

Pražská vysoká škola psychosociálních studií



Charakteristika sebehodnocení v období pozdní adolescence u dívek v souvislosti s užíváním sociální sítě Instagram.

Lucie Trojanová

Studijní program: psychologie, prezenční

Vedoucí práce: Doc. PhDr. Jaroslav Kořa

Praha 2018

Prague College of Psychosocial Studies



The characteristics of self-evaluation in late adolescent girls related with the usage of Instagram social network.

Lucie Trojanová

The Bachelor Thesis

The bachelor Thesis Work Supervisor: Doc. PhDr. Jaroslav Kořa

Prague 2018

Čestné prohlášení:

1. Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů, které jsem citovala dle normy APA.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne.....

Podpis.....

Poděkování:

Velice ráda bych chtěla poděkovat panu Doc. PhDr. Jaroslavu Koťovi, za odborné vedení práce, trpělivost, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích.

Anotace

Bakalářská práce je zaměřena na téma sebehodnocení v období pozdní adolescence a jeho vztah k užívání sociální sítě Instagram. Autorka se v teoretické části zabývá krátce vymezením pojmu sebepojetí jako nadřazeného pojmu sebehodnocení, dále sebehodnocením, jeho zdroji a dimenzemi. Pozornost dále věnuje konceptu procesu sociálního srovnávání, které je jedním z důležitých činitelů při vytváření sebehodnocení. Cílem teoretické části je také popsat hlavní charakteristiky sociální sítě Instagram. Malá část práce je věnovaná tématu možné závislosti na sociální síti, přičemž spíše z pohledu nadměrného užívání. Dále autorka popisuje povětšinou zahraniční výzkumy týkající se motivace k užívání této sítě a také výzkumy, které mapují sebehodnocení v prostředí sociálních sítí.

V empirické části je zkoumána míra sebehodnocení u adolescentních dívek, které užívají Instagram, kde autorka zvolila dvojdimenzionální dotazník SLSC-R od Tafarodi & Swann (1995). Pomocí osobně vytvořeného dotazníku jsou zkoumány hlavní atributy užívání sociální sítě Instagram s ohledem na postoj, motivaci a emoce. Na základě obou dotazníků autorka vyhodnocuje souvislosti mezi užíváním Instagramu a sebehodnocením pozdně adolescentních dívek. Porovnává a ověřuje zahraniční výzkumy v českém prostředí. Veškeré závěry jsou v práci podrobně prodiskutovány.

Klíčová slova: sociální síť Instagram, pozdní adolescence, sebehodnocení, sociální srovnávání, nadměrné užívání sociální sítě

Abstract

The bachelor thesis is focused on the topic of self-evaluation in late adolescence and its relation to the use of social network Instagram. In theoretical part, the author deals with the short definition of the concept of self-concept as a superior concept of self-evaluation, as well as with self-evaluation of its sources and dimensions. Attention is also paid to the concept of the social comparison process, which is one of the important factors in creating self-evaluation. The aim of the theoretical part is also to describe the main characteristics of the Instagram social network. A small part of the work is devoted to the topic of possible dependence on the social network, rather from the point of view of excessive use. In addition, the author describes mostly foreign research on motivation to use this network, as well as surveys that map self-evaluation in social networking environments.

The empirical part examines the rate of self-evaluation of adolescent girls who use the Instagram where the author chose the two-dimensional SLSC-R questionnaire from Tafarodi & Swann (1995). The main features of Instagram social networking with regard to attitude, motivation and emotions are also explored using a personally-generated questionnaire. Based on both questionnaires, the author evaluates the relationship between using Instagram and self-evaluation of the late adolescent girls. It compares and verifies foreign research in Czech environment. All conclusions are discussed in detail.

Key words: social network Instagram, late adolescence, self-evaluation, social comparison, excessive use of social network

Obsah

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 Základní pojmy	11
1.1 Adolescence	11
1.1.1 Definice pojmu	11
1.1.2 Vymezení adolescence	12
1.1.3 Hlavní psychologické charakteristiky adolescence	12
1.1.4 Pozdní adolescence.....	13
1.2 Sebepojetí	15
1.3 Sebehodnocení	15
1.3.1 Aspekty sebehodnocení	17
1.3.2 Dimenzionalita sebehodnocení.....	18
1.4 Sebeobraz.....	19
1.5 Body image	19
1.6 Teorie sociálního srovnávání	19
1.7 Sociální síť	19
1.8 Závislost a nadměrné užívání internetu	20
2 Sebehodnocení v pozdní adolescenci	22
2.1 Zdroje sebehodnocení v adolescenci	24
2.2 Koncept sociálního srovnávání.....	25
3 Sociální síť Instagram a její charakteristiky	26
3.1 Historie	28
3.2 Funkce Instagramu.....	28
3.3 Uživatelé Instagramu	30
3.3.1 Uživatelé v USA.....	30

3.3.2	Uživatelé v České republice	30
4	Výzkumy motivace k užívání sociální sítě Instagram.....	31
5	Výzkumy sebehodnocení v prostředí sociálních sítí	32
	PRAKTICKÁ ČÁST.....	34
6	Výzkumná sonda	34
6.1	Cíl výzkumné sondy	34
6.2	Hypotézy	34
6.3	Výzkumná metoda	35
6.3.1	SLSC- R Dotazník	36
6.3.2	Dotazník na sociální síť Instagram	37
6.3.3	Výzkumný vzorek	38
6.3.4	Postup při sběru dat	38
6.3.5	Způsob vyhodnocení výsledků	39
6.3.5.1	Statistický způsob vyhodnocování.....	39
7	Výsledky a jejich interpretace.....	42
7.1	Výsledky pro hypotézy H1-H4	42
7.2	Diskuze	52
8	Závěr a zhodnocení výzkumu	53
	Seznam použité literatury.....	55
	Přílohy	1
	Příloha č. I.....	1
	Příloha č. II	3
	Příloha č. III.....	7
	Příloha č. IV.....	8

ÚVOD

Žijeme v době, kdy sociální sítě hrají v naší společnosti velmi zásadní roli. Většina mladých lidí si bez nich nedokáže představit svůj život a komunikace prostřednictvím těchto médií je naprostou samozřejmostí. Nejznámější a zatím nejpopulárnější sociální sítí na světě i v České republice zůstává Facebook. Dnes již Facebooku začíná konkurovat jiná sociální síť, která se nazývá Instagram. Pomalu ale jistě, hlavně u mladé generace, se vyrovnává oblíbenosti Facebooku a je velmi pravděpodobné, že se Instagram vyšplhá až na první místo v intenzitě užívání. Rozhodla jsem se tedy zkoumat virtuální prostředí této sociální sítě více do hloubky a to i z důvodu, že i přes celkem velký počet zahraničních výzkumů, se psychologické problematice vlivu sociální sítě Instagram v českém prostředí nevěnovalo z mého pohledu tak, jak by bylo potřeba.

V této bakalářské práci se zaměřím konkrétně na fenomén sebehodnocení u dívek v období pozdní adolescence a jeho vztah k užívání sociální sítě Instagram. Hlavním cílem práce bude v rámci teoretické části shrnout odborné poznatky, které souvisí s výše zmíněným tématem a dále v praktické části prozkoumat, do jaké míry souvisí to, jak adolescentky samy sebe hodnotí s intenzitou užívání Instagramu.

Užívání sociálních sítí je velmi zajímavou oblastí, která není pouze jednostrannou tématikou, ale obsahuje obě strany mince. Sociální sítě nám poskytují nespočet výhod, které jsou hlavně praktického charakteru, třeba jako je rychlost předávání informací nebo psaní „na dálku“. Ale neměli bychom zapomínat i na nevýhody, které mohou negativním způsobem ovlivňovat psychiku. Období pozdní adolescence jsem si zvolila záměrně, a to z důvodu, že Instagram je primárně fenoménem mladší generace¹ a také je toto období protkáno rozvíjením a dotvářením identity². Vnímám toto období jako velmi kritické pro utváření sebehodnocení a proto bych ráda vyzkoumala, jaký vliv na tento proces u dívek má právě užívání Instagramu.

¹ Dostupné z <http://www.poradtemi.info/co-je-instagram/>

² Hartl a Hartlová (2009) ji definují jako „totožnost, prožívání a uvědomování si sebe sama, své jedinečnosti i odlišnosti“ (s. 221). Dále uvádějí, že právě v adolescenci může dojít ke krizi identity.

První kapitola obsahuje vysvětlení základních a stěžejních pojmů, potřebných k lepšímu porozumění zkoumané problematice. Čtenář zde nalezne odborné poznatky ohledně období definice pojmu adolescence, jeho vymezení a hlavní psychologické charakteristiky. Dalším základním pojmem je sebepojetí, sebehodnocení, sebeobraz, body image, teorie sociálního srovnávání, sociální síť, závislost a nadměrné užívání internetu.

Druhá kapitola se zabývá sebehodnocením v období pozdní adolescence. Shrnuje hlavní činitele a zdroje, které jsou zásadní pro utváření sebehodnocení. Dále obsahuje problematiku jáství a sebeobrazu adolescentů. Důležitou součástí kapitole je koncept sociálního srovnávání, který je ústředním pro stabilizaci sebehodnocení. Pozornost se soustředí také na téma vzhledu, které je zvláště pro dívky v období adolescence ústřední a s ním spojené idealizované vzory celebrit. Kapitola pojednává i o určitých rozdílech v prožívání u chlapců a dívek v rámci tohoto období. Objevuje se zde také téma vlivu vrstevnické skupiny.

Třetí kapitola se věnuje základním charakteristikám sociální sítě Instagram. Nejprve kapitola shrnuje historii jejího vzniku, dále se zabývá funkcemi, které uživatelé mohou využívat. Soustředí se také na poslední statistiky uživatelů v České republice a v USA. Malá část kapitoly je věnována aspektům, díky kterým se Instagram liší od sociální sítě Facebook a možným důvodům jeho stoupající popularity. Kapitola pojednává i o rozdílech v intenzitě užívání v rámci pohlaví a významném fenoménu sledování celebrit.

Čtvrtá kapitola informuje o dosavadních zahraničních výzkumem, týkajících se motivací k užívání sociálních sítí obecně, ale i konkrétně Instagramu. Jednotlivé výzkumy shrnují, z jakého důvodu se Instagram těší takové oblibě.

Pátá kapitola je souhrnem zajímavých zahraničních výzkumů ohledně sebehodnocení v prostředí sociálních sítí. Výzkumy zjišťují například vliv pozitivní či negativní zpětné vazby na sebehodnocení jedinců. Velkým tématem výzkumů v této kapitole je fenomén sociálního srovnávání. Naleznete zde i výzkum týkající se tzv. „skupinovým sebehodnocením“. Součástí kapitoly je i výzkum závislostního užívání sociálních sítí, který mi poskytl základnu pro stanovení hypotéz, a je tak stěžejní pro výzkumnou část této práce.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Základní pojmy

Tato kapitola si klade za cíl definovat základní pojmy, které jsou pro tuto práci zásadními z hlediska jejich důležitosti a budou v celé práci hojně používány. Následně budou vymezeny pojmy adolescence, sebepojetí, sebehodnocení, sebeobraz, body image, teorie sociálního srovnávání, sociální síť a nadměrné užívání sociálních sítí.

1.1 Adolescence

Stručně nyní dle odborné literatury ujasním termín adolescence, dále zmíním nejdůležitější charakteristiky období adolescence a na závěr kapitoly se budu věnovat vymezení pozdní adolescence, která je pro mou práci klíčová a ze které budu celou dobu ve své práci vycházet.

1.1.1 Definice pojmu

Macek (1999) uvádí, že termín adolescence pochází z latinského slova *adolescere* (dorůstat, dospívat). Označení adolescenti (typické pro psychologii) se pak volně v českém jazyce zaměňuje s pojmem dospívající či dorost (užívá se v lékařských vědách) a rovněž i s širším označením mládež (typické pro sociologii či pedagogiku). V této práci se budu držet označení adolescenti, které je dle Macka typické pro psychologii.

V psychologickém slovníku dle Hartla a Hartlové (2009) se dočteme, že adolescence je dospíváním, dále uvádějí, že termín je užíván v odborné literatuře nejednoznačně. V české literatuře popisuje období mezi pubescencí, která se vyděluje jako samostatná fáze, a ranou dospělostí, kdy dochází k nástupu sekundárních pohlavních znaků, dosažení pohlavní zralosti, dozrávání rozumových schopností a dotváření integrity osobnosti. V anglické literatuře je adolescence často celé dospívání včetně období u nás označovaného pubescence.

1.1.2 Vymezení adolescence

Konkrétní časové vymezení celé adolescence je u různých autorů odlišné. Překládám zde několik variant, které v odborné literatuře existují. Macek (1999) definuje adolescenci jako období mezi dětstvím a dospělostí. Dále ji dělí na ranou 10 (11) – 13 let, střední 14-16 let a pozdní 17-19 let.

Zatímco autorka Vágnerová (2012), která označuje toto období jako dospívání, ho člení pouze na dvě fáze, a to ranou a pozdní. Ranou fází označuje jako pubescenci a uvádí, že zahrnuje prvních pět let dospívání, přibližně tedy mezi 11. -15. rokem. Pozdní fázi vyplňuje dalších pět let, trvá zhruba od 15 do 20 let. U obou fází autorka dodává, že zde hraje roli určitá individuální variabilita jedince hlavně v oblasti psychické a sociální.

Podobné dělení jako u Vágnerové (2012) najdeme u Langmeiera a Krejčířové (2006), kteří adolescenci rozčleňují také pouze na dvě hlavní období. Je jím období pubescence (zhruba od 11-15 let), které se dále vyděluje na dvě fáze (prepuberta a vlastní puberta). Ve své práci je už nebudu dále rozvíjet, jelikož nejsou mojí cílovou skupinou. Druhé období nazývají adolescencí (zhruba od 15 -22 let).

Thorová (2015) zasazuje adolescenci do období od 12/13 do 19 let a dále pracuje s termínem „mladší dospělost“³. Ve své práci se budu nadále držet označení adolescence, které mi přijde v dnešní době mnohem vhodnější.

V odborné literatuře převažuje názor, že toto období je charakteristické svým postupným prodlužováním. Zmiňuje se o tom Vágnerová (2012), která uvádí: „*délka období dospívání, především jeho psychosociálního aspektu, narůstá, dříve začíná a později končí*“ (s. 368). Stejného názoru je i Koukolík (2017), který ve své knize zastává stanovisko: „*Dospívání se prodlužuje. U mnoha lidí nekončí v osmnácti, ale pokračuje přes dvacátý rok věku*“ (s. 226). Z těchto předpokladů budu ve své práci dále vycházet.

1.1.3 Hlavní psychologické charakteristiky adolescence

Období adolescence „je „*velký překladatel*“, který biologické a sociální i kulturní normy překládá do individuálního jazyka jedince, a tím ho nutí volit základní formy osobní existence“ (Kanner, 1959, cit.dle Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 148).

³ Pojem v současnosti označovaný i jako vynořující se dospělost. Je jím označované období přechodu z adolescence do dospělosti a s tím spojené rozvíjení dospělých sociálních rolí. Dolní věková hranice je zhruba 18 let. Jeho horní věková hranice se u různých autorů liší.

Hlavní charakteristiky období adolescence rozvádí Macek (1999) a píše, že psychologický pohled se více zaměřuje na vnitřní život dospívajících. Charakterizuje období jako značně diferenciované plné změn biologických, psychických a sociálních. Z pohledu společnosti jde v tomto období hlavně o přípravu na dospělé role.

Dle Thorové (2015) „*dochází k vyspělejšímu formování osobní identity, hlubokému pocitu vlastní totožnosti („kdo jsem, kam směřuji a proč jsem na světě“)* a utváření vztahu k okolnímu světu vyjádřeného určitým světovým názorem a životním stylem“ (s.420). V období adolescence si jedinec uspořádává hodnoty a názory jemu vlastní skrze intenzivnější introspekci⁴ a sebereflexi.

Vágnerová (2012) popisuje, že v rámci celkového vývoje dochází ke změně způsobu myšlení. Adolescent je schopen uvažovat abstraktně. Dále vyzdvihuje postupný proces osamostatňování od rodiny a nabývání významu přátelství.

V tomto období (hlavně na začátku) probíhají zásadní změny v oblasti prožívání. To je charakteristické značnou emoční nestabilitou a problematickým sebeovládáním. Souvisí s tím i kolísající sebeúcta a potřeba porozumění v individuálním i sociálním smyslu (Levine & Munsch, 2016, in: Blatný (ed.), 2016). Langmeier a Krejčířová (2006) také zmiňují časté a nápadné změny nálad, impulzivnost a nepředvídatelnost reakcí a postojů. Nickel (1975) tuto skutečnost vysvětluje ve vztahu ke zjevné nejistotě, kterou může adolescent prožívat v souvislosti s jeho postavením mezi lidmi v současnosti, ale i v budoucnosti a také z pohledu úkolů a očekávaných požadavků od okolí (In Langmeier a Ševčíková, 2006). Budování vlastních kompetencí v tomto období je žádoucí hlavně ve smyslu obrany proti nejistotě. Výraznou potřebou, která souvisí s pocitem jistoty je citová akceptace nebo také potřeba přijatelné pozice ve světě, ke které patří i oblast výkonu a sociální akceptace. (Vágnerová, 2012).

1.1.4 Pozdní adolescence

Časové vymezení pozdní adolescence se také z pohledu autorů nedá úplně přesně určit. Každý z autorů ji zasazuje do jiného časového úseku, ale zhruba se shodují. Podle Vašutové (2013) pozdní adolescence je období zhruba od 15/16 let do 20/22 let. Toto časové vymezení vnímám jako nejpřesnější a v této práci s ním budu nadále pracovat.

⁴ Introspekci definují Hartl a Hartlová (2009) jako sebezpozorování či psychologickou metodu pozorování sebe sama, vlastní psychiky, vnitřních prožitků a procesů probíhajících ve vědomí.

Označení této věkové skupiny bývá různé. Langmeier a Krejčířová (2006) uvádějí názvy jako mladiství, dorost nebo teenagers.

Macek (1999) ji definuje jako období od 17 do 20 let (či později), kdy se posiluje aspekt identity, tj. potřeba někam patřit, podílet se na něčem a něco s druhými sdílet. Hovoří i o tom, že záleží, jak dospívající časují své dospělé role, to znamená, zda se např. rozhodují pro vysokoškolská studia, zda se ekonomicky osamostatňují, nebydlí s rodiči, vstupují do manželství či zda se stávají rodiči. Macek popisuje, že ony popsané okolnosti určují šíři změn v tomto období.

Pozdní adolescence je přechod k dospělosti, doba komplexnější psychosociální změny. Utvářejí se strategie chování ve vztahu k výkonu a k vlastní sociální pozici. Změny ve fázi pozdní adolescence souvisí i s připraveností přijetí dospělé role, která zahrnuje samostatná rozhodnutí. (Macek, 2003)

Vágnerová (2012) pozdní adolescenci vymezuje přibližně od 15 do 20 let. Podotýká na aspekt určité individuální variability, zejména v oblasti psychické a sociální. Dále uvádí, že „*v období pozdní adolescence získávají dospívající mnohé nové role, spojené s vyšší prestiží, než jakou měly role dětské*“ (s. 371). Toto období je „*zaměřeno na hledání a rozvoj vlastní identity, která by byla subjektivně přijatelná a alespoň částečně odpovídala představám adolescenta*“ (s. 371). Dále uvádí, že dospívající se více snaží o sebepoznání, které se uskutečňuje hlavně v rámci vrstevnické skupiny a poskytuje tak možnost základního sebevymezení (Erikson 2002, In: Vágnerová, 2012).

Další charakteristickou záležitostí je, že se v období pozdní adolescence všechny složky identity nerozvíjejí rovnoměrně a ve stejném tempu. V jedné oblasti může být adolescent tvořivý, v jiné přijme nejdostupnější variantu. Může se například vymezit výkony ve sportu nebo atraktivitou. Objevuje se akcentování svých prožitků, tendence k riskování, překračování stanovených hranic a v neposlední řadě dochází k ověřování svých vlastních možností. (Vágnerová, 2012, s. 466)

Oblast emočního prožívání se dále proměňuje. „*Náladovost a vysoká labilita v pozdní adolescenci odeznívá a přibývají silné prožitky. Pozdní adolescence je charakteristická větší extrovertovaností, menší impulzivností, emocionální dráždivostí a vyšší stálostí*“ (Kon, 1986, In: Vašutová a Panáček, 2013, s. 37). Emoční labilita se u adolescentních dívek projevuje mnohem méně než u adolescentních chlapců. U děvčat se

první psychické obtíže objevují právě v pozdní adolescenci a jejich kořeny spočívají v pubertálních změnách. (16-17let). Děvčata prožívají psychické změny intenzivněji a déle než chlapci (Vašutová a Panáček, 2013).

1.2 Sebepojetí

Termín sebepojetí (self-concept) je často používán pro označení celé jáské zkušenosti (Wylie, 1979). Lze definovat v nejširším smyslu jako percepce sebe sama (Shavelson, Hubner, Stanton, 1976). Rosenberg (1986) uvádí, že tento koncept obsahuje myšlenky, znalosti a pocity, které se vztahují k vlastní osobě (in: Tyrlík et al., 2010).

Sebepojetí je dle Hartla a Hartlové (2009) „*představa o sobě, to jak jedinec vidí sám sebe; zdůrazněna poznávací složka, ...; má hodnotící a popisnou dimenzi; zahrnuje i kognitivní mapy; označováno též jako „integrující gyroskop“; jeho součástí je sebedůvěra*“ (s. 524).

Macek (2008) definuje obsah sebepojetí jako souhrn charakteristik, které jedince vymezují vůči druhým lidem, hovoří o charakteristikách psychických, fyzických a behaviorálních. Dále uvádí, že „*sebepojetí je často chápáno jako kognitivní⁵ komponenta sebesystému*“ (in: Tyrlík et al., 2010, s. 113). Výrost a Slaměnik (2008) píše, že sebepojetí v sobě často zahrnuje i strukturu sebereflexe a dále uvádějí, že se používá i v širším významu, ve smyslu já jako objekt.

Blatný (2003) definuje sebepojetí v jeho nejširším smyslu jako „*souhrn představ a hodnotících soudů, které si o sobě vytváří jedinec a které uchovává ve své paměti*“ (in: Tyrlík et al., 2010, s. 113).

1.3 Sebehodnocení

První definici přináší již v roce 1892 Wiliam James, který uvádí, že sebehodnocení odpovídá podílu úspěchu a nároku jedince na sebe sama. Jinými slovy, pocit vlastní hodnoty vychází z úspěchu, kterých jedinec dosahuje, tento pocit je ale zároveň ovlivňován tím, co člověk očekával, že dosáhne (Osborne, 2014, In: Suchá a Dolejš, 2016).

⁵ Hartl & Hartlová (2009) definují jako „*poznávací, též vnímající, hodnotící, vztahující se k poznávacím procesům*“ (s. 261).

Sebehodnocení definují Hartl a Hartlová (2009) ve svém psychologickém slovníku jako „*vědomé prožívání vlastní sociální pozice*“ (s. 523).

U autorů Výrosta & Slaměníka (2008) nalezneme tento popis sebehodnocení (self-evaluation). Sebehodnocení může být samostatným procesem, konkrétním dílčím výsledkem, nebo tzv. globálním či celkovým (self-esteem). Globální sebehodnocení je tedy celkovým pocitem ze sebe sama a je ve značné míře závislé na celkovém emočním naladění (B. W. Pelham, W. B. Swan, 1989, in: Výrost a Slaměník, 2008).

V odborné literatuře dochází u některých autorů k nejednoznačnosti vymezení pojmu sebehodnocení a považují ho za ekvivalent sebepojetí. V této práci se přikláním k vymezení pojmu sebepojetí jako pojmu nadřazenému sebehodnocení, jak ho vykládá Blatný (2003) a definuje ho jako jednu ze složek sebepojetí vystihující emocionální vztah k sobě (In: Tyrlik et al., 2010). Libost, nelibost, intenzita a stabilita prožívaných stavů se projevuje jako sebehodnocení, při kterém se člověk srovnává a konfrontuje se standardy, nejčastěji s ideálním já⁶ (L. E. Wells, G. Marwell, 1976, in: Výrost a Slaměník, 2008).

Smékal (2009), užívá tuto definici: „*Sebehodnocení je jádrem jáství, pokud jím cítíme a prožíváme stav, že posuzujeme a oceňujeme své vlastní já*“ (s. 353). Výrost a Slaměník (2008) ovšem podotýkají, že sebehodnocení jako převážně emoční aspekt lze chápat pouze ve zjednodušené formě, jelikož kognitivní obsahy sebepojetí nejde od sebehodnocení zcela nikdy úplně oddělit. K tomuto názoru se přiklání i autor Nakonečný (2009), který vykládá sebehodnocení jako „*proces, v němž subjekt hodnotí svou vlastní činnost, své schopnosti a vlastnosti; tento proces zahrnuje i jeho pocity a představy, jak je vnímán druhými lidmi, směřuje k vytváření sebepojetí*“ (In: Suchá, Dolejš, 2016, s. 11).

Blatný (2010) ve své knize Psychologie osobnosti popisuje dva typy sebehodnocení na základě jejich stability či proměnlivosti. První z nich je „*rysové*“ sebehodnocení (trait self-esteem), kterým je označováno stálé, přetrvávající či generalizované sebehodnocení. Druhý typ se nazývá „*stavové*“ sebehodnocení (state self-esteem), které je charakteristické situačně podmíněným změnám v hodnocení vlastní osoby.

