztotožňují se společensky uznaným ideálem krásy (tak jak ho vnímají a chápou). Ty samé dívky zároveň uvádějí, že jsou se svým tělem spíše nespokojeny.

7.4 Interpretace výsledků a ověřování hypotéz

Cílem této kapitoly je interpretovat získané výsledky a ověřit stanovené hypotézy. Ověřováním se zabýváme postupně a každé hypotéze věnujeme svůj odstavec.

H1: „Více než polovina dotázaných středoškolaček si představuje pod pojmem „médii prezentovaný ideál krásy ženského těla“ ženu – modelku.“

V rámci první hypotézy bylo naším úkolem zjistit, jakým způsobem chápou a vnímají respondentky to, co nazýváme „médii prezentovaným ideálem krásy ženského těla“. K tomu sloužily v dotazníku dvě otázky – č. 1 a č. 2. První otázka byla otevřená a měla načrtnout,

jaká kritéria typu postavy, barvy vlasů a očí dle respondentek současná ideální žena musí splňovat. Poměrně překvapivé pro nás bylo zjištění, že představa ideální ženy u našich respondentek se dá seřadit do 4 kategorií, což se nám zdálo u 150 dotázaných jako poměrně malé číslo. Společným atributem, jenž zmiňovaly všechny dotazované studentky, byla štíhlost. Štíhlost, v některých případech dokonce hubenost, byla uváděna jako společný znak všech odpovídajících, bez něhož se dle jejich názoru současná „ideální žena“ neobejde. K naší hypotéze se však tato otázka váže spíše okrajově a důležitější postavení zde zaujímají odpovědi na otázku č. 2. Zde se dotazované přikláněly k jedné z nabízených variant (možnosti vytvořit vlastní alternativu žádná nevyužila). Celých 76 % dotázaných považovalo za současný typ ideální ženy modelku (oproti 19 % přiklánějícím se k ideálu ženy – sportovkyně či 5 % přiklánějícím se k ideálu ženy – herečky). Tímto se potvrdila naše první hypotéza.

H2: *„Více než polovina dotázaných středoškolaček přejímá alespoň částečně ideál krásy prezentovaný v médiích, tak jak ony ho vnímají a chápou.“*

Úkolem druhé hypotézy bylo zjistit, nakolik dotázané studentky přejímají ideál krásy prezentovaný v médiích. Tomu se věnovala dotazníková otázka č. 3 zjišťující míru ztotožnění respondentek s ideálem krásy prezentovaným v médiích. S tímto ideálem se dle odpovědí spíše ztotožňuje 56 % dotázaných studentek, 9 % respondentek se s ním ztotožňuje zcela. Součtem těchto dvou čísel docházím k závěru, že celých 65 % dotázaných dívek alespoň z části přejímá ideál krásy prezentovaný v médiích. Tímto je potvrzena i naše druhá hypotéza, jelikož se s ideálem krásy prezentovaným v médiích alespoň částečně ztotožňuje více než polovina dotázaných studentek.

H3: *„Více než polovina dotázaných středoškolaček je ochotna v rámci přiblížení se ideálu krásy držet dietu.“*

Touto hypotézou se zabývala otázka č. 4. Její původní záměr je směřován k zjištění, zda jsou vůbec respondentky ochotné podstoupit nějaká opatření přibližující je ideálu krásy prezentovanému v médiích. Zjistili jsme, že 11 % dotázaných dívek taková opatření odmítá, 89 % dívek je však ochotno nějaké opatření podstoupit. Mezi jmenovaná opatření patřilo nakupování kosmetiky, podstoupení plastické operace, cvičení, ale také pro naši hypotézu významné držení diety. Ze 150 dotazovaných dívek se k možnosti držení diety přiklonilo 88. To potvrzuje i naši třetí hypotézu, jelikož více než polovina respondentek je pro přiblížení se ideálu krásy ochotna držet dietu.

H4: „*Mezi postoji k vlastnímu tělu u studentek jednotlivých středních škol existuje statisticky významný rozdíl.*“

Čtvrtý výzkumný problém byl statisticky zpracováván pomocí metody testu závislosti (chí-kvadrátu). Zde se nám potvrdila alternativní hypotéza, jenž tvrdí, že mezi postoji k tělu u studentek jednotlivých středních škol existuje statisticky významný rozdíl. Z histogramu k výzkumné otázce č. 4 např. vyplývá, že negativní postoj ke svému tělu mají nejvíce dívky ze Středí zdravotnické školy Chomutov (z 50 členného vzorku jich 27 je se svým tělem spíše nespokojeno a 18 z nich je zcela nespokojeno). Za zdravotní školou se nachází studentky Obchodní akademie Chomutov (z 50 dotázaných 21 dívek je se svým tělem spíše nespokojeno a 16 nespokojeno zcela). Nejlépe v této otázce dopadly dívky ze státního Gymnázia Chomutov (z 50 respondentek je 28 dívek spíše nespokojeno se svým tělem a 5 nespokojeno zcela).

H5: „*Mezi mírou ztotožnění chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médii prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu existuje souvislost.*“

I pátý výzkumný problém byl statisticky zpracován pomocí testu závislosti (chí-kvadrátu). Potvrdila se nám také alternativní hypotéza, tj. že mezi mírou ztotožnění dotázaných chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médii prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu existuje souvislost. Z histogramu k výzkumné otázce č. 5 jednoznačně vyplývá, že nejvyšší počet voleb (50) získala od dívek varianta, v níž přiznávají, že se spíše ztotožňují se společensky uznaným ideálem krásy (tak jak ho vnímají a chápou). Ty samé dívky zároveň uvádějí, že jsou se svým tělem spíše nespokojeny.

ZÁVĚR

Nakonec chceme shrnout pocity, poznatky a zkušenosti z psaní diplomové práce. Co se týká odborné literatury, nenašli jsme mnoho vyhovujících titulů, ale knihy, jež se nám dostali do rukou byly povětšinou opravdu zajímavé. Nejvíce nás obohatila kniha od L. Fialové – Body image jako součást sebepojetí člověka a kniha od S. Grogan – Body image: psychologie nespokojenosti s vlastním tělem. Věříme, že k těmto knihám se v budoucnu ještě vrátíme – neobtěžkáni stresem z blížícího se závěru školy. Práce s literaturou byla pro nás trochu náročná (zejména často bezvýsledným sháněním vhodné literatury) a také tím, že obsahovala i pročitání jedné anglicky psané knihy.

Nejvíce nás ovšem bavil samotný výzkum. Zkušenost jsme již získali při psaní bakalářské práce. Jelikož nás téma naší diplomové práce opravdu zajímá, bylo získávání odpovědí částečně dobrodružstvím – potvrdí se či nepotvrdí naše předpoklady? I tentokrát mi s roznášením dotazníků významně pomohli chomutovští přátelé.

Problém s návratností dotazníků také téměř nenastal. Kopii samozřejmě bylo zhotoveno více, ale téměř všechny dotazníky se nám dostaly zpět vyplněné. Domníváme se, že i pro samotné respondentky byla možnost zamyslet se nad dotazníkem s takovou tematikou zajímavá a v některých případech i předmětem pozdějších diskuzí ve třídách.

Rádi bychom se také zamysleli nad tím, co naše práce může přinést případným čtenářům. Uvědomujeme si, že rozsah výzkumného vzorku není příliš velký, přesto věříme, že přináší zajímavé informace, popřípadě podněty k tvorbě rozsáhlejších výzkumů. Realizace výzkumu znamenala jedinečnou příležitost nahlédnout do duší mladým dívkám z Chomutovska, poodhalit jejich postoje k ideálu krásy i k vlastnímu tělu. Proto jsme se zde rozhodli shrnout zajímavá zjištění našeho výzkumného snažení:

- Nejvíce respondentek (45 %) předpokládá, že současnému ideálu krásy ženského těla odpovídá štíhlá žena s velkým poprsím, blondatými vlasy a modrýma očima.
- 76 % dotázaných dívek si pod pojmem „médií prezentovaný ideál krásy“ představí ženu-modelku.
- 65 % dotázaných studentek se minimálně z části ztotožňuje se společensky uznaným ideálem krásy ženského těla (9 % se zcela ztotožňuje, 56 % se ztotožňuje spíše).