Velkou roli hrají i osoby, které jsou v našem životě pro nás hodnotnými, a vážíme si jich. „*Pro vytváření sebehodnotících kritérií a výsledný emoční vztah k sobě je významné*

⁶ „*Představa člověka o tom, jaký by chtěl být. Nejčastěji reflektovanou reprezentací jáské zkušenosti.*“ (Výrost & Slaměník, s. 95).

především posílení z prostředí, zvláště od významných druhých“ (Shavelson, Hubner a Stanton, 1976, in: Blatný, 2010, s. 126).

Faktory, které determinují vytváření sebehodnocení, jsou biologické, nereflektované a reflektované osobnostní zkušenosti, aktuální potřeby, interakce s důležitými osobami jako je rodina, různé autority, vrstevnická skupina, a blízcí přátelé (Macek, 1999). Kamakura et al. (2007, cituji dle Vágnerové, 2009) uvádějí, že *„sebehodnocení je do určité míry ovlivněno geneticky podmíněnou skladbou osobnostních vlastností, takže jeho základ se zas tak moc měnit nebude“* (s. 453).

Orel et al. (2016) zmiňují oba extrémní póly sebehodnocení. V jednom případě, kdy je sebehodnocení extrémně nízké a v druhém zase extrémně vysoké. V obou případech je spojeno s poruchovým prožíváním i jednáním. S extrémně zvýšeným sebehodnocením se můžeme setkat například u narcistické poruchy.

1.3.1 Aspekty sebehodnocení

Jedním z nejdůležitějších aspektů sebehodnocení je jeho pozitivita či negativita. Individuální rozdíly v sebehodnocení ovlivňují chování v nejrůznějších oblastech, jako jsou soutěžení, konformita, kauzální atribuce, výkon a další (Banaji a Prentice, 1994; Campbell, 1990, cituji dle Blatného, 2010, s. 128). Hlavním měřítkem sebehodnocení a pohnutek chování jsou osobní standardy – normy, cíle a osobní aspirace jedince. (Blatný et.al., 2010, in: Orel et.al.,2016)). Míra sebehodnocení souvisí s dosažením výkonu a také zde hraje velkou roli hodnocení ostatními. (Hrabal, Man, a Pavelková, 1984, In: Orel et al., 2016)). Roli hodnocení ostatních zmiňují i autoři Výrost & Slaměník (2008), píší, že *„sebehodnocení je do značné míry provázané s hodnocením, které dostáváme od druhých lidí* (s. 99). Podobný poznatek najdeme i u dalšího autora, který zmiňuje že: *„Sebehodnocení ... je chápáno jako výsledek sociálního srovnávání a sebezposuzování na základě pozorování vlastní činnosti“* (Markus a Wurf, 1987; Suls a Sanders, 1982, cituji dle Blatného, 2010, s. 126).

Existuje několik mechanismů, jak regulujeme vlastní sebehodnocení. Člověk se obecně snaží udržovat si pozitivní sebehodnocení, snaží se vidět se jako efektivní a kompetentní osoba. Mluví se o tzv. sklonu k „benefektanci“ (A. G. Greenwald, 1981). V situacích, kdy nás ostatní hodnotí kladně, úspěch připisujeme sobě, když je tomu naopak, snažíme se hledat chybu v ostatních, jen ne v nás (In Výrost & Slaměník, 2008).

Hartl a Hartlová (2009) definují „benefektanci“ jako tendenci upravovat události tak, aby dotyčná osoba byla postavena do příznivého světla, i když je to často v rozporu se skutečností. Dalším mechanismus používáme, jako záchranu sebehodnocení v situaci, kdy máme pocit, že je ohroženo. Lidé se pak obvykle srovnávají s těmi, kteří jsou na tom podle jejich mínění hůře než oni sami. Ne vždy je ovšem tato strategie použitelná. Pak jsou možné dle A. Tessera dvě strategie. První je, že budu na úspěšnějšího bratra pyšný a to zvýší mé sebevědomí a druhá, že na něj začnu žárlit či mu závidět. „*Pro kterou strategii se rozhodneme, záleží do značné míry na tom, jak důležitá je oblast (situace, úkol) úspěchu*“ (cituji dle Výrost a Slaměník, s. 101).

Dalším důležitým aspektem sebehodnocení je jeho stabilita (např. Kernis, Grannemann a Barclay, 1992; Kernis a kol., 1993; Marsh, 1993). Současné poznatky prokazují, že pro výkon a reakce na interpersonální zpětnou vazbu je stabilita sebehodnocení důležitější než to, zda je sebehodnocení vysoké nebo nízké. Lidé s nestabilním sebehodnocením mají příznivější reakce na pozitivní zpětnou vazbu a více defenzivní na negativní zpětnou vazbu. Jejich globální sebehodnocení je navíc významněji ovlivňováno dílčími hodnoceními vlastní osoby. To je spojeno se zvýšenou tendencí zapojovat své Já do každodenních aktivit a s nízkou vnitřní motivací (In Blatný, 2010, s. 129).

1.3.2 Dimenzionalita sebehodnocení

Dříve bylo sebehodnocení konceptualizováno jako jednodimenzionální koncept. V poslední době si razí vlastní cestu přístup dvoudimenzionálního pojetí sebehodnocení, jehož autory Tafarodi a Swann (2001). Globální sebehodnocení se podle nich skládá ze dvou odlišných dimenzí, které byly v literatuře často směřovány dohromady⁷. První dimenzí je kompetentnost (self- kompetence) a druhou pak sebezpřijetí (self-liking). Kompetentnost definuje hodnocení schopnosti dosahovat požadovaných výsledků a zahrnuje postoje ohledně vlastní kvalifikace, platnosti či efektivity. Tafarodi a Swann (1995) uvádějí, že dimenze kompetentnosti blízce souvisí, ale není ekvivalentem pro Bandurův (1989, 1992) pojem self-efficacy, který on definuje jako „*vědomí vlastních schopností, které využijeme k získání kontroly nad svým životem a událostí v něm*“ (volně přeloženo, Bandura, 1989, p. 1176)⁸. Sebezpřijetí je pak definováno jako zvnitřněný citový

⁷ Dostupné z <http://www.psych.utoronto.ca/users/tafarodi/Papers/PID01.pdf>

⁸ Dostupné t <http://www.psych.utoronto.ca/users/tafarodi/Papers/PID01.pdf>

vztah druhých lidí k vlastní osobě, vyjadřuje hodnocení z pohledu sociální žádoucnosti, přijatelnosti a hodnoty (Blatný, 2010).

1.4 Sebeobraz

Dle Hartla a Hartlové (2009) je „*sebeobraz (self-image) představa o sobě samém, skutečný či popisný obraz, který má člověk o sobě*“ (s. 523).

„*Obraz sebe sama i světa vzniká především v interakci s druhými lidmi*“ (Baštecká, 2009, In: Orel et.al, 2016, s. 38). Tento fakt podporuje i Nakonečný (1998), který uvádí, že obraz sebe sama odráží konfrontace a interakce s vnějším světem, zdůrazňuje hlavně jeho sociální prostředí. Prostor je pro jedince „zrcadlem“, ve kterém spatřuje své vlastní charakteristiky.

1.5 Body image

Podle Hartla a Hartlové (2009) pochází pojem z angličtiny a překládá se jako představa jedince o vlastním těle.

1.6 Teorie sociálního srovnávání

Autorem teorie je americký sociální psycholog Leon Festinger. Teorie byla představena roku 1954 a vysvětluje, jakým způsobem jednotlivci upravují své názory na základě srovnávání s ostatními. Ostatní lidé se pak stávají měřítkem, podle kterého se člověk hodnotí a také oceňuje. Člověk dotváří své sebepojetí. Festinger předpokládá, že máme sklon srovnávat se s lidmi, se kterými jsme v blízkém kontaktu, nebo jsou na podobné sociální úrovni. Směrem nahoru se srovnáváme tehdy, když se pokoušíme o sebezlepšení. Srovnávání směrem dolů funguje opačně. V podstatě se jedná o obrannou strategii, kdy se srovnáváme s člověkem, který je na tom hůře než my sami a zdůrazňujeme rozdíly, které podpoří, že jsme na tom lépe⁹.

1.7 Sociální síť

Pojem pochází ze sociologie a zde značí různou podobu sociální struktury, která je tvořena skupinou sociálních aktérů nebo organizací, a dále jsou jejím obsahem přímé či nepřímé vazby (Urban, 2017).

⁹ Dostupné z <https://cs.wikipedia.org/>

Obecně definujeme sociální síť jako společenskou, komunitní síť či komunitu, anglicky social network, kde jsou lidé propojenou skupinou. V širším slova smyslu je sociální síť každá skupina lidí, která spolu udržuje komunikaci různými prostředky. V užším, moderním a značně převažujícím pojetí se sociální síť nazývá služba na internetu, která registrovaným členům umožňuje si vytvářet osobní (či firemní), veřejný či částečně veřejný profil, komunikovat spolu, sdílet informace, fotografie, videa, provozovat „chat“ a další aktivity. Komunikace mezi uživateli sociálních sítí může probíhat buď soukromě mezi dvěma uživateli, nebo (nejčastěji) hromadně mezi uživatelem a s ním propojenými dalšími uživateli (Wikipedie, 2013, in Burian, 2014, s. 84). Pro účely této bakalářské práce budu dále používat užší pojetí sociální sítě.

Sociální sítě jsou hlavně v zahraniční literatuře označovány zkratkou SNS (Social Network Sites), jsou typické tím, že uživatel může procházet jak svůj obsah, tak obsah dalších uživatelů, se kterými je spojen. SNS tak umožňuje vytvářet uživatelům svoji vlastní síť kontaktů, kterou může udržovat a dále rozvíjet (Ševčíková a kol., 2014).

„Nejpodstatnějším atributem sociálních sítí je možnost kontaktu s ostatními a sledování toho, co druzí dělají“ (Černá, et al., 2013, s. 28). Jednotlivé vytvořené účty neboli „profily“ se dále propojují a vytváří jedinečnou strukturu. Sociální síť bude vždy prostředím, ve kterém se bude většina uživatelů pohybovat tak, že vytvoří viditelnou stopu o své přítomnosti, kterou mohou sledovat i ostatní. *„Vzniká tam shluk digitálních dat uchovávající informace o tom, čím jsme v online- prostředí a jak se v tomto prostředí prezentujeme“* (Vybíral, Šmahel, Divínová, 2004, in: Tyrlík et al., 2010, s. 114).

1.8 Závislost a nadměrné užívání internetu

Odborná literatura poskytuje hned několik slovních spojení, které se obecně týkají míry užívání internetu. Nejčastěji se setkáváme se „závislostí na internetu“ (internet addiction), dále pak s „problematickým užíváním internetu“ (problematic internet use), „kompulzivním užíváním internetu“ (compulsive internet use) a v neposlední řadě i s termínem „nadměrného užívání internetu“ (excessive internet use) (Shek, Sun, Yu, 2012, in: Ševčíková a kol., 2014). Autor Blinka (in: Ševčíková a kol., 2014) uvádí, že populární české významy, které se v literatuře často objevují, jako netholismus či netománie, anglická literatura téměř nezná a sám nedoporučuje jej používat.

Odborníci se začínají shodovat, že závislost na internetu je stejně jako nejvíce prozkoumaná oblast patologického hráčství, tzv. behaviorální závislosti, kdy se u jedince objevují symptomy v souvislosti s nadměrným užíváním internetu (APA, 2013, in Blinka a kol., 2015). Do seznamu stále diskutovaných behaviorálních závislostí se řadí i závislost na sociálních sítích. Nadměrné užívání internetu Blinka a kol. definuje jako užívání, „které způsobuje jedinci fyzické, psychické či sociální problémy“ (s. 38). V tomto případě se nejedná pouze o kvantitu (čas strávený u počítače), ale hlavně o kvalitu užívání, která nemusí být vždy patologická. (Blinka a kol., 2015).

Mark M. Griffiths (2005) vytvořil definici závislosti, kterou sestavil podle podobností mezi látkovými závislostmi, patologickým hráčstvím a behaviorálními závislostmi. Tato definice obsahuje 6 složek: salience, změny nálad, tolerance, syndrom z odnětí, konflikt a relaps. (Blinka a kol., 2015) O závislost na internetu se tedy dá hovořit ve chvíli, kdy se užívání internetu stane dominantní činností (salience), dále kdy dochází ke změnám nálad a obětování stále více času, aktivit nebo i vztahů. V tento moment jedinec splňuje kritéria patologie a není schopen tuto situaci zvládnout sám (Ševčíková a kol., 2014). Podle Griffithse se o závislosti nedá mluvit bez přítomnosti konfliktu v životě jedince, který může být jak v rovině intrapersonální (výčitky svědomí, pocity ztráty kontroly) tak v interpersonální (potíže se vztahy), pokud splňuje všechny ostatní definované znaky, hovoříme o excesivním užívání.

Internet se jeví jako mediátor, nikoliv jako zdroj závislosti samotné. Neexistuje jednoznačně přímý vztah mezi používáním internetu a jeho následným efektem (závislostí). V pozadí stojí předešlé potíže, které jsou problematickým užíváním často generovány a prohlubovány (Reinecke, Vorderer, 2013; Valkenburg, Peter, 2013, in: Ševčíková a kol., 2014).

Používání pojmu závislost na sociálních sítích je v zásadě nepotvrzeným a pouze hypotetickým fenoménem, ke kterému nejsou prakticky k dispozici validní a komplexní studie s longitudinálním charakterem. Přesto se užívání komunikačních aplikací může stát problematickým z hlediska míry jeho používání (Blinka, et al., 2015). Záměrně tedy v této práci budu operovat s pojmem nadměrného užívání sociální sítě, který je více vystihujícím a reálnějším pro sociální síť Instagram, o které v této práci jde především.

V české odborné literatuře najdeme poznatky, které se týkají závislosti na internetu u adolescentů, a jejich závěr zní: „*Ve vztahu k internetu se závislost objevuje jako výraznější problém až u střední až starší adolescence*“ (Ševčíková a kol., 2014, s. 45). U sociálních sítí jsou hlavní rizikovou skupinou dospívající, kteří jsou jejich nejčastějšími uživateli. Závislost je ale pořád u této věkové skupiny spíše vzácností (Ševčíková a kol., 2014).

V zahraniční literatuře se pak objevil rozdíl k inklinaci užívání sociálních sítí. S ohledem na problematiku užívání sociálních sítí se zjistilo, že ženy mají větší tendenci k nadměrnému používání či závislosti než muži. (Andereassen a kol., 2012). Zde je další důvod, proč jsem zvolila jako cíl mého zkoumání právě ženského pohlaví, které by na základě tohoto zjištění měly být sociální sítí více ovlivňovány už jenom z hlediska míry jeho užívání.

2 Sebehodnocení v pozdní adolescenci

Macek (1999) uvádí, že větší rozpor mezi aktuálním obrazem sebe samého a požadovaným standardem je obvyklý právě ve fázi pozdní adolescence. Smékal (2009) popisuje sebeobraz jako jáství. Uvádí, že nejde jen o uvědomování si svých rysů osobnosti, ale i o to, jak svou osobnost hodnotíme. Jáství je tedy podle něj jak celostní představou o sobě samém, tak komplexním vztahem k sobě samému, který je přirozeně vyplněn vnitřními rozpory. Dále autor zmiňuje typy obrazů, které tvoří celkový sebeobraz. Prvním z nich je *reálné „já“*, to ukazuje objektivně, jaký jedinec je. Druhým je *vnímané „já“*, které poukazuje na představu o tom, jak se jedinec vnímá. Třetí představuje *ideální „já“*, to obsahuje charakteristiky, které jedinec ukazuje druhým a prezentuje se tak, jak by chtěl být vnímán ostatními. V pozdní adolescenci se tedy adolescent potýká s konfliktem mezi jednotlivými obrazy já a snaží se přiblížit určitému požadovanému „já“, které by splňovalo všechny nároky tohoto období.

„*U pozdních adolescentů můžeme pozorovat charakterizování variability svých projevů (náladovost, přizpůsobivost). Sebepojetí v té době obsahuje kromě aktuálních vlastností i očekávání budoucí změny. I přes určité kolísání můžeme spatřovat konzistentnější a diferencovanější sebepojetí*“ (Smetana a Villabos, 2009, In: Vágnerová, 2009, s. 456).

Naprostou zásadním aspektem v tomto období je vzhled. „*V pozdní adolescenci se zevnějšek stává cílem i prostředkem*“ (Vágnerová, 2012, s. 376). U adolescenta je zásadní, aby se jeho vzhled líbil jemu i ostatním v jeho okolí, tento fakt ho ubezpečuje o jeho hodnotě. Pro dosažení optimálního vzhledu je schopen provádět různé fyzické aktivity (dieta, cvičení apod.). „*Zevnějšek je prostředkem k dosažení sociální akceptace a prestiže. Krása je pojímána jako úkol, který je třeba splnit. Adolescenti, zejména dívky, dovedou v tomto směru vyvinout značné úsilí, jen aby se ideálu krásy přiblížili*“ (s. 376). Další autoři shodně uvádějí, že problémy se sebehodnocením se mohou objevit v souvislosti se změnou tělesného schématu a proporcí (Vymětal, 2003, In: Orel et.al, 2016). V odborné literatuře „*Robins a Trzensniewski (2005) shodně uvádějí pokles sebehodnocení v průběhu adolescence. Autoři naznačují, že důvodem může být zhoršené vnímání vlastního těla...*“ (cit. dle Suchá a Dolejš, 2010, s. 13).

Dalším velmi ovlivňujícím faktorem jsou vzory, objevující se v médiích, na internetu a hlavně je adolescenti mohou sledovat skrze jejich účty na sociálních sítích. „*Idealizované vzory, např. modelky, zpěvačky, sportovci apod., se stávají modelem pro přesné napodobení spíše na přelomu rané a pozdní adolescence, kdy je třeba posílit prezentaci vlastní osobnosti něčím zaručeně pozitivním*“ (Vágnerová, 2012, s. 376-377).

Sebehodnocení dívek a chlapců se liší. Respektive hlavně způsob, jakým se rozvíjí a to v závislosti na rozdílném prožívání změn, které souvisejí s dospíváním, ale i z důvodu sociálních tlaků a očekávání. Pro celé období adolescence jsou rozdíly zřejmé (Galambos et al., 2009, in: Vágnerová, 2012). Se svým aktuálním stavem jsou dívky vždy méně spokojené, sebekritičtější a více se nad sebou zamýšlejí. Mívají pocit, že nemohou být ceněny automaticky, ale musejí si svou hodnotu nějak následně potvrzovat. Ke svým projevům chování a prožívání jsou výrazně citlivější (Vágnerová, 2012, s. 476). Fialová (2006) píše, že tělesné schéma a následné hodnocení krásy, je napříč historií úzce spojeno s aktuálními trendy v příslušné kultuře. Současná západní společnost vyžaduje od žen štíhlost. Skutečnost kritického hodnocení vlastního těla je typická zvláště pro ženy. Ostatní ženy posuzují realisticky, ale své subjektivní hodnocení vnímají často značně zkresleně.

2.1 Zdroje sebehodnocení v adolescenci

Za nejsilnější prediktor úrovně sebehodnocení je až do rané adolescence považována rodičovská opora. Později se ale uplatňuje více vliv vrstevníků, rodičovská opora ovšem nemizí a klesá až v dospělosti. (Marsh, Craven, & Debus, 1998, in: Orel et al., 2016)

Adolescent vnímá mimořádně důležité být součástí společnosti a vyhledává svou společenskou komunitu, kde je lidmi přijímán a oceňován (Thorová, 2015). Taková komunita či skupina se nazývá vrstevnická či referenční a má na jedince jednoznačný, velmi silný vliv. „*V souvislosti se sebehodnocením jedince nabývá velkého významu a přináší neustálou potřebu srovnávání či touhu vyrovnat se právě této skupině*“ (Orel et.al, 2016, s. 37). Konfrontace a komunikace s vrstevníky adolescenta vede ke stabilizaci sebehodnocení (Vágnerová, 2012; Čáp a Mareš, 2001, in: Orel et.al, 2016). Po prudkém poklesu na počátku adolescence, většinou kolem 15. -16. let začíná sebehodnocení opět narůstat (Langmeier a Krejčířová, 2006, in: Orel et al., 2016).

Osamělost v adolescenci je rizikovým faktorem pro budoucnost. Adolescent touží po uznání ostatních vrstevníků. Hlavní roli zde hraje zpětná vazba, která udává intenzitu a směr svého vlastního chování. (Thorová, 2015) Tento fakt potvrzuje i názor dalších autorů: „*Míra sebehodnocení se v adolescenci mění jak vlivem tělesných změn, tak působením zpětné vazby a srovnáváním s druhými*“ (Langmeier a Krejčířová, 2006, In: Orel et.al, 2016, s. 63).

„*Základem celkového pozitivního sebehodnocení je uznání vlastní hodnoty*“ (Rosenberg, 1985, In: Macek, 1999). Pro vznik pozitivního sebehodnocení je důležité členství v nějaké vrstevnické skupině, kde získává pocit vlastní hodnoty. Adolescenti s pozitivním hodnocením od svých vrstevníků mají obvykle vyšší sebehodnocení než ti, kteří jsou hodnoceni méně pozitivně (Macek, 1999). „*Adolescenti s vyšší mírou sebehodnocení budou více sociabilní, vyrovnaní, a méně často se u nich bude vyskytovat napjatost a nervozita.*“ (Suchá, Dolejš, 2016, s. 12).

Vrstevnické vztahy, s postupujícím věkem adolescenta, ubývají na závažnosti a do popředí se dostávají partnerské vztahy, které jsou rovněž prostředkem seberealizace, prezentace před vrstevníky. Tyto vztahy ale nebývají trvalé a mají spíše formu experimentování.

Macek a Ježek (2007) zjistili, že zatímco rodiče, jejich důvěra a vřelost ovlivňují více dimenzi sebedůvěry (self-esteem), vrstevníci a srovnávání se s nimi má větší vliv na kompetentnost (self-efficacy), (Machanová, 2009).

2.2 Koncept sociálního srovnávání

„Při vzniku, utváření, vývoji a stabilizaci celého sebesystému se jako významné ukazuje především srovnávání s ostatními. Význam mají zejména blízké a vysoce důležité osoby.“ (Rosenberg, 1979; Urbanovská a Škobrtal, 2012, in: Orel et. al, 2016, s. 66)

V současnosti jsou populární výzkumy mechanismu a dopadů sociálního srovnávání na sociálních sítích (Steers, Wickham a Acitelli, 2014; de Vries a Kühne, 2015; Appel, Crusius a Gerlach, 2015), což jen poukazuje na skutečnost, že fenomén sociálních sítí vstupuje do sociálního světa nejen adolescentů velmi výrazně. To opět zvyšuje tlak na sebehodnocení z hlediska předkládání velmi těžko dosažitelné až imaginární normy. (Mazániková, 2015)

Sociální srovnávání je přirozenou a očekávanou součástí lidské zkušenosti. Většina lidí se srovnává s druhými každý den, ať už vědomě či nevědomě. *„Leon Festinger proposed that individuals are naturally driven to evaluate their own opinions and abilities, and that these evaluations affect how we behave“*. Festinger předkládá, že lidé jsou přirozeně hnáni k hodnocení jejich vlastních názorů a schopností, a že tato hodnocení mají vliv na naše chování. Dále Festinger postuluje, že jedinci mají vrozenou, trvalou touhu zlepšit jejich vlastní schopnosti a mohou být motivováni tak činit skrze srovnávání s nadprůměrnými jedinci, toto srovnávání nazval *„upwards comparison“* (vzestupné srovnávání) a srovnávání s podprůměrnými jedinci nazval *„downward comparison“* (sestupné srovnávání), (Festinger, 1954). Čím více se jedinec identifikuje se svým cílem pomocí vzestupného srovnávání, tím větší je negativní efekt tohoto srovnávání a naopak, čím více se jedinec identifikuje s cílem pomocí sestupného srovnávání, tím pozitivnější efekt. Kromě toho jednotlivci mohou také činit kontrastující srovnávání s těmi, s nimiž se neztotožňují, například *„nikdy nemůžu být tak dobrý jako ona“* (vzestupné srovnávání) nebo *„to se mi nikdy nestane“* (sestupné srov.) Lidé preferují srovnávání s těmi, které vnímají jako jim podobné. Z literatury vyplývá, že účinky sociálního srovnávání jsou závislé na tom, zda jedinec vnímá, že je podobný či odlišný od srovnávacího cíle (Pomery, 2012).

Někteří lidé se pravděpodobně budou srovnávat více než ostatní. Zjistilo se, že ženy se mezi sebou pravděpodobněji srovnávají více než muži. Dále zjistili, že stydliví jedinci s vyšší mírou sebereflexe mají tendenci se více sociálně porovnávat. Navíc se ukázalo, že nižší sebehodnocení mají právě jedinci, kteří se často porovnávají s ostatními (Gibbons & Buunk, 1999).

Vztah mezi sociálním srovnáváním a sebehodnocením je poměrně složitý. Když máme špatnou náladu před tím, než dojde ke srovnávání, ve většině případů to vede k vzestupnému porovnávání. (Nikdy nebudu jako ona- negativní dopad). Nálada působí tedy jako prostředník mezi sebehodnocením a efekty sociálního srovnávání (Aspinwall & Taylor, 1993).

Puric et.al., (2011) testovali sebehodnocení jako ukazatel efektů sociálního srovnávání tak, že vysokoškolským studentům předkládali jak obrázky s atraktivními tak neatraktivními jedinci jejich věku a kontrolní skupině nepředložili žádné. Studie zjistila, že sociální srovnávání mělo vliv na sebehodnocení studentů a objevilo se uspokojení v případě, že jim byly předkládány obrázky neatraktivních jedinců. Studenti, kteří měli nižší sebehodnocení v předtestu vykazovali vyšší míru sebehodnocení po zhlédnutí neatraktivních obrázků.