- 89 % respondentek je ochotno podstoupit nějaká opatření vedoucí k přiblížení se společensky uznanému ideálu krásy (mezi jmenovaná opatření patří – cvičení, nákup kosmetiky, make upu, držení diet i podstoupení plastické operace).

- 25 % dotázaných studentek užívá líčidla (make up, rtěnku, stíny, řasenku atd.) každý den ať jsou kdekoliv, 54 % studentek líčidla užívá vždy, když vyjdou mimo domov.

- 77 % respondentek je minimálně z části nespokojeno se svým tělem (26 % je zcela nespokojeno, 51 % spíše nespokojeno).

- 94 % odpovídajících dívek má výhrady vůči konkrétním partiím svého těla (mezi jmenované partie patří stehna, zadek, boky, břicho, prsa a ruce).

- 88 % respondentek chce na svém těle něco změnit (mezi jmenované změny patří - zhubnout/přibrat, zvětšit/zmenšit prsa, mít pevnější, svalnatější tělo).

- Mezi postoji k vlastnímu tělu u studentek jednotlivých středních škol existuje statisticky významný rozdíl. Nejméně spokojené se svým tělem jsou studentky ze Střední zdravotnické školy Chomutov (45 z 50 dotázaných dívek z této školy je alespoň z části nespokojeno se svým tělem), poté následují studentky Obchodní akademie Chomutov (37 z 50 dotázaných studentek této školy je alespoň z části nespokojeno se svým tělem) a nejlépe v tomto srovnání obstálo státní Gymnázium Chomutov (33 z 50 dotázaných dívek této školy je alespoň z části nespokojeno se svým tělem).

- Mezi mírou ztotožnění dotázaných chomutovských středoškolaček s tím jak chápou médií prezentovaný ideál krásy ženského těla a jejich postojem k vlastnímu tělu existuje souvislost. Jako zajímavost uvádíme, že nejvyšší počet voleb (50) měla varianta, v níž dívky přiznávají, že se spíše ztotožňují s médií prezentovaným ideálem krásy. Ty samé studentky uvádějí, že jsou spíše nespokojeny se svým tělem.

Pro nás samotné bylo bližší seznámení se s tematikou tělesného sebepojetí a vztahu lidí ke svému tělu přínosné i v osobním životě. Donutilo nás zhodnotit své vlastní postoje k tělu, uvědomit si, že častokrát i podvědomě reagujeme v souladu s ideálem krásy, aniž bychom se s ním racionálně ztotožňovali. Úplným závěrem bychom rádi navázali na motto této diplomové práce a všem ženám popřáli, aby začali chtít být těmi papoušky, orly, havrany a pěnkavami o nichž mluvila Crook (1995) a přestaly bezmezně toužit dosáhnout podoby kanárů. Jednodušeji řečeno, aby měly rády samy sebe a přijaly svá těla taková, jaká jsou. Věříme, že svět je krásný právě proto, že je pestrý.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BLATNÝ, M., PLHÁKOVÁ, A. *Temperament, inteligence, sebepojetí: nové pohledy na tradiční téma psychologického výzkumu*. Brno: Scan, 2003. ISBN 80-86620-05-0.
- [2] CASH, T., PRUZINSKY, T. *Body image*. London: Guilford Press, 2004. ISBN 1-57230-777-3.
- [3] CROOK, M. *V zajetí image těla: jak chápat a odmítat mýty o vzhledu těla*. Ostrava: Oldag, 1995. ISBN 80-85954-02-8.
- [4] ETCOFF, N. *Proč krása vládne světem*. Praha: Columbus, 2002. ISBN 80-7249-112-1.
- [5] FIALOVÁ, L. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0173-7.
- [6] GEIST, B. *Sociologický slovník*. Praha: Victoria, 1992. ISBN 80-85605-28-7.
- [7] GILLNEROVÁ, I., BAHBOUH, R. *Slovník základních pojmů z psychologie*. Praha: Fortuna, 2000. ISBN 80-7168-683-2.
- [8] GROGAN, S. *Body image: psychologie nespokojenosti s vlastním tělem*. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169-907-1.
- [9] HARTL, P., HARTLOVÁ, H. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-303-X.
- [10] HARTMUT, K., *Ženy – muži*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-145-X.
- [11] HAYESOVÁ N. *Základy sociální psychologie*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-283-6.
- [12] CHRÁSKA M. *Úvod do výzkumu v pedagogice: Základy kvantitativně orientovaného výzkumu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. ISBN 80-244-0765-5.
- [13] KOHOUTEK, R. a kol. *Základy sociální psychologie*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 1998. ISBN 80-7204-064-2.
- [14] KRAUS, B., POLÁČKOVÁ, V. a kol. *Člověk – prostředí – výchova*. Brno: Paido, 2001. ISBN 80-7315-004-2.
- [15] MACEK, P. *Adolescence*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-747-7.