Další faktor, který je nejspíše prostředníkem mezi sebehodnocením a sociálním srovnáváním je vědomí rizika v procesu sociálního srovnávání. Jedinci s nízkým sebehodnocením vyhledávají nejvíce sociální srovnávání po obdržení zpětné vazby související s jejich úspěchem. Naopak jedinci s vyšším sebehodnocením nejvíce sociální srovnávání vyhledávají po obdržení zpětné vazby o jejich neúspěchu. A konečně jedinci s nízkým sebehodnocením, kteří zažijí úspěch, vyhledávají sociální srovnávání pouze tehdy, když pro ně bylo příznivé. (Wood et al., 1994)¹⁰.

3 Sociální síť Instagram a její charakteristiky

Sociální síť Instagram je volně dostupná aplikace určená především pro mobilní operační systémy, jako je například iOS (Apple), Android a další, ale je volně dostupná i

¹⁰ Dostupné z <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/107346/zuo.finalthesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

na internetu jako webová stránka www.instagram.com. Současně je kompatibilní i s iPod Touch a iPad. Nicméně funkčnost skrze internet pro stolní počítače i iPady je omezená, nemůžete například přidávat své fotografie apod.

Instagram vznikl původně za účelem sdílení fotografií a videí. Populární funkcí je využívání různých druhů filtrů, které Instagram nabízí a uživatelé si tak mohou upravit svou pořízenou fotografii. Aplikace se nesnaží konkurovat jiným sociálním službám, naopak snaží se o ještě snadnější sdílení svého obsahu i na ostatní sociální sítě jako je Facebook, Twitter a další.¹¹

Dle výzkumů je sociální síť Instagram 3. nejpoužívanější sítí v České republice, hned po Facebooku a Youtube. A zároveň „zjištění aktuálního průzkumu dokládají, že Instagram je v České republice v současnosti neprogresivnější sociální sítí,“ uvedl ředitel AMI Digital Vladan Crha.¹²

V britském výzkumu, který provedla Královská společnost pro veřejné zdraví v roce 2017, u mladých Britů ve věku 16 až 24, vyšel Instagram jako nejhorší sociální síť s ohledem na jeho negativní vlivy, které by mohl způsobovat (osamělost, úzkost, depresivitu, špatné tělesné schéma, šikana atd.). Vědci se domnívají, že rozdíly mezi účinky na mladistvé se odvíjí hlavně od typu zaměření platformy. Instagram se specializuje na obrázky, které mohou v některých lidech vyvolat například pocit své nedokonalosti, nedostatku či dokonce nenávisti. Těžko se pak takovými lidem vysvětluje, že vše, co vidí na obrázcích, ještě nemusí být pravda a něčí každodenní rutina.¹³

Velkým fenoménem v prostředí Instagramu je sledování slavných osobností jako jsou herci a herečky, zpěvačky a zpěváci, modelky a modelové a mnoho dalších celebrit. Adolescenti mají možnost nakouknout do profesního, ale i osobního života. Atraktivní celebrity a fotografie neznámých vrstevníků mají vliv na náladu a vnímání vlastního těla. Přinášejí nespokojenost s vnímáním tělesného obrazu.¹⁴

Je velice pravděpodobné, že Instagram se stane „novým Facebookem“. Farhad Manjoo, technologický novinář, zjistil, že za úspěchem Instagramu stojí nejspíše

¹¹ Dostupné z <https://cs.wikipedia.org/wiki/Instagram>

¹² Dostupné z

https://pctuning.tyden.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=46475&catid=1&Itemid=57

¹³ Dostupné z <https://www.letemsvetemapple.eu/2017/05/26/ktere-socialni-site-vas-ovlivnuji-pozitivne-a-ktere-negativne-pruzkumem-budete-prekvapeni/>

¹⁴ Dostupné z <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144516300936>

proměňující se internetová kultura, která po letech důrazu na text, přechází zvláště u mladé generace v preferování obrazu. Spíše než dlouhé články lidé sledují informativní videa a fotky mají na sociálních sítích větší odezvu než statusy. Na Instagramu musíte jednoduše ukazovat, ne mluvit.

3.1 Historie

Ještě před tím, než vznikla aplikace Instagram, vyvinul Kewin Systrom projekt s názvem Burnb, díky finančním prostředkům začal hledat tým, který by mu Burnb pomohl rozjet. Začal spolupracovat s Mikem Kriegerem. Projekt Burnb se později začal zaměřovat pouze na sdílení fotografií a přidal funkci komentářů a lajků (like)¹⁵. Burnb byl později přejmenován na Instagram z důvodu lepšího zachycení, co uživatel v aplikaci provádí. Kewin Systrom změnu názvu vysvětluje tak, že v označení Instagram je ukryté anglické spojení slov „*instant telegram*“ (okamžitý telegram).¹⁶

Aplikace se poprvé objevila v roce 2010, konkrétně 6. října v obchodě App Store společnosti Apple. V roce 2012 majitel sociální sítě Facebook Mark Zuckerberg oznámil plán na spolupráci s aplikací Instagram. Nyní je Instagram propojen se sociální sítí Facebook díky funkci sdílení fotografií. V září roku 2011 prošel Instagram významnými změnami a přišel s novinkou živých náhledů filtrů, okamžitou úpravou fotografií, novými filtry, uložení fotografií ve vysokém rozlišení, možností zapnout nebo vypnout okraje fotografie, možnost otáčet fotografie a další. V prosinci 2013 přidal funkci *Instagram Direct*¹⁷. Od prosince 2016 je k dispozici 42 filtrů pro úpravu fotografií.¹⁸

3.2 Funkce Instagramu

Asi největší předností je způsob, jakým uživatel Instagramu může popisovat své fotografie a videa. Jde o tzv. „*hashtag*“. Pod nimi jsou členěny fotky, které tímto hashtagem byly označeny. Naleznete tak jednoduše tématicky shodné fotografie, které byste zdlouhavě hledali na jiných sociálních sítích. Fotografie, které pořídíte, můžete

¹⁵ „Like (vyslovováno „lajk“) je vyjádřením souhlasu či zalíbení, většinou v prostředí sociálních sítí.“ (Dostupné z <https://it-slovník.cz/pojem/like>)

¹⁶ Dostupné z <https://www.quora.com/Instagram-company/What-is-the-genesis-of-Instagram>

¹⁷ Umožňuje posílat fotografie vybraným uživatelům nebo skupině uživatelů, namísto veřejné viditelnosti. Tímto Instagram reagoval na stoupající oblibu služby Snapchat. Dostupné z <https://cs.wikipedia.org/wiki/Instagram>

¹⁸ Dostupné <https://cs.wikipedia.org/wiki/Instagram>

nahrát na svůj účet neupravené či naopak upravit barvy, přidat filtry nebo je oříznout. Dále přidáte popisek a vámi zvolené „*hashtagy*“. Zpětná vazba probíhá formou komentářů k příspěvkům nebo kliknutím na „srdce“ pod příspěvkem, jímž vyjadřujeme ostatním, že se nám fotografie či video líbí.

Způsob zobrazování fotografií ostatních je více než rafinovaný a podobně jako u sociální sítě Facebook, uvidíte příspěvky, které Instagram vyhodnotil jako důležité pro váš účet. Jejich fotky se vám zobrazí jako první¹⁹.

Instagram má k dispozici stejně jako Facebook službu, která registruje aktivitu každého uživatele a zobrazuje ji ostatním, kteří jej sledují a v poslední době si s ním psali soukromé zprávy. Ukazuje se jednak to, zda jsme online (aktivní) nebo offline (neaktivní) a konkrétně jak dlouho jsme neaktivní. Například můžeme vidět, že náš přítel byl aktivní před 21 minutami, před 3 hodinami nebo že je aktivní teď. Bohudík lze i tuto funkci deaktivovat v nastavení, kde vypneme zobrazování naší aktivity, ale zároveň se tím připravíme o možnost sledování aktivity našich přátel.²⁰

Poměrně novou službou na Instagramu je videohovor. Lze provozovat soukromě jen s jedním uživatelem, ale i skupinově až o 4 lidech. Zároveň během videohovorů je možno provádět již známé aktivity, jako je prohlížení příspěvků, přidávání příspěvků nebo posílání soukromých zpráv jiným uživatelům a to tak, že videochat se dá minimalizovat do pravého spodního rohu displeje.²¹

Čím se aplikace liší od Facebooku? Instagram slouží pouze pro přidávání fotografií, videí či „*instastories*“ (možná nahradí Facebookové příspěvky, pro svou rychlost a jednoduchost, zároveň netrvalost a také menší zodpovědnost), které je následně možné okomentovat. „*Instagram není určen pro komunikaci mezi lidmi, ale pro hromadné sdílení zážitků.*“²² Možnost využití funkce chatu je k dispozici, ale není primárním cílem této aplikace.

¹⁹ Dostupné z <http://www.poradtemi.info/co-je-instagram/>

²⁰ Dostupné z <https://freshtag.cz/nova-funkce-instagramu-nyni-ukazuje-jak-casto-aplikaci-pouzivate/>

²¹ Dostupné z https://www.m-journal.cz/cs/aktuality/instagram-predstavuje-skupinove-videohovory-a-nove-efekty-ve-stories_s288x13801.html

²² Dostupné z <http://www.poradtemi.info/co-je-instagram/>

Na Instagramu je možné sdílet vše až na „*fotky, videa a digitálně vytvořený obsah, které znázorňují sexuální styk, genitálie a detailní záběry zcela odhaleného pozadí.*“²³

3.3 Uživatelé Instagramu

Celosvětově existuje nyní přes 800 miliónů uživatelských účtů na Instagramu.²⁴ Velkému počtu příznivců se Instagram těší díky modernímu postoji jednoho ze zakladatelů Kewina Systroma, který svůj záměr popisuje takto: „*Naším cílem není být pouze aplikace na sdílení fotografií, ale cesta, jak sdílet svůj život v pohybu*“ (Lagorio, 2012).

3.3.1 Uživatelé v USA

Instagram se podle průzkumů dá považovat za sociální síť mladých a to konkrétně ve věkovém rozmezí mezi 13 až 25 lety.²⁵

Americký výzkum z roku 2015 Amandy Lenhart, který se zabýval mobilním příslušenstvím, užíváním sociálních sítí a jiných online aktivit u adolescentů ve věku od 13 do 17 let, odhalil vzor nejtypičtějšího uživatele Instagramu. Je to adolescentní dívka ve věku od 15- 17 let, konkrétně v tomto výzkumu 64% dívek sdílí na Instagramu své fotografie a typický počet sledujících je průměrně 150. Konkrétně u dívek 200 sledujících. Výzkum popisuje, že existují rozdíly mezi počtem sledujících u mladších a starších adolescentů. Dále ve výzkumu najdeme informaci o tom, že Instagram je druhou nejpopulárnější sociální sítí mezi americkými adolescenty a 20% z nich uvádí, že ji používají nejčastěji. Z výzkumu vychází, že Instagram více navštěvují dívky než chlapci.²⁶

3.3.2 Uživatelé v České republice

V České republice je podle posledních zdrojů registrováno k březnu roku 2018 1,9 miliónů uživatelů a je to okolo 10 až 20 % celkové populace.²⁷ Jiný zdroj na internetu uvádí, že dominantní skupinou jsou mladí lidé, konkrétně nejpočetnější skupinou jsou lidé mezi 18-34 lety, což je 61% aktivních uživatelů. „*Stejně jako na Facebooku, i zde je*

²³ Dostupné z <https://help.instagram.com/>

²⁴ Dostupné z <https://www.personalni-marketing.cz/instagram-mocny-nastroj-pro-employer-branding/>

²⁵ Dostupné z <http://www.poradtemi.info/co-je-instagram/>

²⁶ Dostupné z <http://www.pewinternet.org/>

²⁷ Dostupné z <https://365tipu.cz/2016/11/08/tip652-kolik-uzivatelu-ma-cesky-instagram-a-jak-je-to-s-vekovym-slozenim-uzivatelu/>

převaha žen, kterých je na Instagramu aktivních 780 000. Mužů je o 130 tisíc méně. Okolo 70 000 profilů je evidovaných jako businessový účet.“²⁸

4 Výzkumy motivace k užívání sociální sítě Instagram

Studie uskutečněná v Hong Kongu v roce 2014 se zabývala motivy, které vedou adolescenty k užívání této sociální sítě a jejich souvislostmi se sebe prezentací a počtem sledujících. Výzkumným vzorkem bylo 181 studentů. Zjistilo se, že motivy pozitivně souvisejí jak s používáním sociální sítě, tak se sebe prezentací, a zároveň i počet sledujících pozitivně souvisí s používáním Instagramu. Nenašel se výrazný vztah mezi motivy a počtem sledujících.²⁹

Další studie z roku 2015, která se zabývala motivací k užívání Instagramu se jmenovala „*Picture speak louder than words*“. Cílem této studie bylo odkrýt uživatelské motivy. Výzkumným vzorkem bylo 212 uživatelů Instagramu, kteří hodnotili svou motivaci, hlavní aktivity, záměr využívání a postoj vztahující se k Instagramu. Výsledky ukazují, že existuje 5 hlavních sociálních a psychologických motivů mezi ně patří: sociální interakce, archivace, sebevyjádření, útěk a pokukování.³⁰

Další výzkum, který byl proveden v roce 2016, a zúčastnilo se ho 239 vysokoškolských studentů, se zabýval motivy k používání Instagramu a jejich vztahem k věkovému kontextu a narcismu. Mezi hlavní důvody užívání Instagramu patří sledování či povědomí o druhých, dokumentace obsahu, popularita a kreativita.³¹

Studie z loňského roku, zjišťující rozdíly v intenzitě používání, času stráveném na sociální síti a motivaci (u Facebooku, Twitteru, Instagramu a Snapchatu). Studie se zúčastnilo 396 vysokoškolských studentů. Nejvíce času stráví studenti na Instagramu. Nejvyšší intenzita užívání sítě se objevila u Instagramu a Snapchatu.³²

²⁸ Dostupné t <https://cz.linkedin.com/pulse/jak-se-daři-jednotlivým-sociálním-sítí-v-české-republice-jakub-lorenc>

²⁹ Dostupné z <http://ssweb.cityu.edu.hk/download/RS/E-Journal/Vol3/journal1.pdf>

³⁰ Dostupné z <https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2015.0157>

³¹ Dostupné z https://www.researchgate.net/publication/289122439_Instagram_Motives_for_its_use_and_relationship_to_narcissism_and_contextual_age

³² Dostupné z <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305117691544>

5 Výzkumy sebehodnocení v prostředí sociálních sítí

Není sporu o tom, že na sebehodnocení adolescentů má vliv prostředí, ve kterém se vyskytují. „Fyzický, sociální a digitální světy mladých se vzájemně prolínají, jsou propojené a vztahy mezi nimi jsou transakční či obousměrné“ (Subrahmanyam, Šmahel, 2011, cit.dle Ševčíková a kol., 2014).

Studie z roku 2006 (Valkenburg, Jochen Pete, Alexander P.Schouten) se zabývala výzkumem vztahu mezi přátelskými sociálními sítěmi („friend networking sites“), sebehodnocením a životní pohodou adolescentů. Výzkumný vzorek čítal 881 adolescentů od 10 do 19 let, kteří měli online profil na nizozemské sociální síti. Zjistilo se, že frekvence s jakou adolescenti užívají síť, má nepřímý vliv na jejich sebehodnocení. Dále výzkum poukázal na to, že užívání sítí stimuluje počet vztahů utvořených na síti, ale také četnost s jakou adolescenti dostávají zpětnou vazbu na vlastní profily a tón této zpětné vazby (pozitivní versus negativní). Pozitivní zpětné vazby zvýšily sebehodnocení adolescentů, zatímco negativní zpětné vazby jejich sebehodnocení snižovaly.³³

V roce 2009 (Barker) se uskutečnila studie, která předložila velmi zajímavá zjištění. Výzkum byl proveden za účelem zjištění motivace k užívání sociálních sítí u starších adolescentů, konkrétně se budu zmiňovat o tzv. „skupinovém sebehodnocení“ (collective self-esteem) v rámci skupinové identity, která si adolescenti v prostředí sociální sítě vytváří. Ukázalo se, že právě komunikace s vrstevnickou skupinou je nejdůležitější motivací pro užívání sociálních sítí. U dívek se zjistila souvislost mezi jejich nespokojeností s jejich sociální skupinou v reálném životě a kompenzací komunikace přes sociální síť s jinou skupinou uživatelů.³⁴

Další významná studie z roku 2014 (Zuo) podporuje zjištění předchozího výzkumu. Zabývala se jak fenomén sociálního srovnávání na sociální síti Facebook může mít vliv na sebehodnocení jedinců a také obecně na jejich duševní zdraví. Dále už budu informovat pouze o výsledcích, které se vztahují k sebehodnocení. Výzkum byl proveden mezi 417 vysokoškolskými studenty. Zjistilo se, že množství času strávené na Facebooku, investice do něj a pasivní či aktivní využívání, koreluje s větším sociálním srovnáváním. Dále

³³ Dostupné z <https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.2006.9.584>

³⁴ Dostupné z <https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.2008.0228>

vysoká míra sociálního srovnávání předpokládá nižší sebehodnocení. Po této studii následovala ještě jeden výzkum od stejné autorky, který částečně výsledky první studie potvrdil (Zúčastnilo se ho 127 jedinců).

Autorka ve svém příspěvku píše, že některé studie zachytily, že pro jedince s nízkým sebehodnocením by sociální sítě (zde Facebook) mohli být přínosné a mohli by jim pomoci „přemostovat sociální kapitál“, získat přijetí a přizpůsobit se nové kultuře (zejména v rámci univerzitního prostředí). (Ellison et al., 2007; Kim & Lee, 2011; Yu et al., 2010). Jedinci, kteří využívají sociální sítě, mohou zažívat pocit sounáležitosti a sociální podpory od ostatních. (Kim & Lee, 2011; Liu & Yu, 2013).³⁵

Jeden z poměrně nedávných výzkumů (C. S. Andreassen et al., 2016), který se zabýval souvislostí mezi závislostním užíváním sociálních médií, narcismem a sebehodnocením. Zúčastnilo se ho 23, 532 jedinců z Norska ve věkové skupině 16-88 let. Průměrný věk byl 35,8 let. Závěrem tohoto výzkumu bylo, že *nižší věk, ženské pohlaví, ženy bez partnera, studenti, nižší vzdělání, nižší příjem a narcismu* souvisí s vyšším skóre v BSMAS (Bergen, Social Media Addiction Scale), který měří závislost. Pro měření sebehodnocení se použila Rosenbergova škála sebehodnocení (Rosenberg Self-Esteem). Zjistilo se, že závislostní užívání internetu souvisí s nižším sebehodnocením. Autoři dále překládají, že jedinci užívají sociální média za účelem získání vyššího sebehodnocení (například skrze „lajky“) nebo jako útěk z pocitu nízkého sebehodnocení. Jedinci s negativním sebeobrazem mohou také preferovat komunikaci online namísto tváří v tvář. Autoři ovšem uvádějí, že je těžké rozlišit, zda závislostní užívání médií je ukazatelem či následkem nízkého sebehodnocení.³⁶ Závěry a předpoklady tohoto výzkumu jsou stěžejní pro výzkumnou sondu v této práci.

³⁵ Dostupné z https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/107346/zuo_finalthesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y

³⁶ Dostupné z https://www.researchgate.net/profile/Mark_Griffiths2/publication/299131664

PRAKTICKÁ ČÁST

6 Výzkumná sonda

Zde uvedu jednotlivé části výzkumné sondy. Na začátku popíši cíl výzkumné sondy, hypotézy, použitou metodiku, výzkumný vzorek a postup při sběru dat.

6.1 Cíl výzkumné sondy

Řada zahraničních výzkumů, které popisují v teoretické části, zjistila určitý vztah mezi užíváním sociální sítě Instagram a sebehodnocením jejich uživatelů. Cílem této bakalářské práce je pomocí kvantitativní formy dotazování zjistit míru sebehodnocení u pozdně adolescentních dívek v českém prostředí. Dále prostřednictvím mnou vytvořeného dotazníku zmapovat chování a prožívání týkající se sociální sítě Instagram (podrobně popíšu v kapitole 6.3.2). Mým záměrem je porovnat oba dotazníky a ověřit, jak se na sociální síti dívky chovají v závislosti na míře jejich sebehodnocení.

6.2 Hypotézy

Na základě výzkumů a studií popsaných výše jsem dospěla ke třem hypotézám. Doplnila jsem je čtvrtou hypotézou, jejíž ověření by mohlo zpřesnit mé závěry (více popíšu v kapitole Diskuze).

Hypotézy H1, H2 a H4 jsou dále rozděleny na dvě dílčí hypotézy, které zohledňují obě dimenze sebehodnocení zvláště (sebepřijetí a výkonovou kompetenci nebo také kompetentnost – dle Tafarodiho & Swann, 2001).

H1: Předpokládám, že dívky s nižším sebehodnocením tráví na Instagramu více času než dívky se sebehodnocením vyšším.

Dílčí hypotézy jsou:

H1a: Dívky s nižším sebepřijetím tráví na Instagramu více času než dívky se sebepřijetím vyšším.

H1b: Dívky s nižší výkonovou kompetencí tráví na Instagramu více času než dívky s vyšší výkonovou kompetencí.

H2: Předpokládám, že dívky s nižším sebehodnocením pociťují změny ve vnímání svého vlastního těla častěji než dívky s vyšším sebehodnocením.

Dílčí hypotézy jsou:

H2a: Dívky s nižším sebedřijetím pociťují změny ve vnímání svého vlastního těla více než dívky s vyšším sebedřijetím.

H2b: Dívky s nižší výkonovou kompetencí pociťují změny ve vnímání svého vlastního těla více než dívky s vyšší výkonovou kompetencí.

H3: Předpokládám, že dívky, které mají stálého partnera, tráví na Instagramu méně času než dívky nezadané.

H4: Předpokládám, že dívky s vyšším sebehodnocením přidávají své příspěvky častěji oproti dívkám s nižším sebehodnocením.

Dílčí hypotézy jsou:

H4a: Dívky s vyšším sebedřijetím přidávají své příspěvky častěji oproti dívkám s nižším sebehodnocením.

H4b: Dívky s vyšší výkonovou kompetencí přidávají své příspěvky častěji oproti dívkám s nižší výkonovou kompetencí.

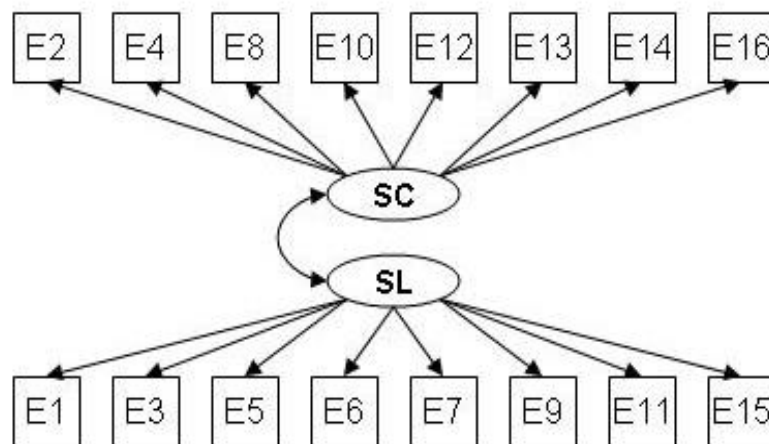
6.3 Výzkumná metoda

Pro realizaci cíle výzkumné sondy jsem si vybrala metodu kvantitativní. Kdy se předpokládá, že předmětem zkoumání jsou svým způsobem měřitelné, tříditelné a uspořádatelné fenomény. Jejich získaná podoba je kvantifikovatelná a formálně porovnatelná. Dále pak fenomény analyzujeme statistickými metodami se záměrem ověřit platnost výskytu určitých charakteristik, a také ověřit případné vzájemné vztahy těchto charakteristik (Reichel, 2009). Výzkumnou sondu jsem uskutečnila pomocí dvou dotazníků. „Dotazník lze definovat jako souhrn předem vybraných otázek sloužících pro shromáždění primárních dat. Lze jím s vysokou efektivitou vzhledem k potřebnému času a úsilí tazatele i dotazovaného a za relativně nízkých nákladů získat velké množství dat, která lze kvantifikovat“.³⁷

³⁷ Dostupné z <http://kps.pedf.cuni.cz/skalouda/dotaznik.doc>

6.3.1 SLSC- R Dotazník

Jako první dotazník jsem zvolila SLSC-R dotazník, jehož základ je dvojdimenzionální, obsahuje dohromady 16 tvrzení. Polovina z nich se vztahuje ke škále sebedřijetí či sociální hodnoty (*self-liking*, zkratka SL) a jsou jimi tvrzení (1., 3., 5., 6., 7., 9., 11. a 15.). Druhá polovina ke škále percipované výkonové kompetence (*self-competence*, zkratka SC) a patří sem tvrzení (2., 4., 8., 10., 12., 13., 14. a 16.). Obě škály obsahují vždy čtyři tvrzení, které jsou koncipovány negativně a zbylé čtyři pozitivně. Respondentky vyjadřovaly míru souhlasu na pětibodové škále od 1 (zcela nesouhlasím) po 5 (výrazně souhlasím). V dotazníku bylo možné odpovědět způsobem „ani souhlasím, ani nesouhlasím“, záměrně jsem se vyhnula odpovědi „nevím“, ke které by mohly adolescentky nevědomě inklinovat. Rozsah možných skóreů je od 8 do 40 pro každou škálu, teoretický průměr škál je 24. Čím vyšší skóre respondentka obdrží, tím vyšší je její sebehodnocení.



Obr. 1: The Competence-Liking Model (Tafarodi a Swann, 2001)

Validitu a reliabilitu podrobně zkoumali autoři dotazníku Tafarodi a Swann v rámci jejich výzkumu z roku 1995. V českém prostředí zkoumala psychometrické vlastnosti dotazníku Machanová ve své diplomové práci v roce 2009 a potvrdila jeho psychometrickou kvalitu (Mazániková 2015).

Ve své práci jsem využila český překlad dotazníku se změnami, které provedla ve své bakalářské práci Mazániková (2015) a následně jsem stylisticky upravila některá tvrzení a formulovala je pro ženský rod. Všechny verze dotazníku najdete v příloze č.I.

6.3.2 Dotazník na sociální síť Instagram

Druhým z dotazníků je mnou vytvořený dotazník, který má za cíl zmapovat pohyb adolescentních uživatelů na sociální síti Instagram. Dotazník obsahuje 20 otázek, z nichž tři na začátku jsou zjišťujícího charakteru (věk, typ vzdělání, ročník). Zbylé otázky jsou konkrétnější a vztahují se k vyjádření:

1. míry intenzity užívání
2. hlavním činností
3. intenzitě přidávání vlastních příspěvků
4. obsahu sdílených příspěvků
5. intenzitě sledování či kontroly svých příspěvků
6. době nejčastější aktivity během dne
7. pocitu nemožnosti užívat Instagram
8. významu Instagramu ve volném čase
9. osobního stavu – zadaná/bez partnera
10. průměrného počtu lajků u vlastních příspěvků
11. motivace k užívání Instagramu
12. postoje, zda se s Instagramem cítím být spokojenějším člověkem
13. hodnoty sebe prezentace
14. pocitu při neoznačení v příspěvku přítelem
15. změn ve vnímání vlastního těla
16. možnosti změny sebeobrazu skrze komentáře ostatních uživatelů
17. úpravě vlastních příspěvků

U každé otázky byl jiný počet možností (2-7). V příloze č. 4 naleznete souhrnné výsledky z tohoto testu, jelikož k ověření hypotéz jsem všechny otázky z dotazníku nevyužila.

6.3.3 Výzkumný vzorek

Výběr výzkumného vzorku byl omezen na věkovou skupinu od 15 do 21 let, na ženské pohlaví a vlastnění uživatelského účtu na sociální síti Instagram. Věkovou skupinu jsem zvolila záměrně z důvodu zacílení na období pozdní adolescence, která je klíčová pro dotváření sebehodnocení. Na základě odborných poznatků, které naznačují, že období adolescence se v dnešní době prodlužuje, rozhodla jsem se do výzkumného vzorku začlenit i vysokoškolské studenty. Náhodné nebylo ani soustředění pozornosti na ženské pohlaví, které je podle mnoha studií v období adolescence více kritické ke svému vzhledu, více motivováno k sociálnímu srovnávání s ostatními vrstevníky. Výzkumný vzorek obsahuje 130 respondentek, z nichž nejvíce je respondentů 16tiletých (33) a 18tiletých (33), poté 19tiletých (21), 17tiletých (18), 20tiletých (13), a nejméně 15tiletých (6) a 21letých (6). Výzkumný vzorek byl poměrně variabilní ve vztahu k typu vzdělání. Většina respondentek navštěvuje středních školy s různým zaměřením (53), největší zastoupení mělo gymnázium (73). Ve třech případech se jednalo o učiliště a v jednom případě o základní školu.

6.3.4 Postup při sběru dat

Oba výše popsané dotazníky jsem převedla do elektronické podoby pomocí webové stránky www.surveymonkey.com, kde jsem je spojila do jednoho kompletního dotazníku, který obsahoval 36 otázek. Skrze internetový odkaz jsem šířila dotazník na sociální síti Facebook. Pro větší efektivitu a snahu být osobnější jsem využila službu Messenger, pomocí níž jsem rozesílala svým kamarádům a známým odkaz, který je přímo nasměroval k vyhodnocení dotazníku. Odkaz jsem sdílela i na sociální síti Instagram. Obdržela skoro 100 dotazníků a konečný počet se vyšplhal až na 138. Ve všech dotaznících dívky odpověděly na každou otázku, v 8 případech nesplnily věková kritéria a konečný počet dotazníků k použití byl 130.

Na začátku vyhodnocování jsem dívky seznámila s účelem mé výzkumné sondy. Zmínila jsem důležitost osobních údajů pro vyhodnocování, zároveň jsem podala informace o anonymitě dotazníku a dobrovolnosti jeho vyplnění. Zdůraznila jsem, že na vyplnění mají tolik času, kolik potřebují. Velký důraz jsem kladla na prosbu vyplnění všech otázek a vysvětlila jsem, že jinak by byl jejich dotazník nepoužitelný. Zde je doslovná citace:

„Vážené studentky, věnujte pár minutek tomuto dotazníku. Dotazník je věnován problematice mobilní aplikace Instagram v životě adolescentek a získané informace budou sloužit jako podklady pro mou bakalářskou práci. Dotazník je zcela anonymní, budu po Vás chtít pouze informace o věku a typu vzdělání, které jsou potřebné pro vyhodnocování. Vyplnění je naprosto dobrovolné. Na vyplnění dotazníku máte času, kolik potřebujete. Prosím odpovídejte na všechny otázky, jinak bude Váš dotazník pro výzkum nepoužitelný“.

6.3.5 Způsob vyhodnocení výsledků

Nejdříve jsem vyhodnocovala dotazník SLSC-R. Data, které jsem obdržela, byly převedeny pomocí programu Excel (verze 2007) ze slovních odpovědí na číselné hodnoty. Následně bylo vypočítáno skóre u škály sebepřijetí a výkonové kompetence. A samozřejmě i celkové skóre z obou škál dotazníku.

V druhém kroku jsem zpracovávala data z dotazníku na Instagram, které jsem opět vložila do programu Excel a převedla na číselné hodnoty.

Na závěr jsem sestavovala data z obou dotazníků tak, abych ověřila hypotézy. K jednotlivým hypotézám jsem vždy potřebovala data z dotazníku SLSC-R, kde jsem výsledky rozdělovala dle skórů ze škál a celkového skóru, a k tomu data z příslušné otázky z dotazníku na Instagram. Nakonec jsem pro vyhodnocení použila otázku č. 4 (*Jak často užíváte mobilní aplikaci Instagram?*), a to k hypotéze H1 a H3. Otázku č. 6 (*Jak často přidáváte vlastní fotky, videa nebo instastories?*) v případě hypotézy H4, otázku č. 12 (*Máte momentálně stálého partnera?*) k hypotéze H3 a konečně otázku č. 18 (*Objevují se u Vás změny ve vnímání vlastního těla na základě příspěvků ostatních na Instagramu?*) pro vyhodnocení hypotézy H2.

6.3.5.1 Statistický způsob vyhodnocování

Za účelem zhodnocení hypotéz jsem zvolila jednak test významnosti výběrového korelačního koeficientu (založen na hodnotě Studentova rozdělení), který je vhodný k určení významné závislosti mezi dvěma soubory (pro H1, H2, H4), a jednak test nezávislosti, respektive homogenity, v kontingenční tabulce (založen na hodnotě chí-kvadrát rozdělení, pro H3).

K testu významnosti výběrového korelačního koeficientu nejprve potřebujeme určit hodnotu korelačního koeficientu. Ten může být buď Pearsonův za platnosti předpokladu,

že hodnoty obou testovaných souborů pocházejí z normálního rozdělení, nebo Spearmanův korelační koeficient, kde tento předpoklad platit nemusí. Normalitu dat ověříme Shapiro-Wilkovo testem. Za účelem vyhodnocení dat byl použit program Excel (verze 2007) a také software STATISTICA (verze 12), pomocí něhož byly vytvořeny grafy (některé z nich jsou k dispozici v textu a zbytek naleznete v přílohách).

Výpočet výběrového Pearsonova korelačního koeficientu:

$$r = \frac{\sum(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x_i - \bar{x}) \cdot \sum(y_i - \bar{y})}}$$

kde x_i a y_i určují hodnoty veličin X a Y i -tého pozorování, \bar{x} a \bar{y} jsou aritmetické průměry veličin X a Y .³⁸

Výpočet výběrového Spearmanova korelačního koeficientu:

$$r = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

kde $d_i = \text{rg}(x_i) - \text{rg}(y_i)$ jsou rozdíly pořadí hodnot x_i a y_i i -tého pozorování, n určuje počet pozorování.

Výpočet testové statistiky t pro test významnosti výběrového korelačního koeficientu:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

kde r určuje hodnotu korelačního koeficientu a n určuje počet pozorování.³⁹

³⁸Dostupné z https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Pearson_correlation_coefficient&oldid=850451308

³⁹Dostupné z https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Spearman%27s_rank_correlation_coefficient&oldid=841994032

Výpočet testové statistiky χ^2 pro test nezávislosti (homogenity) v kontingenční tabulce ⁴⁰s Yatesovo korekcí⁴¹ (jelikož jedna hodnota souboru v H3 byla menší než 5) :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{\left(\left| n_{ij} - \frac{n_i \cdot n_j}{n} \right| - 0,5 \right)^2}{\frac{n_i \cdot n_j}{n}},$$

kde

r určuje počet řádků v kontingenční tabulce,

c určuje počet sloupců v kontingenční tabulce,

n_{ij} určuje hodnotu v i -tém řádku a j -tém sloupci tabulky,

n_i je součet hodnot v i -tém řádku tabulky,

n_j je součet hodnot v j -tém sloupci tabulky,

n určuje počet pozorování. ⁴²

⁴⁰ Dostupné z https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Pearson%27s_chi-squared_test&oldid=836064929

⁴¹ Dostupné z https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Yates%27s_correction_for_continuity&oldid=806197753

⁴² Dostupné z <http://home.ef.jcu.cz/~mrkvicka/vyuka/Statistika3Vydani.pdf>

7 Výsledky a jejich interpretace

V následující kapitole představuji výsledky výzkumné sondy. Nejprve je předložena tabulka s výsledky ze Shapiro-Wilkovova testu, který ověřil, zda hodnoty v jednotlivých souborech pocházejí z normálního rozdělení. V textu je pro každý soubor přidán histogram za účelem vizualizace dat.

Následně uvedu ke každé hypotéze dvě tabulky. První z nich obsahuje informace o typu korelačního koeficientu a druhá shrnuje výsledky a ověřuje platnost hypotézy dle vhodného typu testu. Text je doplněn obrázky s tabulkou výsledných dat.

7.1 Výsledky pro hypotézy H1-H4

Shapiro-Wilkův test⁴³

H_0 : data mají normální rozdělení

H_1 : data nemají normální rozdělení

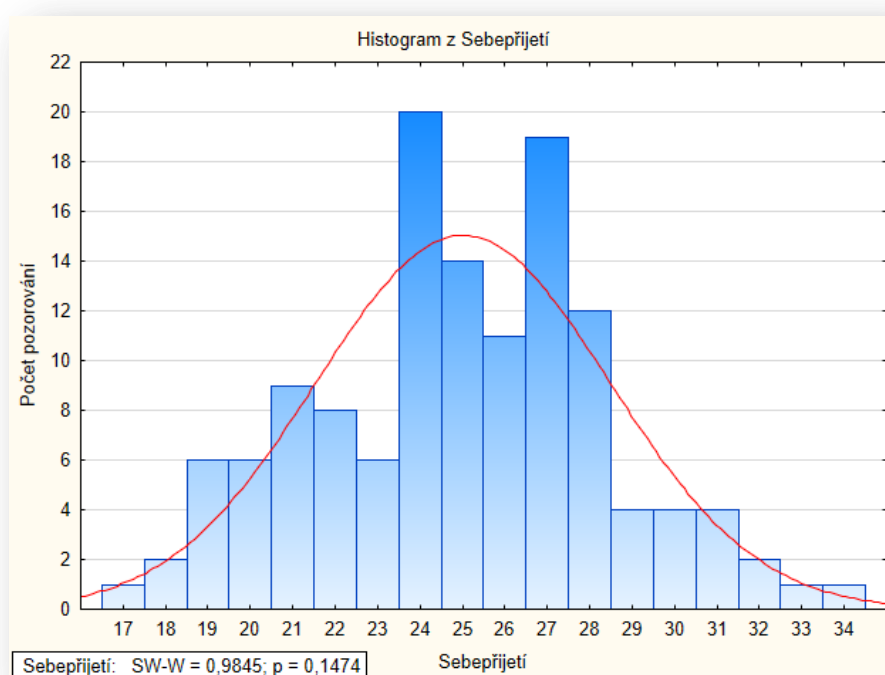
Soubor	Testové kritérium, SW-W	p-value	Normalita dat
Sebepřijetí	0,9845	0,1474	Platí
Výkonová kompetence	0,9839	0,1275	Platí
Sebehodnocení	0,9889	0,3786	Platí
Čas na instagramu	0,7221	0	Neplatí
Změny vnímání těla	0,8322	0	Neplatí
Četnost přidávání příspěvků	0,6850	0	Neplatí

Tabulka č. 1 - Ověření normality dat 1

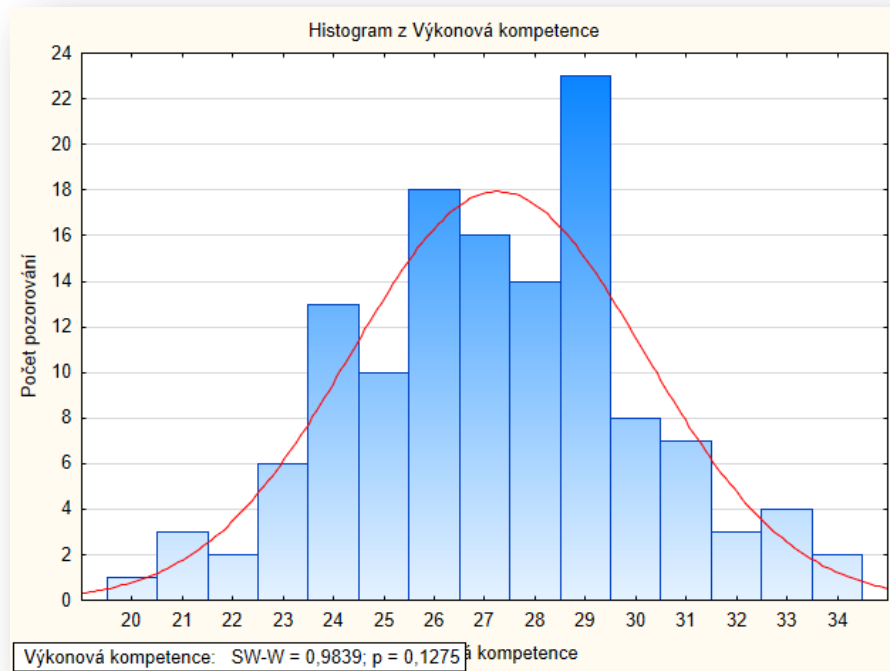
⁴³ Dostupné z https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Shapiro%E2%80%93Wilk_test&oldid=837929236

HISTOGRAMY

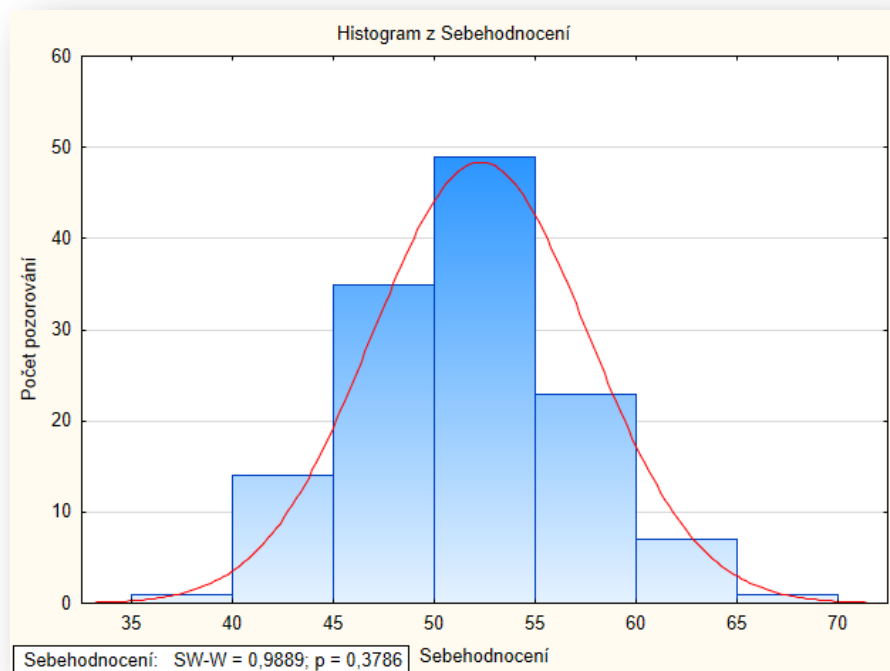
Zde uvádím grafy, které byly vytvořeny pomocí programu STATISTICA a vyjadřují četnost sledované veličiny v daném intervalu. Z grafů je hezky vidět zda soubor splňuje podmínky normálního rozdělení. Hodnoty, které jsou uvedeny dole v grafu (SW-W, p), jsou shrnuty výše v tabulce č. 1. Pořadí grafů souhlasí s pořadím souborů v tabulce č. 1. První tři histogramy vizualizují soubory z dotazníku SLSC-R a ostatní z dotazníku na Instagram.



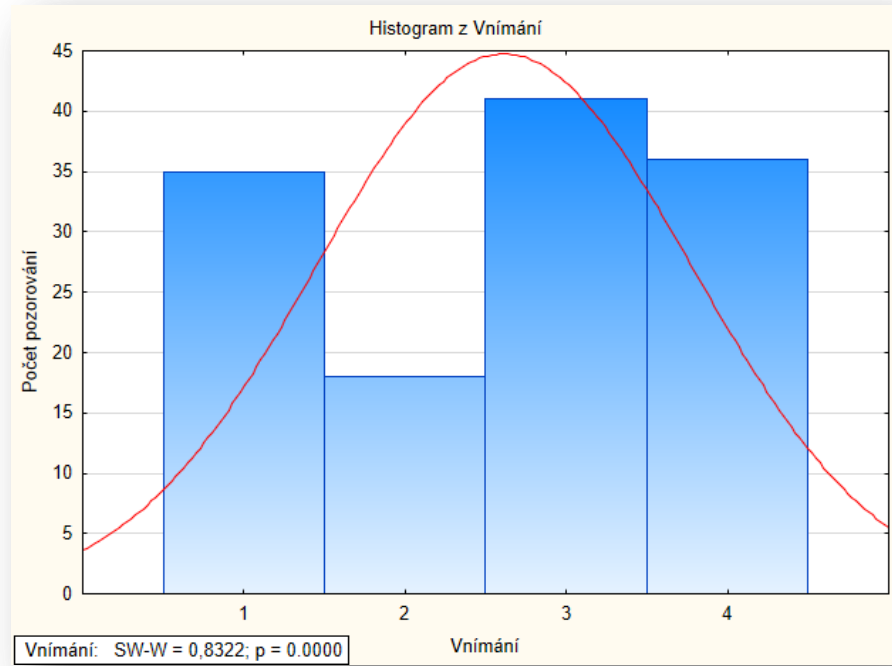
Histogram č. 1 – škála (dimenze) seběpřijetí



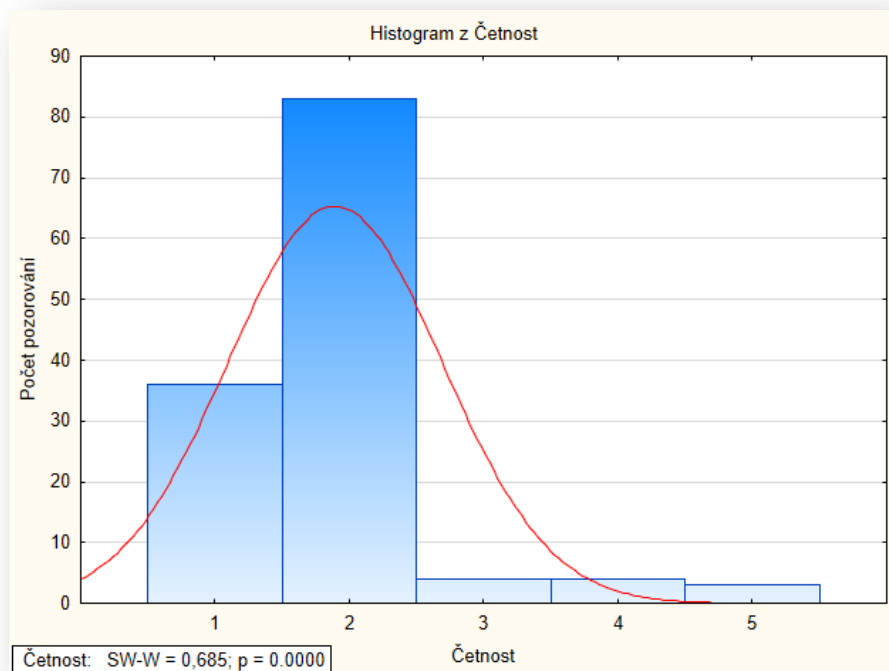
Histogram č. 2 - škála (dimenze) výkonové kompetence



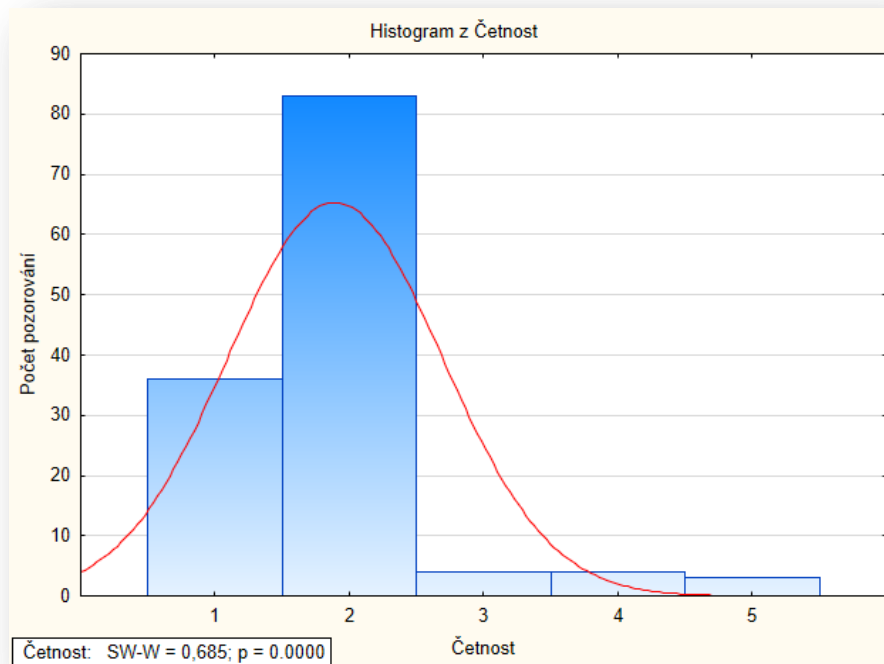
Histogram č. 3 - sebehodnocení celkové



Histogram č. 4 - čas strávený na Instagramu



Histogram č. 5 - četnost přidávání příspěvků



Histogram č. 6 - četnost přidávání příspěvků

Zdroj: software STATISTICA (verze 12)

H1: Dívky s nižším sebehodnocením tráví na Instagramu více času než dívky se sebehodnocením vyšším.

Dílčí hypotézy jsou:

H1a: Dívky s nižším sebedřívjetím tráví na Instagramu více času než dívky se sebedřívjetím vyšším.

H1b: Dívky s nižší výkonovou kompetencí tráví na Instagramu více času než dívky s vyšší výkonovou kompetencí vyšším.

Hypotéza	1. soubor	2. soubor	Normalita dat 1. souboru	Normalita dat 2. souboru	Korelační koeficient
H1	Sebehodnocení	Instagram	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův
H1a	Sebedřívjetí	Instagram	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův
H1b	Výkon. komp.	Instagram	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův

Tabulka č. 2 - Určení typu koeficientu u H1, H1a, H1b

Instagram vyjadřuje intenzitu užívání Instagramu.

Výsledky normality dat souborů byly získány z tabulky č. 1.

Výsledky testu významnosti výběrového korelačního koeficientu pro H1, H1a, H2b:

Hypotéza	Korelační koeficient	Testové kritérium, <i>t</i>	p-value	Významnost
H1	-0,0827	-0,9384	0,1749	Neprokázána
H1a	-0,1006	-1,1442	0,1273	Neprokázána
H1b	-0,0186	-0,2101	0,4170	Neprokázána

Tabulka č. 3 – ověření hypotéz H1, H1a, H1b

Při zvolené hladině významnosti 5 % (0,05) se nám u všech výše zmíněných hypotéz nepodařilo zamítnout nulovou hypotézu ve prospěch alternativní hypotézy, jelikož $p > \alpha$, tedy jsme neprokázali významnost ani jednoho korelačního koeficientu. Naše hypotéza se nepotvrdila.