- [16] MAŇÁK, J., ŠVEC, Š., ŠVEC, V. *Slovník pedagogické metodologie*. Brno: Paido, 2005. ISBN 80-7184-310-5.
- [17] MUSIL, J. *Vývojová psychologie I*. Zlín: UTB ve Zlíně, 2006. ISBN 80-7318-361-7.
- [18] NAKONEČNÝ, M. *Základy psychologie osobnosti*. Praha: Management Press, 1993. ISBN 80-85603-34-9.
- [19] REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
- [20] ŘEZÁČ, J. *Sociální psychologie*. Brno: Paido, 1998, ISBN 80-85931-48-6.
- [21] ŘÍČAN, P. *Psychologie osobnosti: obor v pohybu*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1174-4.
- [22] TRPIŠOVSKÁ, D., VACÍNOVÁ, M. *Sociální psychologie*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007. ISBN 978-80-86723-30-3.
- [23] VÁGNEROVÁ, M.. *Úvod do psychologie*. Praha: Karolinum, 1997. ISBN 80-7184-421-7.
- [24] VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie I.: dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8.
- [25] WOLF, N. *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8.
- [26] WYKES, M., GUNTER, B. *Media and body image*. London: Sage publications, 2005. ISBN 0-7619-4248-3.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

aj. a jiní

atd. a tak dále

např. například

tzv. takzvaně

et al. a jiní

a kol. a kolektiv

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1 Věkové zastoupení respondentek

Obrázek č. 2 Typ ženy odpovídající dnešnímu ideálu krásy (dle respondentek)

Obrázek č. 3 Typ ženy odpovídající dnešnímu ideálu krásy (výběr z daných kategorií)

Obrázek č. 4 Míra ztotožnění respondentek se společensky uznaným ideálem krásy

Obrázek č. 5 Ochota respondentek podstupovat opatření přibližující je k ideálu krásy

Obrázek č. 6 Jak často používají respondentky líčidla

Obrázek č. 7 Míra spokojenosti respondentek se svým tělem

Obrázek č. 8 Výhrady respondentek vůči svému tělu

Obrázek č. 9 Touha respondentek změnit něco na svém těle

Obrázek č. 10 Histogram k výzkumnému problému č. 4

Obrázek č. 11 Histogram k výzkumnému problému č. 5

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1 Věkové zastoupení respondentek

Tabulka č. 2 Typ ženy odpovídající dnešnímu ideálu krásy (dle respondentek)

Tabulka č. 3 Typ ženy odpovídající dnešnímu ideálu krásy (výběr z daných kategorií)

Tabulka č. 4 Míra ztotožnění respondentek se společensky uznaným ideálem krásy

Tabulka č. 5 Ochota respondentek podstupovat opatření přibližující je k ideálu krásy