Pokročilé/Vícerozměrné		Průmyslová statistika			Nástro
Spearmanovy korelace (Tabulka2)					
ChD vynechány párově					
Označ. korelace jsou významné na hl. p <,05000					
Proměnná	Instagram	Sebehodnocení	Sebepřijetí	Výkonová kompetence	
Instagram	1,000000	-0,082657	-0,100619	-0,018566	
Sebehodnocení	-0,082657	1,000000	0,856360	0,794726	
Sebepřijetí	-0,100619	0,856360	1,000000	0,400341	
Výkonová kompetence	-0,018566	0,794726	0,400341	1,000000	

obrázek č. 2 - Spearmanovy korelace pro H1, H1a, H1b

Zdroj: software STATISTICA

H2: Dívky s nižším sebehodnocením pociťují změny ve vnímání svého vlastního těla více než dívky se sebehodnocením vyšším.

Dílčí hypotézy jsou:

H2a: Dívky s nižším sebepřijetím pociťují změny ve vnímání svého vlastního těla více než dívky vyšším sebepřijetím.

H2b: Dívky s nižší výkonovou kompetencí pociťují změny ve vnímání svého vlastního těla více než dívky s vyšší výkonovou kompetencí.

Hypotéza	1. soubor	2. soubor	Normalita dat 1. souboru	Normalita dat 2. Souboru	Korelační koeficient
H2	Sebehodnocení	Vnímání	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův
H2a	Sebepřijetí	Vnímání	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův
H2b	Výkon. komp.	Vnímání	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův

tabulka č. 4 – Určení typu koeficientu u H2,H2a,H2b

Vnímání vyjadřuje změny vnímání svého vlastního těla.

Výsledky normality dat souborů byly získány z tabulky č. 1.

Výsledky testu významnosti výběrového korelačního koeficientu pro

H2,H2a,H2b:

Hypotéza	Korelační koeficient	Testové kritérium, t	p-value	Významnost
H2	0,2063	2,3859	0,9907	Neprokázána
H2a	0,2891	3,4164	0,9996	Neprokázána
H2b	0,0765	0,8677	0,8064	Neprokázána

tabulka č. 5 – ověření hypotéz H2, H2a,H2b

Při zvolené hladině významnosti 5 % (0,05) se nám u všech výše zmíněných hypotéz nepodařilo zamítnout nulovou hypotézu ve prospěch alternativní hypotézy, jelikož $p > \alpha$, tedy jsme neprokázali významnost ani jednoho korelačního koeficientu.

Pokročilé/Vícerozměrné		Průmyslová statistika			Nástroje
Spearmanovy korelace (Tabulka6)					
ChD vynechány párově					
Označ. korelace jsou významné na hl. $p < ,05000$					
Proměnná	Vnímání změn	Sebepřijetí	Výkonová kompetence	Sebehodnocení	
Vnímání změn	1,000000	0,289081	0,076472	0,206345	
Sebepřijetí	0,289081	1,000000	0,400341	0,856360	
Výkonová kompetence	0,076472	0,400341	1,000000	0,794726	
Sebehodnocení	0,206345	0,856360	0,794726	1,000000	

Obrázek č. 3 - Spearmanovy korelace pro H2, H2a, H2b

Zdroj: software STATISTICA

H3: Dívky, které mají stálého partnera, tráví na Instagramu méně času než dívky nezadané.

Kontingenční tabulka s daty:

	Ano	Ne	Celkem
Několikrát za týden	1	7	8
Méně než 3x denně	9	14	23
Zhruba 5x denně	8	14	22
V průběhu celého dne	29	48	77
Celkem	47	83	130

Tabulka č. 6 – data z dotazníku na Instagram v kontingenční tabulce

Výsledky testu významnosti výběrového korelačního koeficientu pro H3:

Hypotéza	Testové kritérium, χ^2	p-value	Významnost
H3	1,1214	0,7719	Neprokázána

Tabulka č. 7 ověření hypotézy H3.

Při zvolené hladině významnosti 5 % (0,05) se nám u výše zmíněné hypotézy nepodařilo zamítnout nulovou hypotézu ve prospěch alternativní hypotézy, jelikož $p > \alpha$, tedy jsme neprokázali závislost.

H4: Dívky s vyšším sebehodnocením přidávají své příspěvky častěji oproti dívkám s nižším sebehodnocením.

Dílčí hypotézy jsou:

H4a: Dívky s vyšším sebezpřijetím přidávají své příspěvky častěji oproti dívkám s nižším sebezpřijetím.

H4b: Dívky s vyšší výkonovou kompetencí přidávají své příspěvky častěji oproti dívkám s nižší výkonovou kompetencí.

Hypotéza	1. soubor	2. soubor	Normalita dat 1. souboru	Normalita dat 2. Souboru	Korelační koeficient
H4	Sebehodnocení	Četnost	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův
H4a	Sebezpřijetí	Četnost	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův
H4b	Výkon. komp.	Četnost	PLATÍ	NEPLATÍ	Spearmanův

Tabulka č. 8 – typ koeficientu pro H4, H4a, H4b

Četnost vyjadřuje, jak často dívky přidávají své příspěvky.

Výsledky normality dat souborů byly získány z tabulky č. 1.

Výsledky testu významnosti výběrového korelačního koeficientu pro H4,

H4a,H4b:

Hypotéza	Korel. koef.	Test. krit., t	p-value	Významnost
H4	0,1156	1,3167	0,0951	Částečně prokázána
H4a	0,0284	0,3210	0,3744	Neprokována
H4b	0,1334	1,5232	0,0651	Částečně prokázána

tabulka č. 9 - ověření hypotéz H4,H4a,H4b

Hypotézy H4 a H4b byly prokázány pouze z části dle zvolené hladiny významnosti. Při hladině významnosti 5 % (0,05) se nám u všech výše zmíněných hypotéz nepodařilo zamítnout nulovou hypotézu ve prospěch alternativní hypotézy, jelikož $p > \alpha$, tedy jsme neprokázali významnost ani jednoho korelačního koeficientu. Nicméně na hladině významnosti 10 % (0,10) bychom u hypotéz H4 a H4b nulovou hypotézu zamítli ve prospěch alternativní hypotézy, jelikož $p < \alpha$, a tak by se tyto hypotézy potvrdily.

Pokročilé/Vícerozměrné		Průmyslová statistika		
Spearmanovy korelace (Tabulka8)				
ChD vynechány párově				
Označ. korelace jsou významné na hl. $p < ,05000$				
Proměnná	Četnost	Sebepřijetí	Výkoná kompetence	Sebehodnocení
Četnost	1,000000	0,028358	0,133432	0,115603
Sebepřijetí	0,028358	1,000000	0,400341	0,856360
Výkoná kompetence	0,133432	0,400341	1,000000	0,794726
Sebehodnocení	0,115603	0,856360	0,794726	1,000000

7.2 Diskuze

Hlavním cílem této práce bylo zjistit souvislost míry sebehodnocení pozdně adolescentních dívek s užíváním sociální sítě Instagram v českém prostředí. Výchozím a inspirujícím výzkumem v této práci pro stanovení třech mých hypotéz je studie C. S. Andreassen et al. (2016). V rámci této studie zjistil několik aspektů, které silně souvisely se závislostním chováním na sociálních sítích. Dle dostupné literatury je jedním ze znaků závislosti intenzita užívání sociální sítě. Mým osobním předpokladem, stěžejním pro tuto práci je, že adolescentní dívky s nižší mírou sebehodnocení budou na Instagramu trávit více času oproti dívkám, které mají sebehodnocení vyšší.

Jako velmi přínosné shledávám použití dvojdimenzionálního dotazníku SLSC-R (Tafarodi & Swann, 2001), který zpřesňuje moje výsledky a uvádí v nich navíc skóre v obou dimenzích odděleně. Pozdně adolescentní dívky v mé výzkumné sondě získaly o něco vyšší skóre v dimenzi výkonové kompetence než v dimenzi sebezpřijetí (příloha č. 3). Tento výsledek ukazuje, že dívky hodnotí lépe svou schopnost dosahovat požadovaných výsledků než svou hodnotu, žádoucnost a přijatelnost zvnitřněnou skrze druhé.

Celkové průměrné skóre z tohoto dotazníku z obou škál dohromady bylo 52 (příloha č. 3), mohu tedy shrnout, že celkové sebehodnocení adolescentních dívek v mém výzkumném vzorku je lehce nadprůměrné (jelikož maximální počet bodů mohl být 80).

Hlavní předností výzkumné sondy byl poměrně velký počet dotazníků, které jsem obdržela k následnému vyhodnocování. Šíření dotazníků prostřednictvím sociálních sítí jako je Facebook a Instagram jsem využila záměrně z důvodu rychlejšího přenosu dat. Potvrdil se můj předpoklad, že toto téma vyvolá u adolescentních dívek velký zájem a budou motivovány k vyplnění mého dotazníku.

Největším přínosem, ale zároveň i limitem této bakalářské práce je z mého pohledu mnou vytvořený dotazník zabývající se Instagramem. Jeho psychometrické vlastnosti jako reliabilita a validita nejsou ověřeny. Na druhou stranu obsahuje celkem velký počet položek a může tak zmapovat mnoho fenoménů, které se sociální sítě Instagram týkají. Podobu tohoto dotazníku i jeho kompletní vyhodnocení jsem vložila do přílohy č.4. Ráda bych zde uvedla ta nejdůležitější zjištění, které tento dotazník v mé práci nastínil.

Z výsledků je patrné, že většina pozdně adolescentních dívek používá aplikaci Instagram v průběhu celého dne. Pro mne poměrně překvapivým výsledkem je fakt, že nejčastější činností adolescentních dívek není přidávání svých vlastních příspěvků, ale prohlížení příspěvků ostatních, což nasvědčuje velké inklinaci k sociálnímu srovnávání skrze tuto sociální síť. V obsahu příspěvků dívek se nejčastěji objevují jejich kamarádi, zde můžeme předpokládat a potvrdit sílu vrstevnické skupiny i v rámci virtuálního prostředí na Instagramu. Skoro polovinu dívek moc nezajímá, zda někdo "lajkoval" jejich příspěvek, dalo by se spekulovat, zda dívky odpovídaly opravdu upřímně. V případě, že by dívky byly na místě, kde nemohou navštívit Instagram, bylo by jim to ve většině případů jedno. Ve volném čase pozdně adolescentní dívky Instagram užívají pouze, když nemají co dělat. Největší motivací pro dívky je jednoduše zvědavost, chtějí vědět, co ostatní dělají, jednou se silných motivací je i spojení s přáteli a skoro na stejné úrovni sledování vzorů a celebrit. Výsledky ukazují, že příspěvky ostatních na Instagramu dívky subjektivně nějak ovlivňují, ale pouze na chvíli a jejich pocit rychle odezní. V problematice zpětné vazby hraje podle výsledků hlavní roli vztah k osobě, která komentář napsala, druhá nejčastější odpověď byla, že komentáře nikdy nemění pohled dívek na sebe samotné. Ohledně upravování příspěvků pomocí nejrůznějších filtrů se ve výzkumné sondě ukázalo, že dívky využívají tuto funkci jen tak pro zábavu, druhou nejčastější odpovědí bylo, že se chtějí prezentovat přirozeně a nijak příspěvky neupravují.

8 Závěr a zhodnocení výzkumu

Cílem této bakalářské práce bylo teoreticky a prakticky prozkoumat souvislost míry sebehodnocení pozdně adolescentních dívek s užíváním sociální sítě Instagram.

V teoretické části jsme se zaměřili na vymezení období adolescence, jeho hlavní charakteristiky a konkrétně období pozdní adolescence. Dále byla soustředěna pozornost na fenomén sebehodnocení, jeho aspekty a dimenze. V této části jsme se zmínili také o problematice závislosti a nadměrného užívání internetu. Důležitou součástí byla kapitola pojednávající o sebehodnocení v pozdní adolescenci a významných zdrojích jeho utváření. S tím souvisí i kapitola o procesu sociálního srovnávání, které je jedním z nepostradatelných fenoménů mezi lidmi obecně, ale u dospívajících dvakrát více. Následně byly shrnuty také charakteristiky sociální sítě Instagram, jeho historie, funkce a statistiky uživatelů (u nás i v zahraničí). Cenným přínosem teoretické části bylo shrnutí několika

zahraničních výzkumů týkajících se motivace k užívání Instagramu a také studií věnujících se mapování sebehodnocení v prostředí sociálních sítí.

V praktické části se podařilo vyhodnotit všechny stanovené hypotézy a ty mohou sloužit jako podklad pro další oblasti zkoumání v souvislosti s tématem sebehodnocení.

Překvapivým výsledkem bylo, že hypotézy **H1, H1a, H1b, H2, H2a, H2b, H3, H4a** nebyly prokázány na hladině významnosti 5 %. U hypotézy H1, u kterých jsem vycházela z výzkumu Andreassen et al. (2016), tak nemohou potvrdit souvislost mezi nízkým sebehodnocením a užíváním aplikace Instagram. Stejně tak u H3 (dívky, které mají stálého partnera, tráví na Instagramu méně času než dívky nezadané) nelze tvrdit, že přítomnost partnerství by významně souvisela s intenzitou užívání Instagramu. U hypotézy H4 (**dívky s vyšším sebehodnocením přidávají své příspěvky častěji oproti dívkám s nižším sebehodnocením**), kterou jsem stanovovala jako doplňkovou, se potvrdila statistická významnost na hladině 10%. Dá se tedy říci, že hypotéza se částečně potvrdila a vyšší sebehodnocení tedy souvisí s větší intenzitou přidávání vlastních příspěvků. Stejně tomu bylo i v případě H4b (**Dívky s vyšší výkonovou kompetencí přidávají své příspěvky častěji oproti dívkám s nižší výkonovou kompetencí**), kdy tedy můžeme shrnout, že vyšší skóre ve výkonové kompetenci koreluje s intenzitou přidávání svých příspěvků na hladině významnosti 10%.

Pokud by se dalo v této výzkumné sondě pokračovat, stálo by za to, ověřit každou hypotézu pro menší věkový rozsah. Například pouze od 15-17 let, jako mladší věkovou skupinu a od 18-21 let jako věkovou skupinu starších adolescentů. Mnou stanovený výzkumný vzorek od 15-21 let, který zahrnoval poměrně široký věkový rozptyl, mohl teoreticky výsledky zkreslit.

Výsledky této práce napovídají, že adolescentní dívky nezávisle na míře sebehodnocení v prostředí sociální sítě Instagram se porovnávají s ostatními uživateli této sítě sledováním fotografií, videí a instastories.

Tato výzkumná sonda může být zajímavá i proto, že v českém prostředí problematika sítě Instagram a souvislost jejího užívání se sebehodnocením dosud zkoumána nebyla.

Seznam použité literatury

- Blatný, M. a kol. (2010). *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: Grada.
- Hartl, P. & Hartlová, H. (2009). *Psychologický slovník*. Praha: Portál.
- Koukolík, F. (2017). *Před úsvitem, po ránu. Eseje o dětech a rodičích*. Praha: Karolinum.
- Langmeier, J. & Krejčířová, D. (2006). *Vývojová psychologie*. 2. vydání. Praha: Grada.
- Macek, P. (1999). *Adolescence: Psychologické a sociální charakteristiky dospívajících*. Praha: Portál.
- Nakonečný, M. (1998). *Základy Psychologie*. Praha: Academia.
- Pospíšilová, M. (2016). *Facebooková (ne) závislost Identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Karolinum.
- Smékal, V. (2009). *Pozvání do psychologie osobnosti: člověk v zrcadle vědomí a jednání*. Brno: Barrister & Principal.
- Ševčíková, A. a kol. (2014). *Děti a dospívající online: Vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada.
- Suchá, J., & Dolejš, M. (2016). *Agresivita, depresivita, sebehodnocení u českých adolescentů*. Univerzita Palackého v Oloumouci.
- Thorová, K. (2015). *Vývojová psychologie: Proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál.
- Tyrlík, M. & Macek, P. & Širůček, J. (2010). *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. Brno: Masarykova Univerzita.
- Vašutová, M. & Panáček, M. (2013). *Mezi dětstvím a dospělostí. Vybrané kapitoly z psychologie adolescence*. Ostravská univerzita.
- Vágnerová, M. (2012). *Dětství a dospívání*. Praha: Karolinum.
- Výrost, J. & Slaměník, I. (Eds.). (2008). *Sociální psychologie*. 2. vydání. Praha: Grada.

Internetové zdroje

Andreassen, C.S & Griffiths M.D The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 2017, 64, 287-293. Dostupné z

https://www.researchgate.net/profile/Mark_Griffiths2/publication/299131664

Alhabash, A., & Ma, M. (2017, 1. ledna). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses od Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? [abstrakt]. *Sage Journals*, 3(1). Dostupné z

<http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305117691544>

Barker, V. (2009, 10. dubna). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of tender, group identity, and collective self-esteem [abstrakt]. *CyberPsychology & Behavior*, 12 (2). Dostupné z

<https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.2008.0228>

Blinka, L. (2015). *Online závislosti*. Praha: Grada. Dostupné z <http://www.googlebooks.cz/>

Brown, Z. & Tiggemann, M. (2016, prosinec). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image [abstrakt]. *Body Image.*, 19, 37-43. Dostupné z <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144516300936>

Burian, P. (2014). *Internet inteligentních aktivit*. Praha: Grada. Dostupné z <http://www.googlebooks.cz/>

Cheung, T. T.(2014). A study of motives, usage, self-presentation and number of Followers on instagram [abstrakt]. *Discovery- SS Student E-Journal*, 3,1-35. Dostupné z <http://ssweb.cityu.edu.hk/download/RS/E-Journal/Vol3/journal1.pdf>

Co je Instagram? (2016). *Poradte mi...* [website]. Dostupné z <http://www.poradtemi.info/co-je-instagram/>

Filip, J. (2017, 26. května). Které sociální sítě vás ovlivňují pozitivně a které negativně? Průzkumem budete překvapěni. *LetemSvětmapplem* [website]. Dostupné z <https://www.letemsvetemapplem.eu/2017/05/26/ktere-socialni-site-vas-ovlivnuji-pozitivne-a-ktere-negativne-pruzkumem-budete-prekvapeni/>

- Instagram. (2018, 28. června). *Wikipedie: Otevřená encyklopedie* [website]. Získáno 10:53, 4. 07. 2018 z <https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Instagram&oldid=16203905>
- Kočí, M. (2017, 3. května). Sociální síť Instagram používá už 40% Čechů. *pctuning* [website] Dostupné z https://pctuning.tyden.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=46475&catid=1&Itemid=57
- Konstrukce dotazníku [dokument Word]. (n.d). Dostupné z webových stránek Pedagogické fakulty Univerzity Karlovy: <http://kps.pedf.cuni.cz/skalouda/dotaznik.doc>
- LAGORIO, Christine. (2012, 9. dubna). Kevin Systrom and Mike Krieger, Founders of Instagram. *Inc.* [website]. Dostupné z <https://www.inc.com/30under30/2011/profile-kevin-systrom-mike-krieger-founders-instagram.html>
- Lee, E., et al. (2015, září). Picture speak louder than words: Motivations for using Instagram [abstrakt]. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556. Dostupné z <https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2015.0157>
- Lorenc, J. (2017, 25. dubna). Jak se daří jednotlivým sociálním sítím. *LinkedIn* [website]. Dostupné z <https://cz.linkedin.com/pulse/jak-se-daří-jednotlivým-sociálním-sítím-v-české-republice-jakub-lorenc>
- Machanová, M. (2009). *Fenomén sebehodnocení: Psychometrická analýza dotazníku SLCS-R*. Diplomová práce. Filozofická fakulta Masarykovy univerzity, Brno [online]. Dostupné z https://is.muni.cz/th/124096/ff_m/
- Mazániková, Nika. (2016). *Vztah sebehodnocení a náhledu na vybrané sociální atributy mladé dospělosti v adolescenci*. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. [online]. Dostupné z https://is.muni.cz/th/75577/fss_b_a2/
- Lenhart, A. (2015, 9. dubna). Mobile Access Shifts Social Media Use and Other Online Activities. *Pew research Center* [website]. Dostupné z <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/mobile-access-shifts-social-media-use-and-other-online-activities/>

Pírek, Š. (2018, 4. dubna). Instagram: mocný nástroj pro employer branding. *Vše o marketingu pro personalisty* [website]. Dostupné z <https://www.personalni-marketing.cz/instagram-mocny-nastroj-pro-employer-branding/>

Pravidla komunity. (2018). *Instagram: Centrum soukromí a bezpečnosti*. [website] Dostupné z https://help.instagram.com/477434105621119?helpref=page_content

Reichel, J. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada. Dostupné z www.googlebooks.cz

Sheldon, P. & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. [abstrakt]. *Computers in Human Behavior*, 58. 89-97. Dostupné z https://www.researchgate.net/publication/289122439_Instagram_Motives_for_its_use_and_relationship_to_narcissism_and_contextual_age

Sochor, T. (2018, 19. ledna). Používáte často Instagram? Vaši kamarádi to nyní mohou jednoduše zjistit. *FreshTag* [website]. Získáno 13:20, 17. 6. 2018 z <https://freshtag.cz/nova-funkce-instagramu-nyni-ukazuje-jak-casto-aplikaci-pouzivate/>

Sociální síť. (2018, 7. května). *Wikipedie: Otevřená encyklopedie* [website]. Získáno 10:30, 1. 07. 2018 z https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Soci%C3%A1ln%C3%AD_s%C3%AD%C5%A5&oldid=16069283

Tafarodi, R. & W., Swann, W., B., Jr. (2001). Two-dimensional self-esteem: theory and measurement. *Personality and Individual Differences*, 31, 653-673. Dostupné z <http://www.psych.utoronto.ca/users/tafarodi/Papers/PID01.pdf>

Tachenová, K. (2018, 30. června). Instagram představuje skupinové videohovory a nové efekty ve Stories. *m-journal* [website]. Získáno 16:55, 7.7 2018 z https://www.m-journal.cz/cs/aktuality/instagram-predstavuje-skupinove-videohovory-a-nove-efekty-ve-stories_s288x13801.html

Teorie sociálního srovnávání. (18. 08. 2013). *Wikipedie: Otevřená encyklopedie* [website]. Získáno 12:52, 10. 07. 2018 z https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Teorie_soci%C3%A1ln%C3%ADho_srovn%C3%A1v%C3%A1n%C3%AD&oldid=10650791

365tipu. (2016, 8. října). TIP#652: Kolik uživatelů má český Instagram a jak je to s věkovým složením uživatelů. [@365tipu](https://www.365tipu.cz) [website] Dostupné z <https://365tipu.cz/2016/11/08/tip652-kolik-uzivatelu-ma-cesky-instagram-a-jak-je-to-s-vekovym-slozenim-uzivatelu/>

Urban, L. (2017). *SOCIOLOGIE:Klíčová témata a pojmy*. Praha: Grada. Dostupné z <https://books.google.cz/>

Valkenburg, P.M., & Peter, J., & Schouten, A. P. (2006, 11. října). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem [abstrakt]. *CyberPsychology & Behaviour*, 9.5, 584-590. Dostupné z <https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.2006.9.584>

Wikipedia contributors. (2018, May 19). Spearman's rank correlation coefficient. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Retrieved 09:33, July 29, 2018, from https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Spearman%27s_rank_correlation_coefficient&oldid=841994032

Wikipedia contributors. (2018, July 15). Pearson correlation coefficient. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Retrieved 11:41, July 29, 2018, from https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Pearson_correlation_coefficient&oldid=850451308

Wikipedia contributors. (2017, October 20). Yates's correction for continuity. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Retrieved 11:47, July 29, 2018, from https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Yates%27s_correction_for_continuity&oldid=806197753

Wikipedia contributors. (2018, April 12). Pearson's chi-squared test. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Retrieved 11:58, July 29, 2018, from https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Pearson%27s_chi-squared_test&oldid=836064929

Systrom, K. (2011, 12. ledna). What is the genesis of Instagram? *Quora* [website] Dostupné z <https://www.quora.com/Instagram-company/What-is-the-genesis-of-Instagram>

Zlatkovský, M. (2017, 2. května). Facebook už není pro mladý. Přichází Instagram. *irozhlas* [website]. Získáno 12. června z https://www.irozhlas.cz/komentare/facebook-uz-neni-pro-mlady-prichazi-instagram_1705021130_zlo

Zuo, A. (2014). Measuring up: Social comparisons on Facebook and contributions to self – esteem and mental health. Dostupné z <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/107346/zuo.finalthesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Přílohy

Příloha č. I

SLSC-R dotazník- všechny verze

<i>Původní anglická verze (Tafarodi, Swann, 2001)</i>	<i>Česká verze (Machanová, 2009)</i>	<i>Mnou upravená (červeně) česká verze pro použití dotazník (modře Nika Mazániková 2015)</i>
I tend to devalue myself. (L—)	Mám sklon znevažovat svou osobu.	Mám sklon ke znevažování své vlastní osoby.
I am highly effective at the things I do. (C+)	V tom, co dělám, jsem vysoce efektivní.	V tom, co dělám, jsem vysoce efektivní.
I am very comfortable with myself. (L+)	Jsem velmi spokojený/á s tím jaký/á jsem.	Jsem sám/sama se sebou velmi spokojený/á.
I am almost always able to accomplish what I try for. (C+)	Téměř vždy jsem schopen/schopna dosáhnout toho, o co se snažím.	Téměř vždy jsem schopen/schopna dosáhnout toho, o co se snažím.
I am secure in my sense of self-worth. (L+)	Důvěřuji svému smyslu pro sebeúctu.	Věřím, že jako člověk mám svou hodnotu.
It is sometimes unpleasant for me to think about myself. (L—)	Někdy je mi nepříjemné o sobě přemýšlet.	Někdy je mi nepříjemné o sobě přemýšlet.
I have a negative attitude toward myself. (L—)	Mám k sobě negativní postoj.	Zaujímám sám/sama k sobě negativní postoj
At times, I find it difficult to achieve the things that are important to me. (C—)	Někdy zjišťuji, že je pro mě obtížné dosáhnout něčeho, co je pro mě důležité.	Někdy mi připadá, že je pro mě obtížné dosáhnout něčeho, co je pro mě důležité.
I feel great about who I am. (L+)	Cítím se skvěle tím, kým jsem.	Cítím se skvěle takový/taková jaký/jaká jsem.
I sometimes deal poorly with challenges. (C—)	Někdy nedokážu dobře využít životních příležitostí.	Někdy nedokážu dobře využít životních výzev.
I never doubt my personal	Nikdy nepochybuji o své	Nikdy nepochybuji o své vlastní

worth. (L+)	osobní hodnotě.	hodnotě.
I perform very well at many things. (C+)	V mnoha věcech si vedu velmi dobře.	V mnoha ohledech si vedu velmi dobře.
I sometimes fail to fulfill my goals. (C—)	Někdy se mi nedaří naplňovat své cíle.	Někdy se mi nedaří naplňovat své cíle.
I am very talented. (C+)	Jsem velmi talentovaný/á.	Jsem velmi talentovaný/á.
I do not have enough respect for myself. (L—)	Dostatečně si sám/a sebe nevážím.	Dostatečně si sám/a sebe nevážím.
I wish I were more skillful in my activities. (C—)	Přál/a bych si být dovednější v tom, co dělám.	Přál/a bych si být obratnější v tom, co dělám.

Příloha č. II

Osobně vytvořený dotazník na sociální síť Instagram

Vážené studentky,

Obracím se na Vás se žádostí o vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je věnován problematice mobilní aplikace Instagram v životě adolescentek a získané informace budou sloužit jako podklady pro mou bakalářskou práci. Dotazník je zcela anonymní, budu po Vás chtít pouze informace o věku, typu vzdělání a které jsou potřebné pro vyhodnocování. Vyplnění je naprosto dobrovolné. Na vyplnění dotazníku máte času, kolik potřebujete. Prosím odpovídejte co nejpřesněji a moc nad otázkami nepřemýšlejte.

Děkuji Vám za ochotu.

Lucie Trojanová

1. Kolik je Vám let?

.....

2. Typ vzdělání, které navštěvujete? (škola a obor)

.....

3. Do jakého ročníku chodíte? (vyberte jen jednu odpověď)

- 1. ročník
- 2. ročník
- 3. ročník
- 4. ročník
- Vysoká škola

4. Jak často užíváte mobilní aplikaci Instagram?
 - V průběhu celého dne
 - Zhruba 5x denně
 - Méně než 3x denně
 - Několikrát za týden
 - Jen o víkendu
 - Zhruba 1 den v týdnu

5. Jaké činnosti na Instagramu nejčastěji děláte?
 - Prohlížím fotky, videa a instastories ostatních
 - Přidávám své fotky a videa
 - Přidávám instastories
 - S někým si dopisuji (chatuji)

6. Jak často přidáváte své vlastní fotky, videa nebo instastories ?
 - Několikrát denně
 - 1 x za den
 - Skoro každý den
 - několikrát za týden
 - Nepřidávám vůbec

7. Jaký typ fotografie, videa či instastories nejčastěji přidáváte?
 - Svůj obličej
 - Svou postavou
 - Já s Kamarády
 - Přírodu
 - Rodinu
 - Partnera

8. Jak často sledujete, zda někdo laikoval vaši fotku či video?
 - Každých 10 minut
 - Každou půlhodinu
 - zhruba každé 2 hodiny
 - 3x za den
 - Moc mě to nezajímá.

9. V jaké části nejčastěji navštěvujete Instagram ?
- Hned ráno, jak se probudím.
 - U snídaně.
 - V průběhu dopoledne.
 - V průběhu odpoledne.
 - Večer.
10. Jak se cítíte, když jste na místě, kde nemůžete navštívit Instagram
- Je mi to jedno.
 - Cítím se osamělá.
 - Cítím se nervózní.
 - Nudím se.
 - Usilovně přemýšlím, kde bych se mohla připojit.
 - Aktivně hledám, kde bych se mohla připojit.
11. Jaký význam má užívání Instagramu ve vašem volném čase ?
- velkou, je to součást mého života, nedělám skoro nic jiného
 - střední, v mém životě mám jeden velký koníček, kterému se věnuji
 - malou, věnuji se spíše rodině, přátelům a několika koníčkům
 - Instagram používám, jen když zrovna nemám co dělat.
12. Máte momentálně stálého partnera?
- Ano
 - Ne
13. Jaký je váš průměrný počet laiků u vašich příspěvků?
- 15- 20
 - 21- 40
 - 41- 60
 - 60 – 80
 - 80- 100
 - Více než 100
14. Za jakým účelem navštěvují Instagram?
- Chci vědět, co ostatní dělají.
 - Díky Instagramu jsem ve spojení s přáteli.
 - Sleduji hlavně mé vzory a celebrity, chci se inspirovat.
 - Chci se zviditelnit. Chci být viděna.
 - Je to populární. Všichni moji kamarádi mají instagam.
 - Jinak se cítím osamělá.
 - Propaguji zde svoje umělecké nadání - profí fotografie či videa.
 -

15. Cítíte se jako uživatel Instagramu být lepším a spokojenějším člověkem?
- Ano vždy
 - Někdy
 - Vzácně
 - Ne
 - Nikdy jsem nad tím nepřemýšlel/a.
16. Záleží vám na tom, jak sami sebe prezentujete na Instagramu?
- Ano, vždy si dávám velký pozor, co zveřejním.
 - Často váhám, zda něco zveřejním či ne.
 - Většinou moc nepřemýšlím, co zveřejním.
 - Je mi to jedno.
17. Jak se cítíte, když Vás přítel neoznačí na fotografii, kde jste také?
- Cítím se smutně.
 - Cítím se rozzlobeně.
 - Cítím se být neviditelnou.
 - Nevadí mi to.
 - Jsem ráda, že mě neoznačil.
18. Objevují se u Vás změny ve vnímání svého vlastního těla na základě příspěvků, které vidíte na Instagramu?
- Ano, své tělo vnímám jinak.
 - Někdy, ale můj pocit rychle odezní.
 - Vzácně.
 - Žádné změny ve vnímání svého těla nepocítuji.
19. Mění komentáře ostatních uživatelů Instagramu k vašemu příspěvku Váš pohled na vás samotné?
- Ano, mění ho negativním způsobem.
 - Ano, mění ho pozitivním způsobem.
 - Často se nad sebou zamyslím.
 - Někdy, záleží na vztahu k osobě, které psala komentář.
 - Vzácně.
 - Nikdy
20. Upravujete často vaše obrázky, které chcete sdílet na Instagram?
- Ano, vždy. Cítím se lépe, když zveřejním upravený obrázek.
 - Občas obrázek upravím, ale dělám to jen kvůli ostatním.
 - Někdy ho upravím jen tak pro zábavu.
 - Ne, obrázky neupravuji. Chci se prezentovat přirozeně.

Příloha č. III

Tabulka vyjadřující průměrnou hodnotu bodů z každé škály sebehodnocené zvlášť (sebeřijetí a kompetence).

Soubor	Celkový průměr bodů
sebehodnocení	52,19
sebeřijetí	24,96
kompetence	27,22

Příloha č. IV.



Příloha č.IV.docx



Příloha č.IV.pdf

(Kliknutím na ikonu zobrazíte přílohu).

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno a příjmení autorky: Lucie Trojanová

Studijní program: prezenční, B7701

Studijní obor: Psychologie

Název práce: Charakteristika sebehodnocení v období pozdní adolescence u dívek v souvislosti s užíváním sociální sítě Instagram.

Vedoucí práce: Doc., PhDr. Jaroslav Kořa

Rok dokončení práce: 2018

Počty znaků hlavního textu práce (včetně literatury, bez příloh)

Přímé citace: 7816

Ostatní text: 89 555

Celkový počet znaků: 97 371

Názvy souborů umístěných na doprovodném CD

Text práce ve formátu PDF:

BP_TrojanovaL2018_Sebehodnocení_Instagram.pdf

Text práce ve formátu DOC nebo DOCX:

BP_TrojanovaL2018_Sebehodnocení_Instagram.doc

Další soubory:

Příloha_č.I.doc, Příloha_č.II.doc, Příloha_č.III.doc, Příloha_č.IV.doc

Příloha_č.I.pdf, Příloha_č.II.pdf, Příloha_č.III.pdf, Příloha_č.IV.pdf

Přílohy

Příloha č. I

SLSC-R dotazník- všechny verze

<i>Původní anglická verze (Tafarodi, Swann, 2001)</i>	<i>Česká verze (Machanová, 2009)</i>	<i>Mnou upravená (červeně) česká verze pro použitý dotazník (modře Nika Mazániková 2015)</i>
I tend to devalue myself. (L—)	Mám sklon znevažovat svou osobu.	Mám sklon ke znevažování své vlastní osoby.
I am highly effective at the things I do. (C+)	V tom, co dělám, jsem vysoce efektivní.	V tom, co dělám, jsem vysoce efektivní.
I am very comfortable with myself. (L+)	Jsem velmi spokojený/á s tím jaký/á jsem.	Jsem sám/sama se sebou velmi spokojený/á.
I am almost always able to accomplish what I try for. (C+)	Téměř vždy jsem schopen/schopna dosáhnout toho, o co se snažím.	Téměř vždy jsem schopen/schopna dosáhnout toho, o co se snažím.
I am secure in my sense of self-worth. (L+)	Důvěřuji svému smyslu pro sebeúctu.	Věřím, že jako člověk mám svou hodnotu.
It is sometimes unpleasant for me to think about myself. (L—)	Někdy je mi nepříjemné o sobě přemýšlet.	Někdy je mi nepříjemné o sobě přemýšlet.
I have a negative attitude toward myself. (L—)	Mám k sobě negativní postoj.	Zaujímám sám/sama k sobě negativní postoj
At times, I find it difficult to achieve the things that are important to me. (C—)	Někdy zjišťuji, že je pro mě obtížné dosáhnout něčeho, co je pro mě důležité.	Někdy mi připadá, že je pro mě obtížné dosáhnout něčeho, co je pro mě důležité.
I feel great about who I am. (L+)	Cítím se skvěle tím, kým jsem.	Cítím se skvěle takový/taková jaký/jaká jsem.
I sometimes deal poorly with challenges. (C—)	Někdy nedokážu dobře využít životních příležitostí.	Někdy nedokážu dobře využít životních výzev.

I never doubt my personal worth. (L+)	Nikdy nepochybuji o své osobní hodnotě.	Nikdy nepochybuji o své vlastní hodnotě.
I perform very well at many things. (C+)	V mnoha věcech si vedu velmi dobře.	V mnoha ohledech si vedu velmi dobře.
I sometimes fail to fulfill my goals. (C—)	Někdy se mi nedaří naplňovat své cíle.	Někdy se mi nedaří naplňovat své cíle.
I am very talented. (C+)	Jsem velmi talentovaný/á.	Jsem velmi talentovaný/á.
I do not have enough respect for myself. (L—)	Dostatečně si sám/a sebe nevážím.	Dostatečně si sám/a sebe nevážím.
I wish I were more skillful in my activities. (C—)	Přál/a bych si být dovednější v tom, co dělám.	Přál/a bych si být obratnější v tom, co dělám.

Příloha č. II

Osobně vytvořený dotazník na sociální síť Instagram

Vážené studentky,

Obracím se na Vás se žádostí o vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je věnován problematice mobilní aplikace Instagram v životě adolescentek a získané informace budou sloužit jako podklady pro mou bakalářskou práci. Dotazník je zcela anonymní, budu po Vás chtít pouze informace o věku, typu vzdělání a které jsou potřebné pro vyhodnocování. Vyplnění je naprosto dobrovolné. Na vyplnění dotazníku máte času, kolik potřebujete. Prosím odpovídejte co nejpřesněji a moc nad otázkami nepřemýšlejte.

Děkuji Vám za ochotu.

Lucie Trojanová

1. Kolik je Vám let?

.....

2. Typ vzdělání, které navštěvujete? (škola a obor)

.....

3. Do jakého ročníku chodíte? (vyberte jen jednu odpověď)

- 1. ročník
- 2. ročník
- 3. ročník
- 4. ročník
- Vysoká škola

4. Jak často užíváte mobilní aplikaci Instagram?

- V průběhu celého dne
- Zhruba 5x denně
- Méně než 3x denně
- Několikrát za týden
- Jen o víkendu
- Zhruba 1 den v týdnu

5. Jaké činnosti na Instagramu nejčastěji děláte?

- Prohlížím fotky, videa a instastories ostatních
- Přidávám své fotky a videa
- Přidávám instastories
- S někým si dopisuji (chatuji)

6. Jak často přidáváte své vlastní fotky, videa nebo instastories ?

- Několikrát denně
- 1 x za den
- Skoro každý den
- několikrát za týden
- Nepřidávám vůbec

7. Jaký typ fotografie, videa či instastories nejčastěji přidáváte?

- Svůj obličej
- Svou postavou
- Já s Kamarády
- Přírodu
- Rodinu
- Partnera

8. Jak často sledujete, zda někdo laikoval vaši fotku či video?

- Každých 10 minut
- Každou půlhodinu
- zhruba každé 2 hodiny
- 3x za den
- Moc mě to nezajímá.

9. V jaké části nejčastěji navštěvujete Instagram ?

- Hned ráno, jak se probudím.
- U snídaně.
- V průběhu dopoledne.
- V průběhu odpoledne.
- Večer.

10. Jak se cítíte, když jste na místě, kde nemůžete navštívit Instagram

- Je mi to jedno.
- Cítím se osamělá.
- Cítím se nervózní.
- Nudím se.
- Usilovně přemýšlím, kde bych se mohla připojit.
- Aktivně hledám, kde bych se mohla připojit.

11. Jaký význam má užívání Instagramu ve vašem volném čase ?

- velkou, je to součást mého života, nedělám skoro nic jiného
- střední, v mém životě mám jeden velký koníček, kterému se věnuji
- malou, věnuji se spíše rodině, přátelům a několika koníčkům
- Instagram používám, jen když zrovna nemám co dělat.

12. Máte momentálně stálého partnera?

- Ano
- Ne

13. Jaký je váš průměrný počet laiků u vašich příspěvků?

- 15- 20
- 21- 40
- 41- 60
- 60 – 80
- 80- 100
- Více než 100

14. Za jakým účelem navštěvují Instagram?

- Chci vědět, co ostatní dělají.
- Díky Instagramu jsem ve spojení s přáteli.
- Sleduji hlavně mé vzory a celebrity, chci se inspirovat.
- Chci se zviditelnit. Chci být viděna.
- Je to populární. Všichni moji kamarádi mají instagram.
- Jinak se cítím osamělá.
- Propaguji zde svoje umělecké nadání - profi fotografie či videa.
-

15. Cítíte se jako uživatel Instagramu být lepším a spokojenějším člověkem?

- Ano vždy
- Někdy
- Vzácně
- Ne
- Nikdy jsem nad tím nepřemýšlel/a.

16. Záleží vám na tom, jak sami sebe prezentujete na Instagramu?

- Ano, vždy si dávám velký pozor, co zveřejním.
- Často váhám, zda něco zveřejním či ne.
- Většinou moc nepřemýšlím, co zveřejním.
- Je mi to jedno.

17. Jak se cítíte, když Vás přítel neoznačí na fotografii, kde jste také?

- Cítím se smutně.
- Cítím se rozzlobeně.
- Cítím se být neviditelnou.
- Nevadí mi to.
- Jsem ráda, že mě neoznačil.

18. Objevují se u Vás změny ve vnímání svého vlastního těla na základě příspěvků, které vidíte na Instagramu?

- Ano, své tělo vnímám jinak.
- Někdy, ale můj pocit rychle odezní.
- Vzácně.
- Žádné změny ve vnímání svého těla nepocítuji.

19. Mění komentáře ostatních uživatelů Instagramu k vašemu příspěvku Váš pohled na vás samotné?

- Ano, mění ho negativním způsobem.
- Ano, mění ho pozitivním způsobem.
- Často se nad sebou zamyslím.
- Někdy, záleží na vztahu k osobě, které psala komentář.
- Vzácně.
- Nikdy

20. Upravujete často vaše obrázky, které chcete sdílet na Instagram?

- Ano, vždy. Cítím se lépe, když zveřejním upravený obrázek.
- Občas obrázek upravím, ale dělám to jen kvůli ostatním.
- Někdy ho upravím jen tak pro zábavu.
- Ne, obrázky neupravuji. Chci se prezentovat přirozeně.

Příloha č. III

Tabulka vyjadřující průměrnou hodnotu bodů z každé škály sebehodnocené zvlášť (sebepřijetí a kompetence).

Soubor	Celkový průměr bodů
sebehodnocení	52,19
sebepřijetí	24,96
kompetence	27,22

Příloha č.IV

Statistika respondentů

296

Počet
návštěv

130

Počet
dokončených

0

Počet
nedokončených

159

Pouze
zobrazení

43,9 %

Celková úspěšnost
vyplnění dotazníku

Výsledky

1. Kolik je Vám let?

Textová odpověď, zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

- (6x) 15
- (29x) 16
- (18x) 17
- 16 let
- (32x) 18
- (2x) Šestnáct
- (20x) 19
- (13x) 20
- (6x) 21
- Devatenáct
- 16, za dva týdny 17
- Osmnáct

2. Typ vzdělání, které navštěvujete?

Textová odpověď, zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

- gymnázium Český Brod
- (25x) Gymnázium
- SPŠST Panská- filmová a televizní tvorba
- Gymnázium Oty Pavla
- AG Štěpánská , třída s přírodovědným zaměřením
- Gymnazium Na Zatlance (klasická třída)
- Základní škola
- Jihočeská univerzita
- Kuchař číšník vystudovaná
- GNP - všeobecný
- FSV UK MV
- (6x) Všeobecné gymnázium
- (4x) Gymnazium
- ČVUT FEL EK
- gymnázium všeobecné
- vysoká škola
- Střední-zlatník klenotník

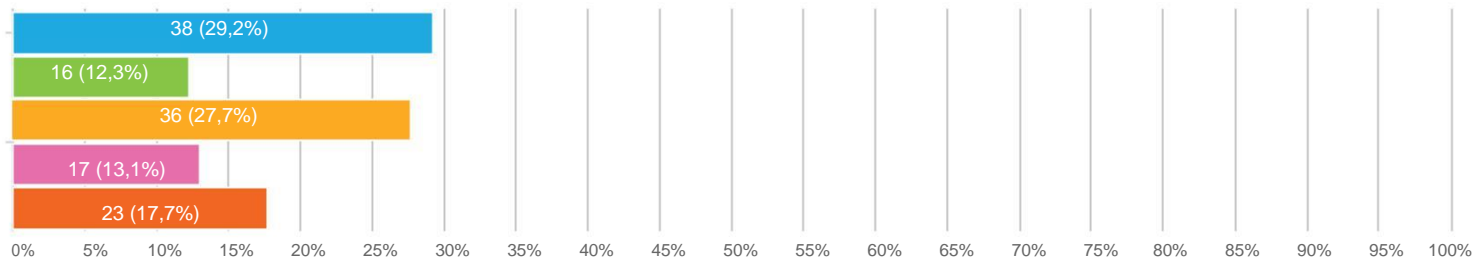
- Gymnázium, zaměřené na výtvarnou výchovu
- Gymnázium, německý obor
- Gymnázium Na Pražačce ,všeobecné
- gymnázium
- (2x) Ekonomické lyceum
- Veterina
- gymnázium
- Masarykova Střední škola chemická
- 1. Lékařská fakulta všeobecné lékařství
- Gymnázium Na Pražačce, výtvarný obor
- gymnázium, vseobecne
- Všeobecné šestileté gymnázium
- Gymnázium zamereni nj
- FF UK katedra divadelní vědy
- Letos dokončený maturitní ročník
- Esteticko výtvarné
- ČVUT, FEL, Elektrotechnika, energetika a management
- Všeobecný gympl
- Čao 5, management v reklamě a umění
- československá akademie obchodní, management v reklamě a umění
- (2x) Gymnázium všeobecné
- Střední škola průmyslová, interiérová tvorba a výroba nabytku
- (2x) Gymnázium, všeobecné
- Gymnázium Na Pražačce a výtvarné zaměření
- Gymnázium Na Pražačce, němčina
- Absolvent gymnazia
- Pedf UK, učitelství pro MŠ
- Žádné, maturantka 2018
- Fakulta sociálních věd UK, Mezinárodní studia
- Gymnázium, výtvarný obor
- Prave jsem odmaturovala na gymnaziu s rozšířenou výukou jazyku
- Česká zemědělská univerzita v Praze; Lesnictví
- (2x) Obchodní akademie
- Gymnázium na Pražačce, němčina
- Skončila jsem gympl s německým zaměřením
- Momentálně mám dokončené střední
- Střední veterinární
- Střední škola
- UCLL - business management

- VŠTE doprava a přeprava
- Gymnasium na Pražačce všeobecn3
- Vysoká škola
- SOŠ Práva a diplomacie
- Konzervator
- Zahradnice
- Univerzita Karlova, práva
- Pedagogika
- Gymnázium, zaměření na němčinu
- Konzervatoř hudba
- momentálně čekám na výsledky přijímacích zkoušek na vysokou
- Masarykova univerzita v Brně, psychologie
- (2x) Čtyřleté gymnázium
- Hellichovka - graf. design
- čtyřleté gymnázium
- Gastronomie
- Hotelová škola
- Ekonomické lyceum
- Střední odborná zdravotnická škola
- Zdravotnický asistent
- Soš pro administrativu EU; mediální komunikace
- Po maturitě
- Střední zdravotnická škola Ruská-zdravotnický asistent
- Pedagogická fakultách
- Německý obor
- SZŠ Zdravotnická
- Střední zdravotnická škola, zdravotní asistent
- GNP
- Zdravotnická, zdrav.asistent
- Střední š., obor: grafický design
- Výtvarný obor na Gymnáziu
- Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta, Zsv a občanská výchova + Dějepis se zaměřením na vzdělávání
- Mam zrovna po maturitě
- Gymnázium Na Pražačce, rozšíření o výtvarný obor
- 6 leté gymnázium se zaměřením na výtvarku
- Gymnázium - rozšířená výuka němčiny
- Gymnázium s rozšířenou výukou Nj

3. Jaký ročník ve škole navštěvujete?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

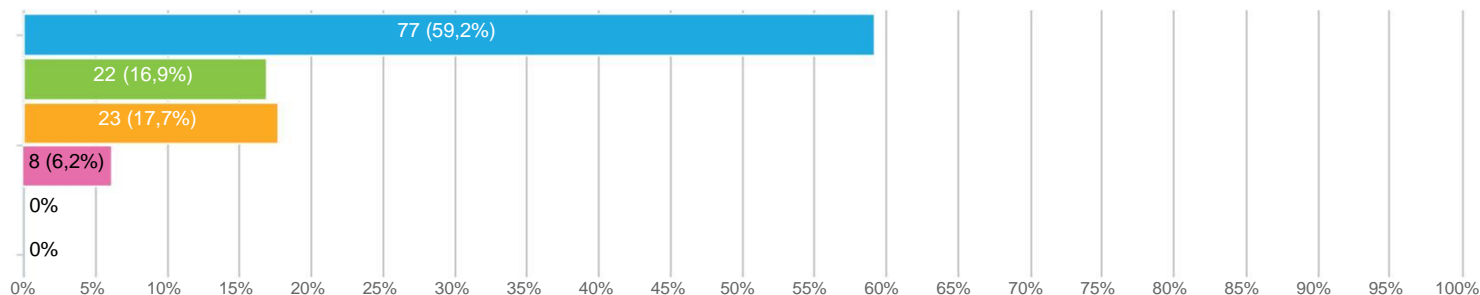
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
1. ročník SŠ	38	29,2 %
2. ročník SŠ	16	12,3 %
3.ročník SŠ	36	27,7 %
4.ročník SŠ	17	13,1 %
VŠ	23	17,7 %



4. Jak často užíváte mobilní aplikaci Instagram?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

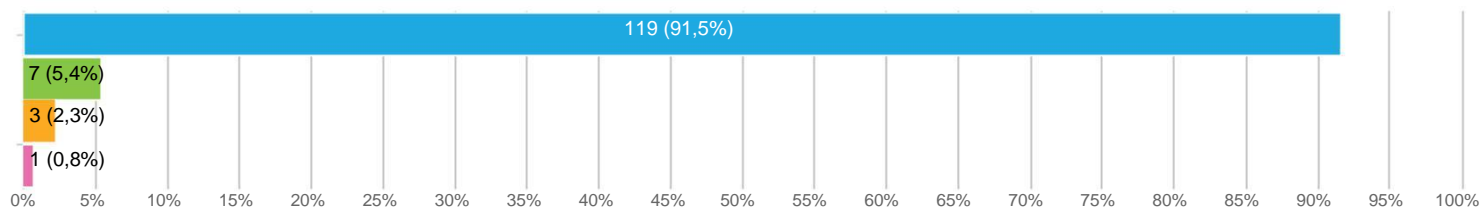
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
V průběhu celého dne	77	59,2 %
Zhruba 5x denně	22	16,9 %
Méně než 3x denně	23	17,7 %
Několikrát za týden	8	6,2 %
Jen o víkendu	0	0 %
Zhruba 1 den v týdnu	0	0 %