Tabulka č. 6 Druhy opatření, která jsou některé respondentky ochotny podstoupit

Tabulka č. 7 Jak často používají respondentky líčidla

Tabulka č. 8 Míra spokojenosti respondentek se svým tělem

Tabulka č. 9 Výhrady respondentek vůči svému tělu

Tabulka č. 10 Výhrady respondentek vůči konkrétním částem těla

Tabulka č. 11 Touha respondentek změnit něco na svém těle

Tabulka č. 12 Co chtějí respondentky změnit na svém těle

Tabulka č. 13 Kontingenční tabulka k výzkumnému problému č. 4

Tabulka č. 14 Kontingenční tabulka k výzkumnému problému č. 5

SEZNAM PŘÍLOH

P I: Dotazník

P II: Odpovědi respondentek na dotazníkové otázky

P III: Kritické hodnoty testového kritéria chí-kvadrát

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

DOTAZNÍK

Milé studentky, právě jste obdržely dotazník sloužící k praktické části mé diplomové práce nazvané **Postoje středoškolaček ke svému tělu**. Tímto bych Vás chtěla požádat o pečlivé vyplnění dotazovaných otázek. U uzavřených otázek umožňujících výběr z několika variant, zakroužkujte prosím vždy jen jednu, Vám nejbližší možnost. U otázek volných se rozepište dle vlastního uvážení. Celý dotazník je anonymní, bude zpracován a vyhodnocen v rámci mé diplomové práce.

Věk:

Střední škola:

1. Jak byste popsala ženu, která dle Vašeho názoru odpovídá dnešnímu ideálu krásy ženského těla?" (Zaměřte se prosím na charakteristiku typu: typ postavy - barva vlasů - barva očí)

.....
.....

2. Co si představujete pod pojmem „médii prezentovaný ideál krásy ženského těla“?

a) ženu - sportovkyni

b) ženu - modelku

c) ženu - herečku

d) jiný názor:.....

3. Liší se to, jak chápete médií prezentovaný ideál krásy ženského těla od Vaší vlastní představy o kráse ženského těla?

S ideálem krásy prezentovaným v médiích se má představa krásy ženského těla:

- a) zcela ztotožňuje
- b) spíše ztotožňuje
- c) spíše neztotožňuje
- d) zcela neztotožňuje

4. Jste ochotná podstoupit nějaká konkrétní opatření vedoucí k přiblížení se ideálu krásy? Pokud ano, jaká?

- a) nejsem ochotná podstoupit
- b) jsem ochotná podstoupit (je možno uvést více opatření):

.....
.....

5. Jak často používáte líčidla (make up, řasenku, rtěnku, oční stíny atd.)?

- a) každý den at' jsem kdekoliv
- b) vždy, když nejsem doma
- b) pouze na konkrétní akci (např. ples, diskotéku či jinou společenskou událost)
- c) vůbec nepoužívám
- d) jiný názor:.....

6. Jaký je Váš postoj k Vašemu vlastnímu tělu?

Se svým tělem jsem:

- a) zcela spokojena
- b) spíše spokojena
- c) spíše nespokojena
- d) zcela nespokojena

7. Máte výhrady vůči konkrétním partiím Vašeho těla?

a) nemám žádné výhrady

b) mám výhrady k této části svého těla (je možno uvést více částí těla):

.....
.....

8. Chcete na svém těle něco změnit? Pokud ano, co by to bylo?

a) nechci nic měnit

b) chci měnit (je možné uvést více možností):

.....
.....

DĚKUJI VÁM ZA TRPĚLIVOST PŘI VYPLŇOVÁNÍ A PŘEJI PĚKNÝ DEN!!!!