5. Jaké činnosti na Instagramu nejčastěji děláte?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

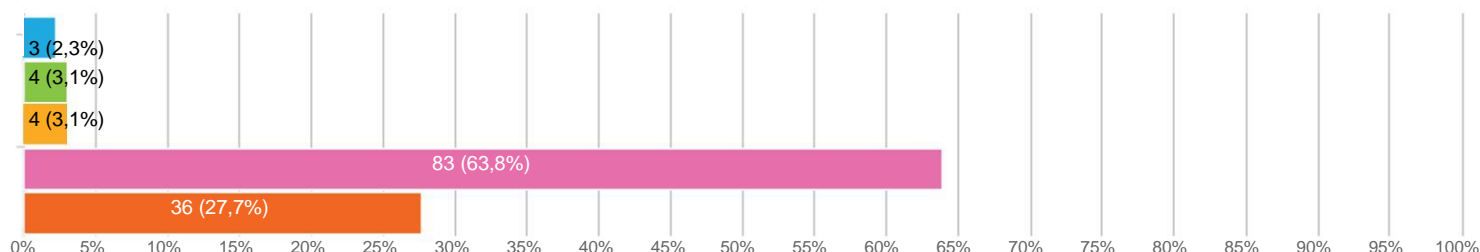
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
PROHLÍŽÍM fotky, videa a instastories ostatních	119	91,5 %
PŘIDÁVÁM své fotky a videa	7	5,4 %
PŘIDÁVÁM pouze instastories	3	2,3 %
S někým si DOPISUJI (chatuji)	1	0,8 %



6. Jak často přidáváte vlastní fotky, videa nebo instastories?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

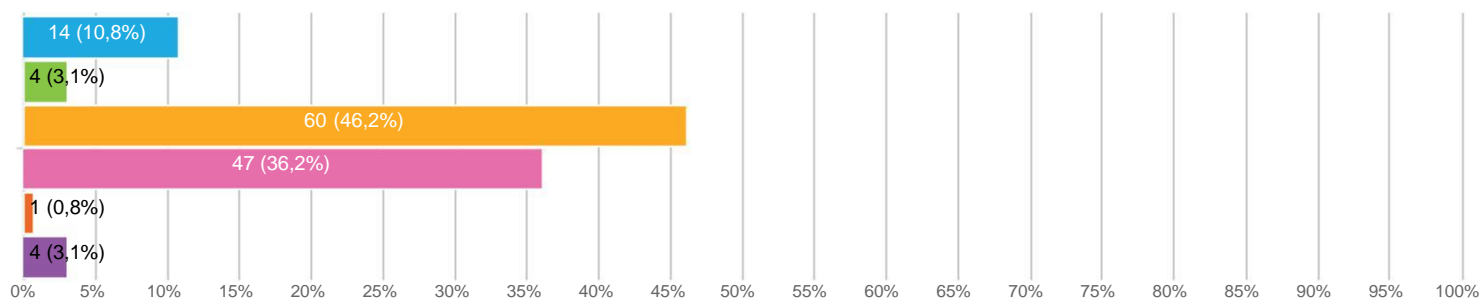
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Několikrát denně	3	2,3 %
1x za den	4	3,1 %
Skoro každý den	4	3,1 %
několikrát za týden	83	63,8 %
Nepřidávám vůbec	36	27,7 %



7. Jaký typ fotografie, videa či instastories nejčastěji přidáváte?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

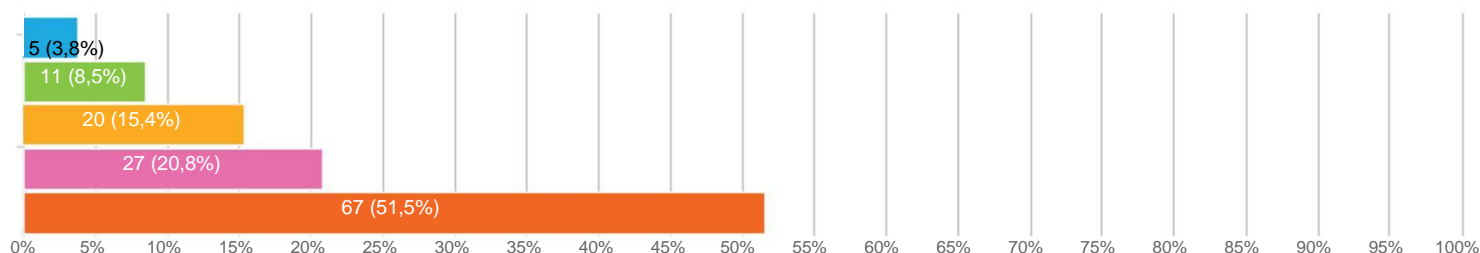
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Svůj obličej	14	10,8 %
Svou postavu	4	3,1 %
Já s kamarády	60	46,2 %
Přírodu	47	36,2 %
Rodinu	1	0,8 %
Partnera	4	3,1 %



8. Jak často sledujete, zda někdo laikoval vaši fotku či video?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

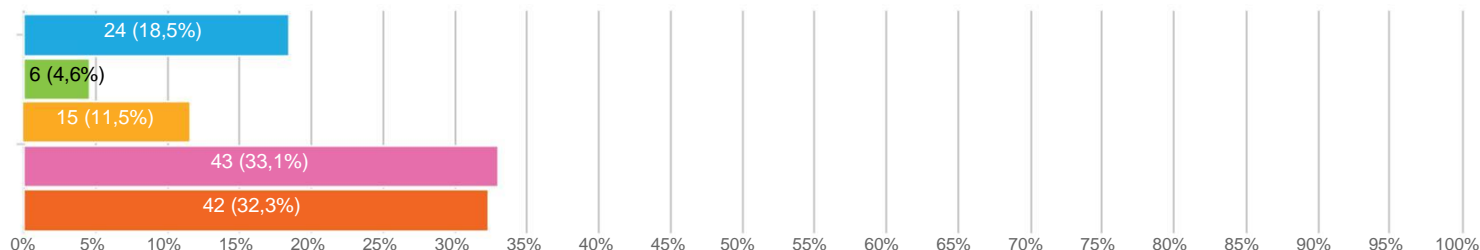
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Každých 10 minut	5	3,8 %
Každou půlhodinu	11	8,5 %
Zhruba každé 2 hodiny	20	15,4 %
3x za den	27	20,8 %
Moc mě to nezajímá	67	51,5 %



9. V jaké části dne nejčastěji navštěvujete Instagram?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

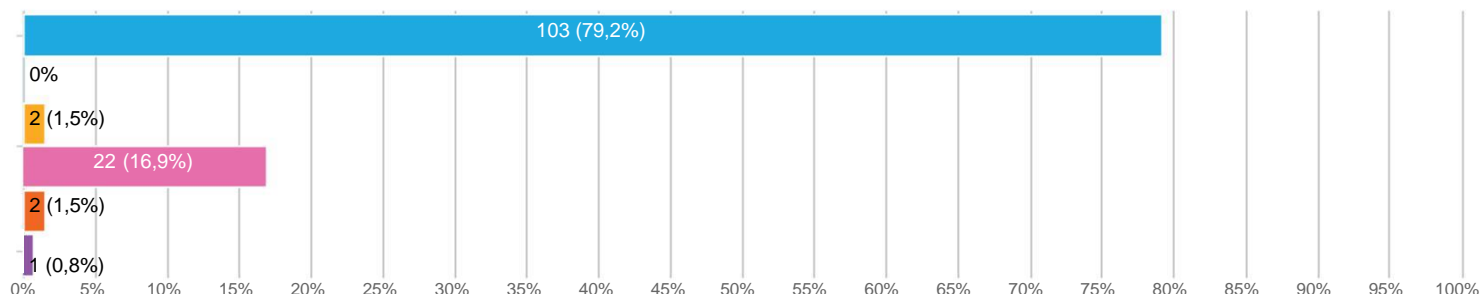
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Hned ráno, jak se probudím.	24	18,5 %
U snídaně.	6	4,6 %
V průběhu dopoledne.	15	11,5 %
V průběhu odpoledne.	43	33,1 %
Večer.	42	32,3 %



10. Jak se cítíte, když jste na místě, kde nemůžete navštívit Instagram ?

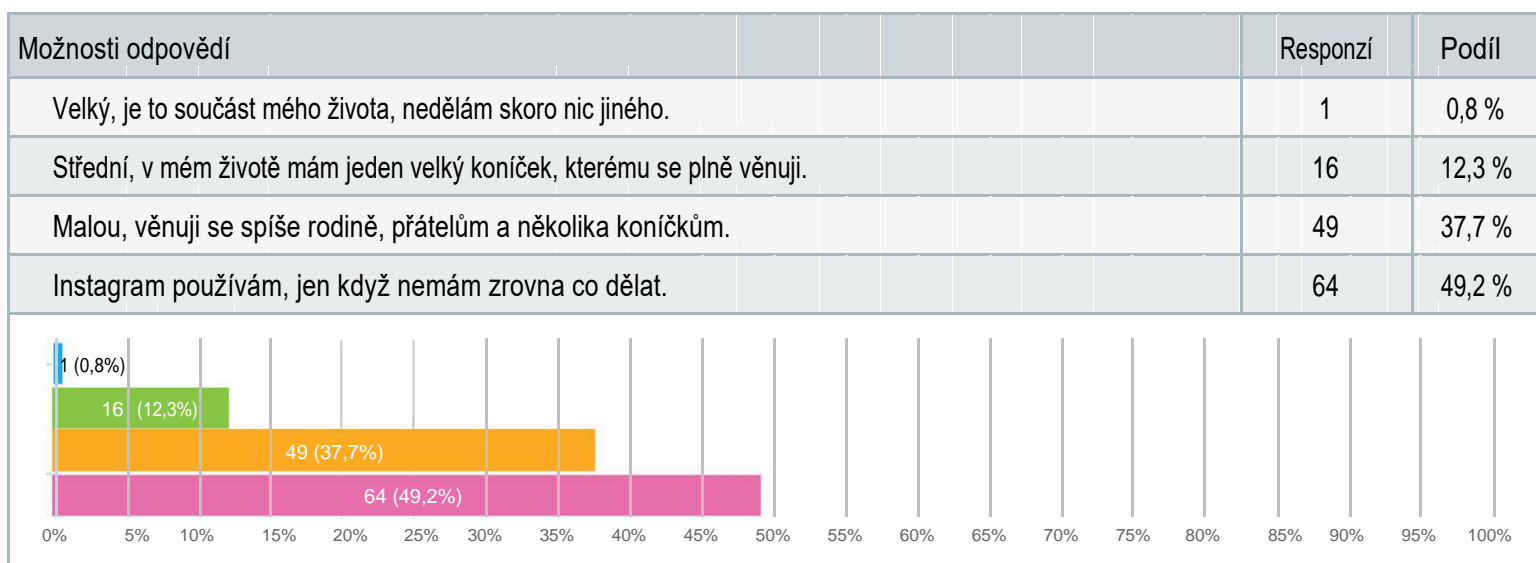
Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Je mi to jedno.	103	79,2 %
Cítím se osaměle.	0	0 %
Cítím se nervózně.	2	1,5 %
Nudím se.	22	16,9 %
Usilovně přemýšlím, kde bych se mohla připojit.	2	1,5 %
Aktivně hledám, kde bych se mohla připojit.	1	0,8 %



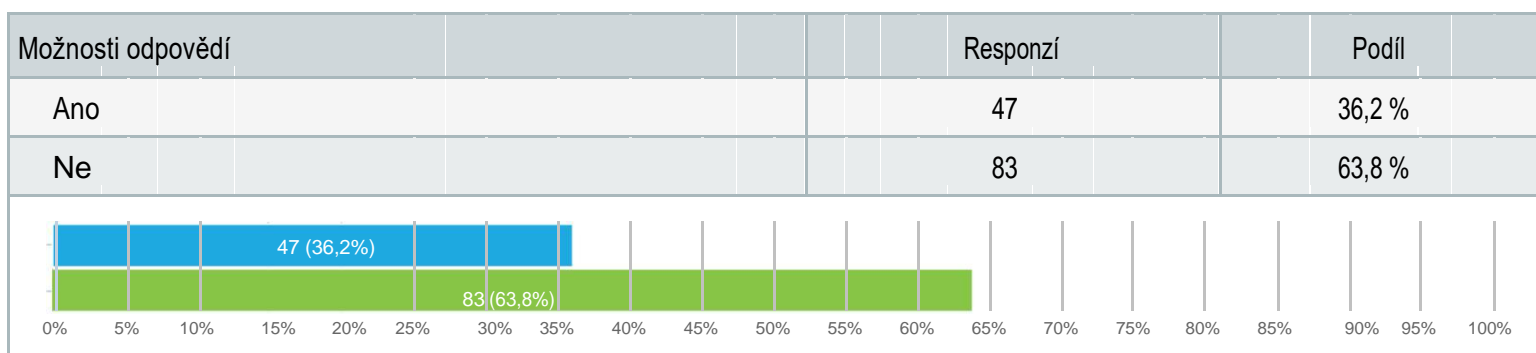
11. Jaký význam má užívání Instagramu ve Vašem volném čase?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x



12. Máte momentálně stálého partnera?

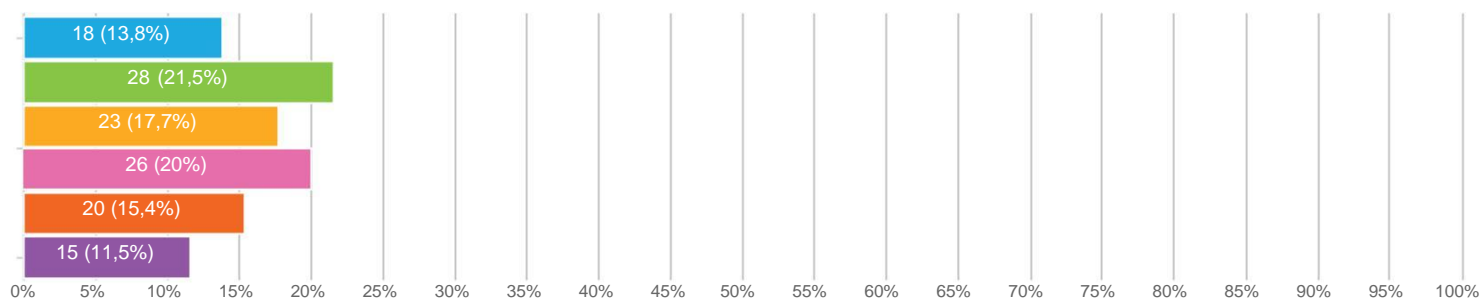
Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x



13. Jaký je Váš průměrný počet laiků u vašich příspěvků?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

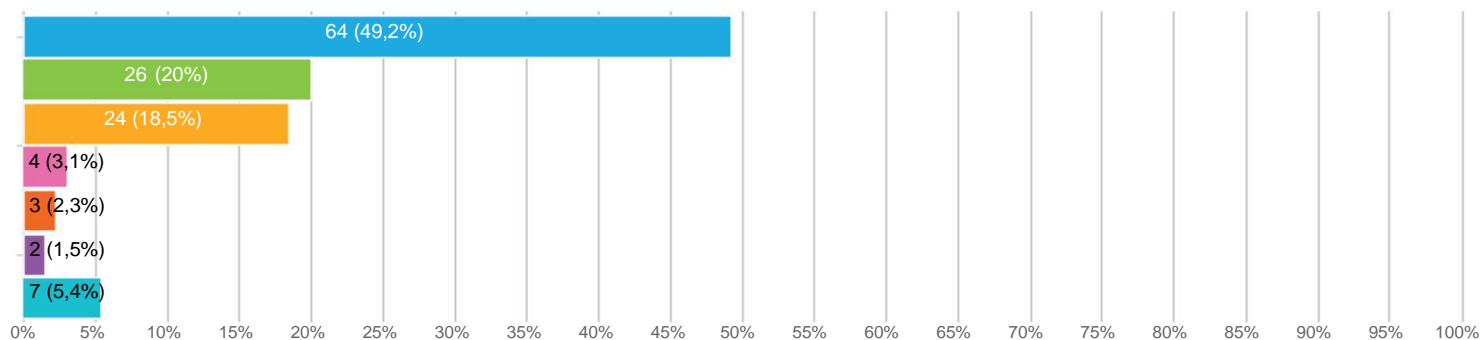
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
15-20	18	13,8 %
21-40	28	21,5 %
41-60	23	17,7 %
60-80	26	20 %
80-100	20	15,4 %
více než 100	15	11,5 %



14. Za jakým účelem navštěvuji Instagram?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

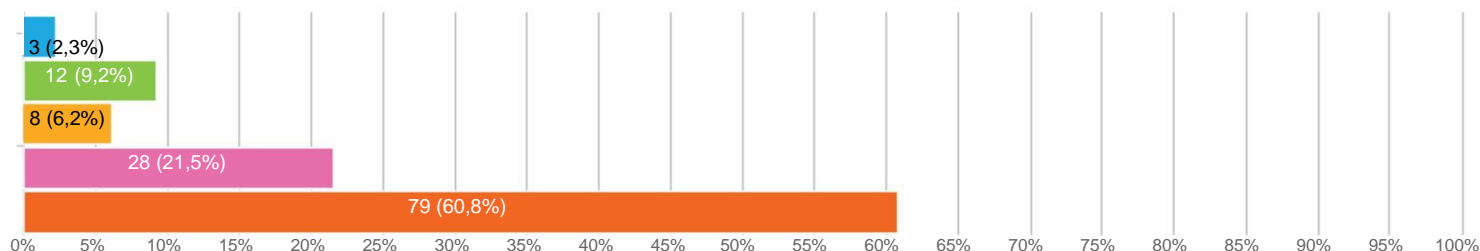
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Chci vědět, co ostatní dělají.	64	49,2 %
Díky Instagramu jsem ve spojení s přáteli.	26	20 %
Sleduji hlavně mé vzory a celebrity. Chci se inspirovat.	24	18,5 %
Chci se zviditelnit. Chci být viděna.	4	3,1 %
Je to populární. Všichni moji kamarádi mají Instagram.	3	2,3 %
Bez Instagramu se cítím osamělá.	2	1,5 %
Propaguji zde svoje umělecké nadání - profesionálně fotím.	7	5,4 %



15. Cítíte se být jako uživatelka Instagramu lepším a spokojenějším člověkem?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

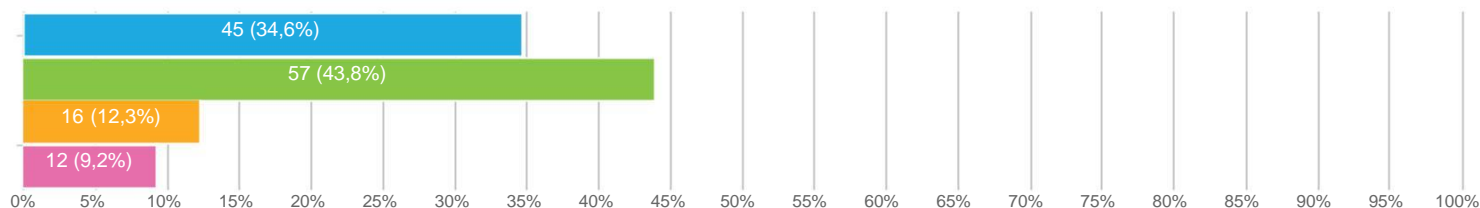
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Ano vždy.	3	2,3 %
Někdy.	12	9,2 %
Vzácně.	8	6,2 %
Ne.	28	21,5 %
Nikdy jsem nad tím nepřemýšlela.	79	60,8 %



16. Záleží Vám na tom, jak sami sebe prezentujete na Instagramu?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

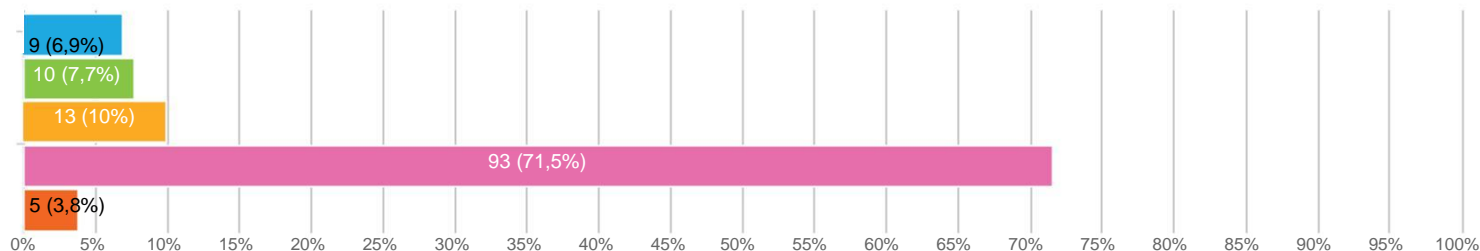
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Ano, vždy si dávám velký pozor, co zveřejním.	45	34,6 %
Často váhám, co zveřejnit.	57	43,8 %
Většinou moc nepřemýšlím, co zveřejním.	16	12,3 %
Je mi to jedno.	12	9,2 %



17. Jak se cítíte, když Vás přítel neoznačí na fotografii, kde jste také?

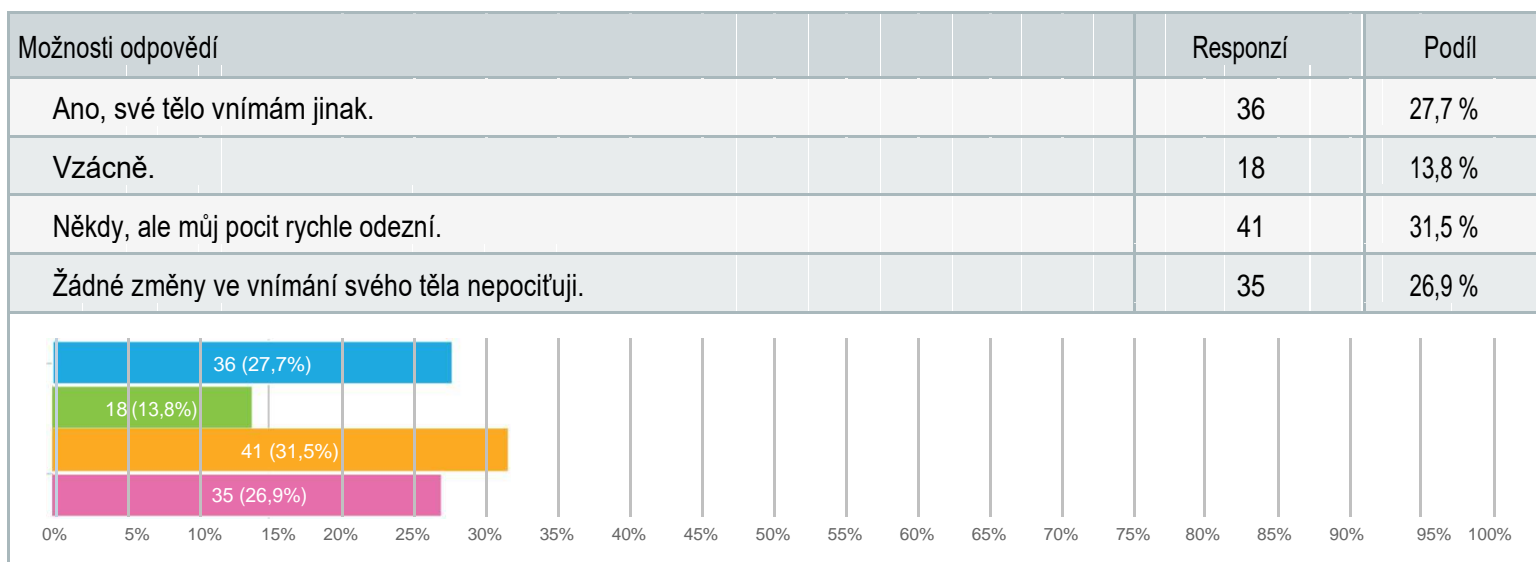
Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Cítím se smutně.	9	6,9 %
Cítím se našťvaně.	10	7,7 %
Cítím se být neviditelnou.	13	10 %
Nevadí mi to.	93	71,5 %
Jsem ráda, že mě neoznačil.	5	3,8 %