PŘÍLOHA P II: ODPOVĚDI RESPONDENTEK NA DOTAZNÍKOVÉ OTÁZKY

studentka	typ školy	Odpovědi na otázky z dotazníku							
		č. 1	č. 2	č. 3	č. 4	č. 5	č. 6	č. 7	č. 8
č. 1	Z	B	B	A	B	A	D	B	B
č. 2	Z	C	A	C	B	C	C	B	B
č. 3	Z	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 4	Z	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 5	Z	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 6	Z	C	C	C	B	C	C	B	B
č. 7	Z	B	B	A	B	A	D	B	B
č. 8	Z	C	A	D	A	D	A	A	A
č. 9	Z	D	A	D	A	D	C	B	A
č. 10	Z	A	B	B	B	A	D	B	B
č. 11	Z	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 12	Z	A	A	B	B	B	C	B	B
č. 13	Z	A	B	C	B	C	A	B	B
č. 14	Z	B	B	B	B	B	D	B	B
č. 15	Z	A	A	B	B	B	C	B	B
č. 16	Z	A	A	B	B	B	D	B	B
č. 17	Z	A	C	C	B	D	C	B	A
č. 18	Z	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 19	Z	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 20	Z	B	B	B	B	B	D	B	B
č. 21	Z	B	B	B	B	A	C	B	B
č. 22	Z	B	B	B	B	A	C	B	B
č. 23	Z	A	B	B	B	B	D	B	B
č. 24	Z	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 25	Z	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 26	Z	A	B	B	B	B	D	B	B
č. 27	Z	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 28	Z	A	B	C	B	C	C	B	B
č. 29	Z	B	B	C	B	A	D	B	B
č. 30	Z	B	B	B	B	A	D	B	B
č. 31	Z	B	B	C	B	B	D	B	B
č. 32	Z	B	B	B	B	A	C	B	B
č. 33	Z	B	B	B	B	A	D	B	B
č. 34	Z	B	B	C	B	C	D	B	B
č. 35	Z	B	B	B	B	A	D	B	B
č. 36	Z	D	C	C	B	C	B	B	B
č. 37	Z	A	A	C	B	C	C	B	B
č. 38	Z	B	A	C	B	B	C	B	B
č. 39	Z	B	B	B	B	A	C	B	B
č. 40	Z	B	B	B	B	A	D	B	B
č. 41	Z	B	B	C	B	C	D	B	B
č. 42	Z	B	B	B	B	A	C	B	B
č. 43	Z	C	B	C	B	C	B	B	B
č. 44	Z	A	A	C	B	C	C	B	B
č. 45	Z	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 46	Z	A	A	C	B	C	B	B	B

č. 47	Z	A	B	B	B	B	D	B	B
č. 48	Z	A	B	B	B	B	D	B	B
č. 49	Z	A	B	C	B	C	C	B	B
č. 50	Z	A	B	C	B	C	C	B	B
č. 51	O	C	A	C	A	C	A	A	A
č. 52	O	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 53	O	B	B	A	B	B	D	B	B
č. 54	O	B	B	B	B	A	D	B	B
č. 55	O	B	B	A	B	B	C	B	B
č. 56	O	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 57	O	B	B	A	B	B	B	B	A
č. 58	O	C	B	B	B	A	C	B	B
č. 59	O	B	B	B	B	A	C	B	B
č. 60	O	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 61	O	C	A	B	B	C	C	B	B
č. 62	O	C	C	B	B	B	A	A	A
č. 63	O	A	B	B	B	B	D	B	B
č. 64	O	B	B	A	B	B	D	B	B
č. 65	O	B	B	A	B	B	D	B	B
č. 66	O	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 67	O	B	B	B	B	B	C	B	B
č. 68	O	A	B	B	B	B	B	B	B
č. 69	O	B	B	A	B	B	C	B	B
č. 70	O	C	B	C	B	D	A	A	A
č. 71	O	A	B	A	B	A	D	B	B
č. 72	O	B	B	B	B	B	D	B	B
č. 73	O	B	B	B	B	B	D	B	B
č. 74	O	B	B	B	B	B	D	B	B
č. 75	O	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 76	O	A	B	B	B	B	B	B	B
č. 77	O	B	B	A	B	D	D	B	B
č. 78	O	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 79	O	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 80	O	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 81	O	C	B	B	B	B	B	B	B
č. 82	O	C	B	B	B	A	C	B	B
č. 83	O	C	C	B	B	B	D	B	B
č. 84	O	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 85	O	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 86	O	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 87	O	B	B	A	B	A	D	B	B
č. 88	O	A	B	B	B	B	B	B	B
č. 89	O	B	B	A	B	A	D	B	B
č. 90	O	A	B	B	B	B	B	B	B
č. 91	O	A	B	B	B	B	D	B	B
č. 92	O	B	A	B	B	A	A	B	A
č. 93	O	A	B	B	B	B	D	B	B
č. 94	O	C	A	C	B	D	B	B	B
č. 95	O	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 96	O	A	B	B	B	A	C	B	B
č. 97	O	A	B	A	B	C	D	B	B
č. 98	O	A	B	B	B	B	B	B	A

č. 99	O	C	B	B	B	C	B	B	B
č. 100	O	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 101	G	A	B	C	A	A	B	A	A
č. 102	G	C	C	D	A	B	A	A	A
č. 103	G	A	B	C	B	B	B	B	A
č. 104	G	D	C	D	A	A	A	A	A
č. 105	G	B	A	C	A	B	B	B	B
č. 106	G	C	B	B	B	B	C	B	B
č. 107	G	B	A	B	B	B	C	B	B
č. 108	G	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 109	G	B	B	C	B	B	B	B	A
č. 110	G	D	A	D	A	B	B	B	B
č. 111	G	A	B	B	A	D	C	B	B
č. 112	G	A	B	C	B	B	B	B	B
č. 113	G	C	C	D	A	B	B	B	B
č. 114	G	A	B	B	B	B	B	B	B
č. 115	G	A	B	C	A	B	A	A	A
č. 116	G	B	B	A	B	D	D	B	B
č. 117	G	C	A	D	A	B	B	B	A
č. 118	G	B	B	B	B	B	C	B	B
č. 119	G	B	B	C	B	B	B	B	A
č. 120	G	A	B	C	B	B	C	B	B
č. 121	G	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 122	G	B	A	D	B	B	B	B	B
č. 123	G	B	A	D	B	B	B	B	B
č. 124	G	A	B	C	A	B	C	B	B
č. 125	G	B	A	C	B	B	B	B	B
č. 126	G	B	B	B	B	D	C	B	B
č. 127	G	A	B	B	B	B	C	B	B
č. 128	G	A	B	B	B	D	D	B	B
č. 129	G	B	B	B	B	B	C	B	B
č. 130	G	B	B	B	B	B	C	B	B
č. 131	G	B	A	D	A	B	B	A	A
č. 132	G	A	A	C	B	B	C	B	B
č. 133	G	B	B	D	A	B	D	B	B
č. 134	G	B	B	B	B	B	C	B	B
č. 135	G	B	B	B	B	C	C	B	B
č. 136	G	B	A	D	B	B	C	B	B
č. 137	G	A	B	B	B	D	C	B	B
č. 138	G	A	B	B	B	D	C	B	B
č. 139	G	A	A	D	B	B	C	B	B
č. 140	G	B	B	C	B	B	C	B	B
č. 141	G	B	A	B	B	D	D	B	B
č. 142	G	B	B	D	B	B	C	B	B
č. 143	G	B	B	D	A	B	C	B	B
č. 144	G	A	B	C	B	B	C	B	B
č. 145	G	B	A	C	B	B	C	B	B
č. 146	G	A	B	B	B	D	D	B	B
č. 147	G	B	B	C	B	B	C	B	B
č. 148	G	B	A	D	A	B	C	B	B
č. 149	G	A	B	C	B	B	C	B	B
č. 150	G	A	A	D	B	B	C	B	B

**PŘÍLOHA P III: KRITICKÉ HODNOTY TESTOVÉHO KRITÉRIA
CHÍ-KVADRÁT (CHRÁSKA, 2003)**

II Kritické hodnoty testového kritéria chí-kvadrát

Stupně volnosti	Hladina významnosti	
	0,05	0,01
1	3,841	6,635
2	5,991	9,210
3	7,815	11,341
4	9,488	13,277
5	11,070	15,086
6	12,592	16,812
7	14,067	18,475
8	15,507	20,090
9	16,919	21,666
10	18,307	23,209
11	19,675	24,725
12	21,026	26,217
13	22,362	27,688
14	23,685	29,141
15	24,996	30,578
16	26,296	32,000
17	27,587	33,409
18	28,868	34,805
19	30,144	36,191
20	31,410	37,576
21	32,671	38,932
22	33,924	40,289
23	35,172	41,638
24	36,415	42,980
25	37,652	44,314
26	38,885	45,642
27	40,113	46,963
28	41,337	48,278
29	42,557	49,588
30	43,773	50,892