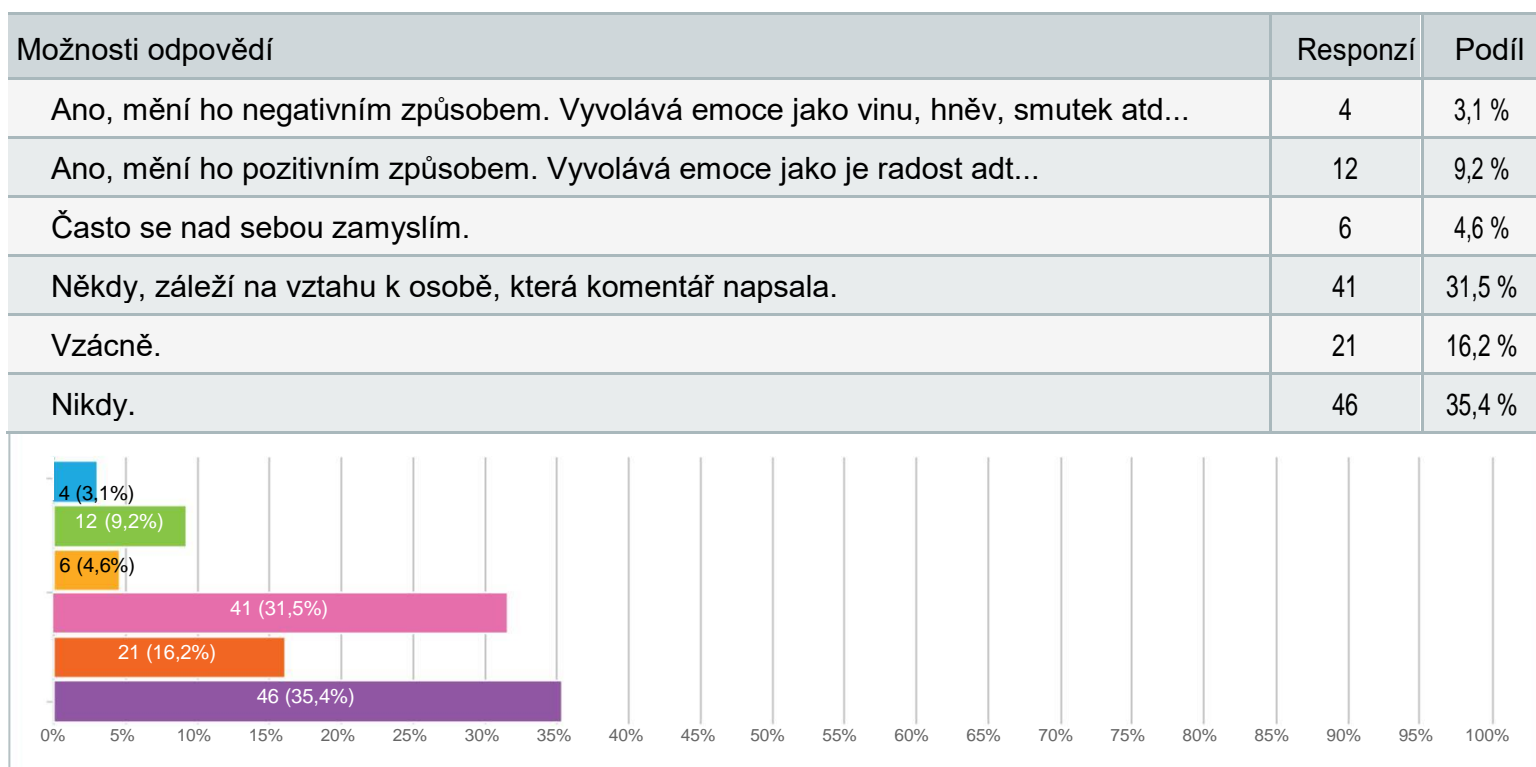
18. Objevují se u Vás změny ve vnímání vlastního těla na základě příspěvků ostatních na Instagramu?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x



19. Mění komentáře ostatních uživatelů Instagramu k vašemu příspěvku pohled na Vás samotné?

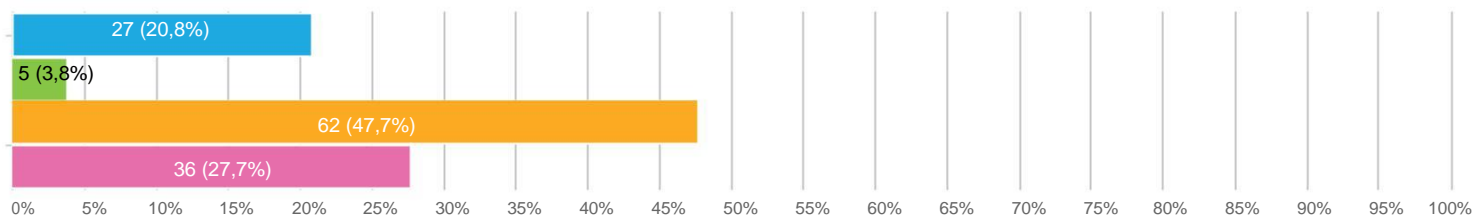
Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x



20. Upravujete často vaše obrázky, které sdílíte na Instagram?

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

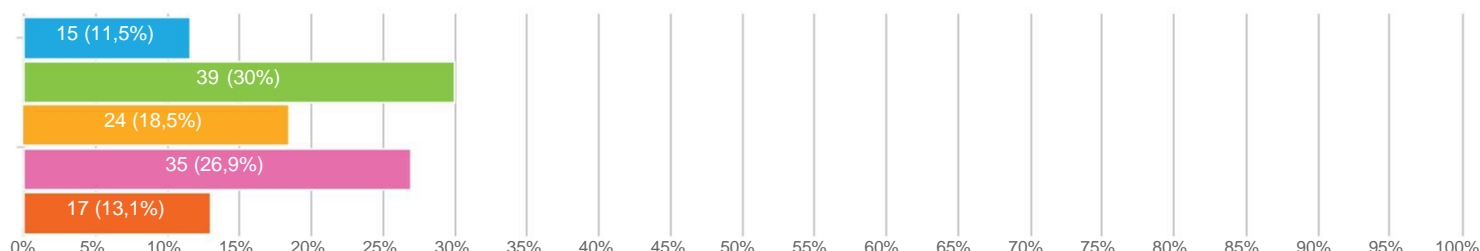
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Ano vždy. Cítím se lépe, když uveřejním upravený obrázek.	27	20,8 %
Občas obrázek upravím, ale dělám to jen kvůli ostatním. Je to in.	5	3,8 %
Někdy ho upravím jen tak pro zábavu.	62	47,7 %
Ne, obrázky neupravuji. Chci se prezentovat přirozeně.	36	27,7 %



21. Mám sklon ke znevažování své vlastní osoby.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

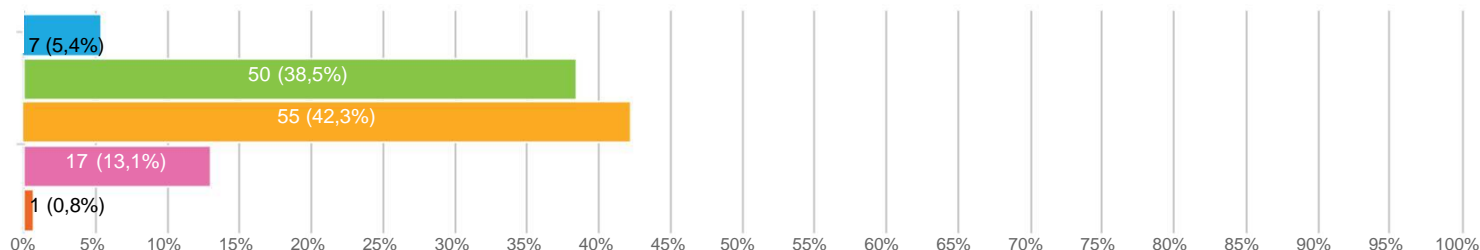
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	15	11,5 %
Souhlasím.	39	30 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	24	18,5 %
Nesouhlasím.	35	26,9 %
Zcela nesouhlasím.	17	13,1 %



22. V tom, co dělám, jsem vysoce efektivní.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

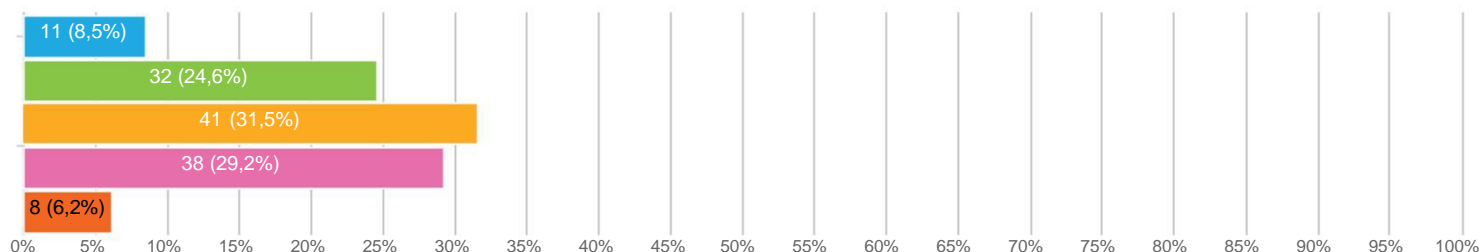
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	7	5,4 %
Souhlasím.	50	38,5 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	55	42,3 %
Nesouhlasím.	17	13,1 %
Zcela nesouhlasím.	1	0,8 %



23. Jsem sama se sebou velmi spokojená.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

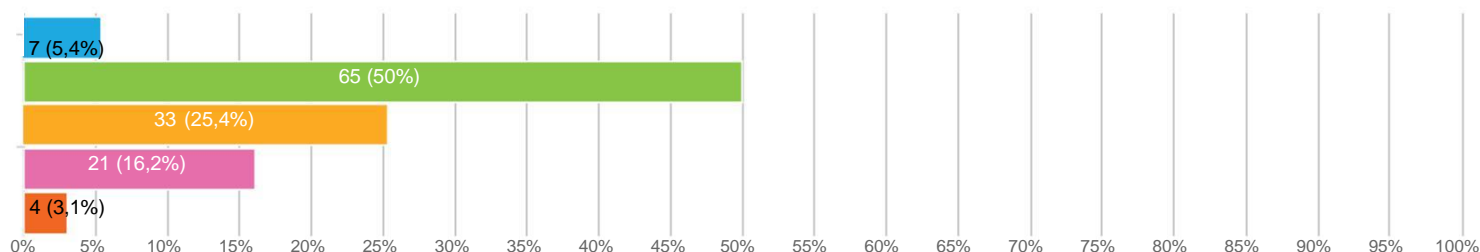
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	11	8,5 %
Souhlasím.	32	24,6 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	41	31,5 %
Nesouhlasím.	38	29,2 %
Zcela nesouhlasím.	8	6,2 %



24. Těměř vždy jsem schopna dosáhnout toho, o co se snažím.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

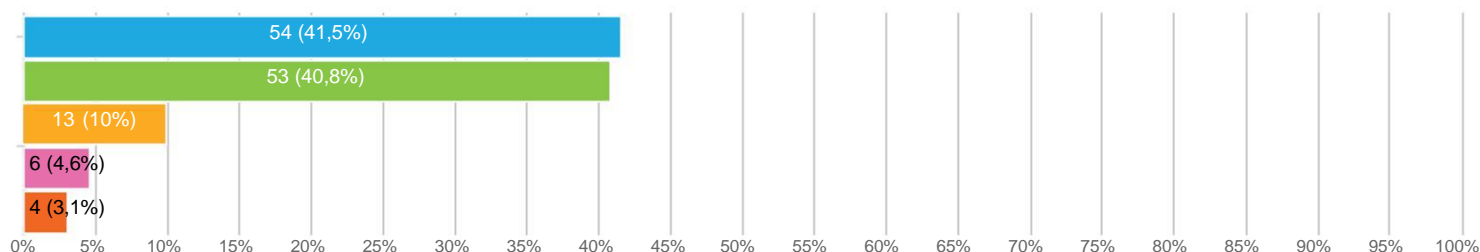
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	7	5,4 %
Souhlasím.	65	50 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	33	25,4 %
Nesouhlasím.	21	16,2 %
Zcela nesouhlasím.	4	3,1 %



25. Věřím, že jako člověk mám svou hodnotu.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

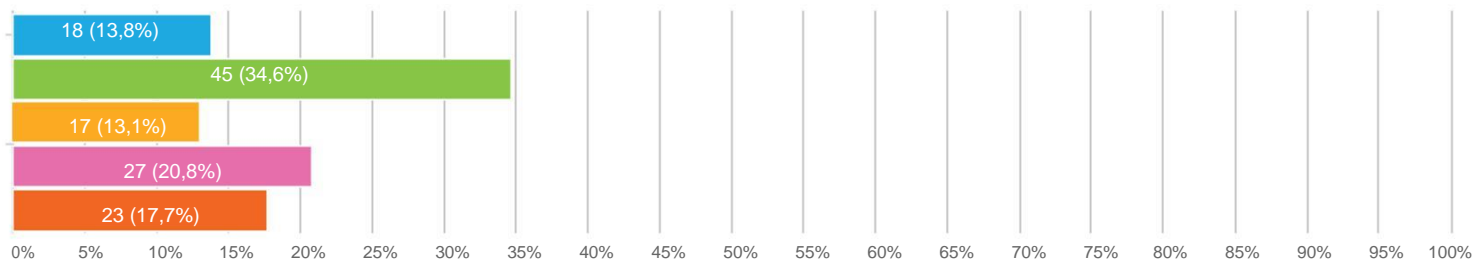
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	54	41,5 %
Souhlasím.	53	40,8 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	13	10 %
Nesouhlasím.	6	4,6 %
Zcela nesouhlasím.	4	3,1 %



26. Někdy je mi nepříjemné o sobě přemýšlet.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

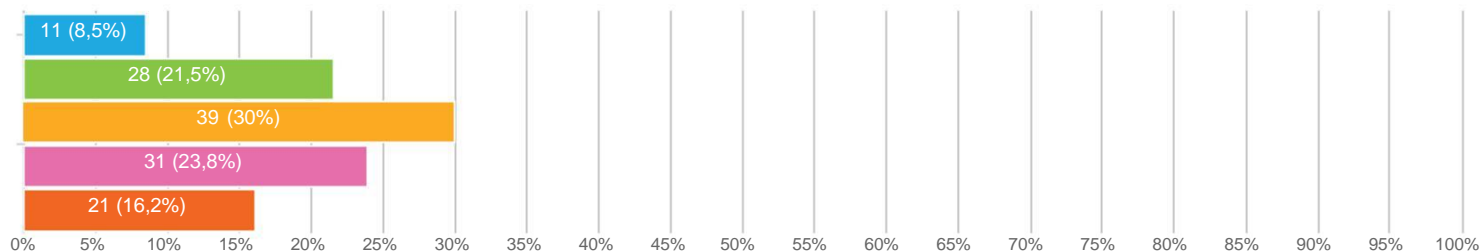
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím	18	13,8 %
Souhlasím.	45	34,6 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	17	13,1 %
Nesouhlasím.	27	20,8 %
Zcela nesouhlasím.	23	17,7 %



27. Zaujímám sama k sobě negativní postoj.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

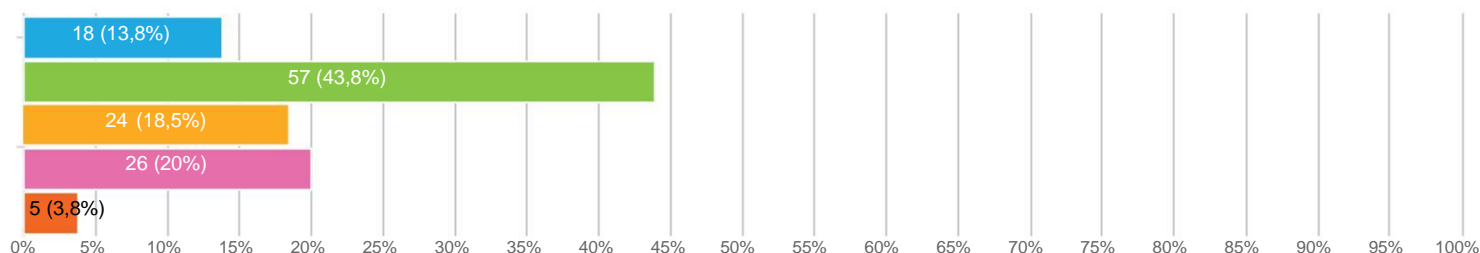
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	11	8,5 %
Souhlasím.	28	21,5 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	39	30 %
Nesouhlasím.	31	23,8 %
Zcela nesouhlasím.	21	16,2 %



28. Někdy mi připadá, že je pro mě obtížné dosáhnout něčeho, co je pro mě důležité.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

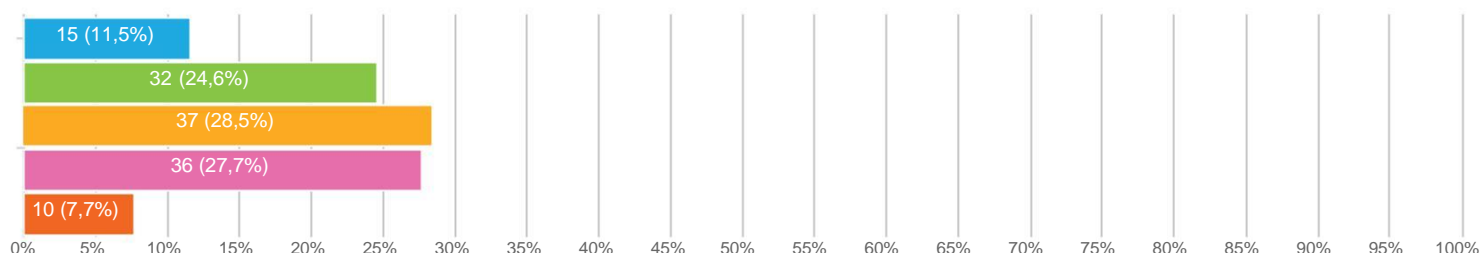
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	18	13,8 %
Souhlasím.	57	43,8 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	24	18,5 %
Nesouhlasím.	26	20 %
Zcela nesouhlasím.	5	3,8 %



29. Cítím se skvěle taková, jaká jsem.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

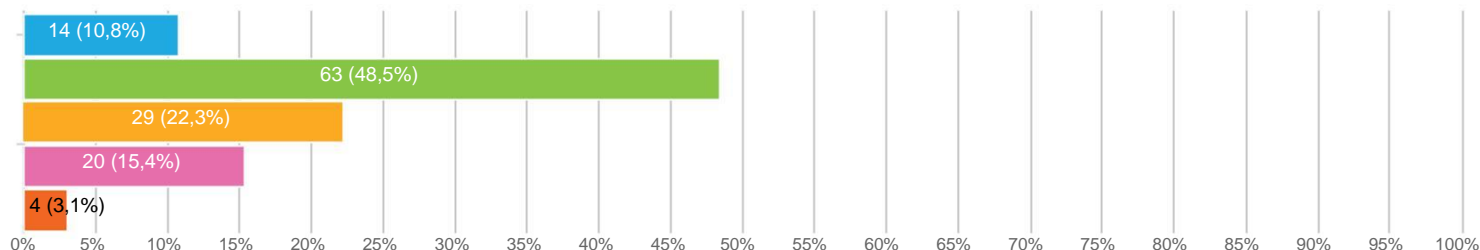
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	15	11,5 %
Souhlasím.	32	24,6 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	37	28,5 %
Nesouhlasím.	36	27,7 %
Zcela nesouhlasím.	10	7,7 %



30. Někdy nedokážu dobře využít životních výzev.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

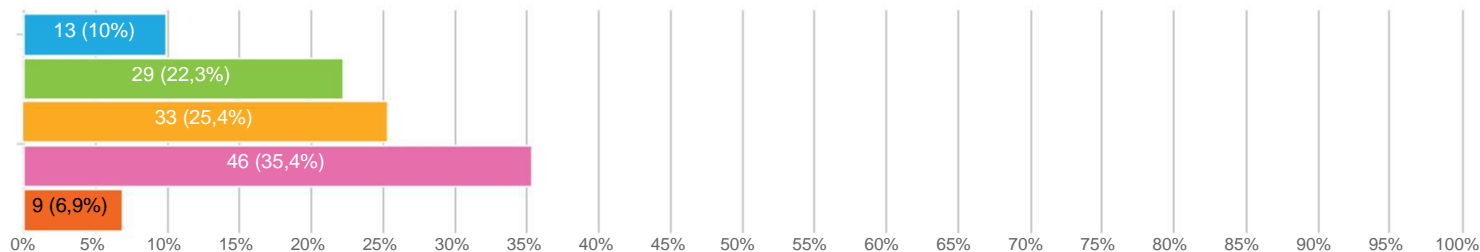
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	14	10,8 %
Souhlasím.	63	48,5 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	29	22,3 %
Nesouhlasím.	20	15,4 %
Zcela nesouhlasím.	4	3,1 %



31. Nikdy nepochybuji o své vlastní hodnotě.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

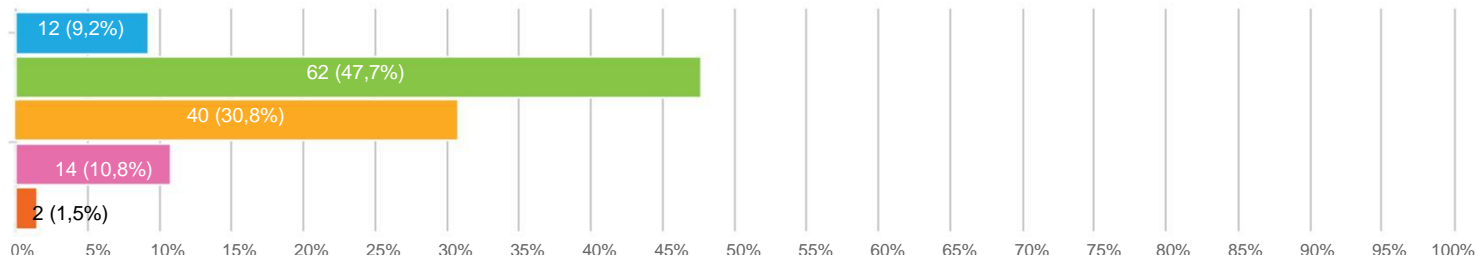
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	13	10 %
Souhlasím.	29	22,3 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	33	25,4 %
Nesouhlasím.	46	35,4 %
Zcela nesouhlasím.	9	6,9 %



32. V mnoha ohledech si vedu velmi dobře.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

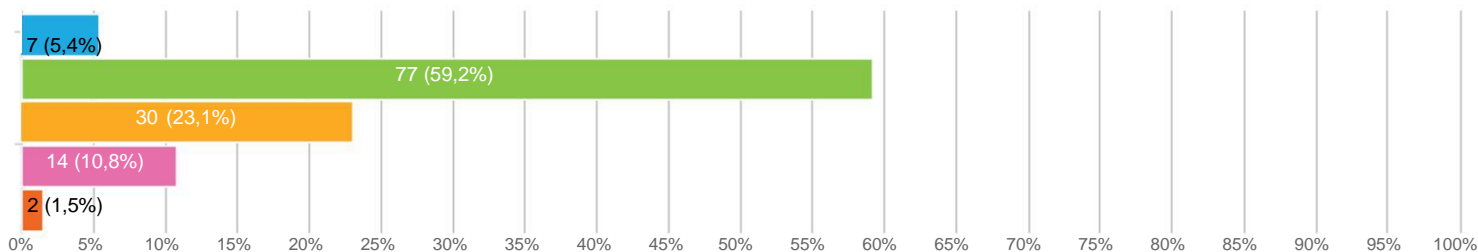
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	12	9,2 %
Souhlasím.	62	47,7 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	40	30,8 %
Nesouhlasím.	14	10,8 %
Zcela nesouhlasím.	2	1,5 %



33. Někdy se mi nedaří naplňovat své cíle.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

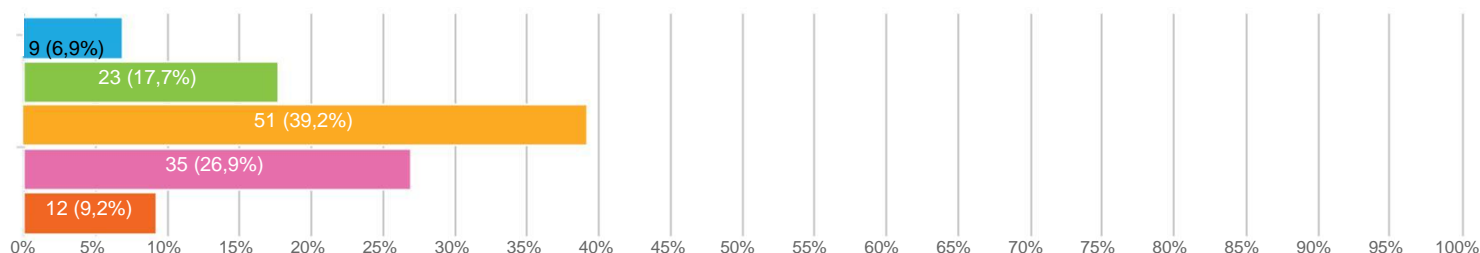
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	7	5,4 %
Souhlasím.	77	59,2 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	30	23,1 %
Nesouhlasím.	14	10,8 %
Zcela nesouhlasím.	2	1,5 %



34. Jsem velmi talentovaná.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

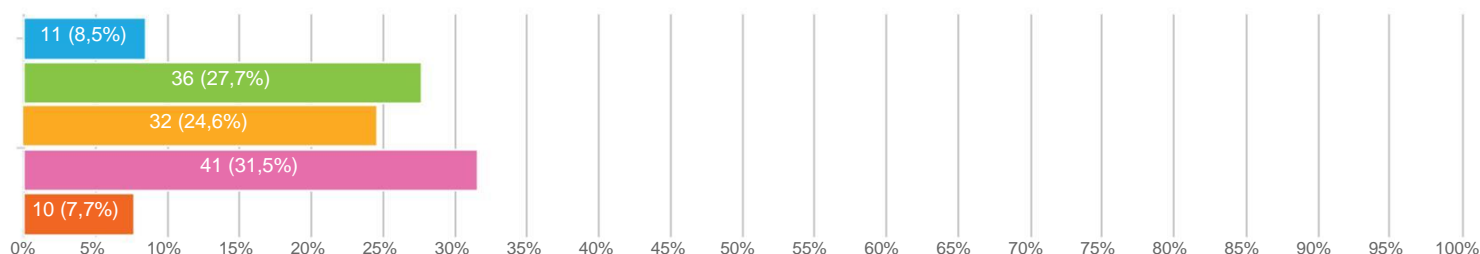
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	9	6,9 %
Souhlasím.	23	17,7 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	51	39,2 %
Nesouhlasím.	35	26,9 %
Zcela nesouhlasím.	12	9,2 %



35. Dostatečně si sama sebe nevážím.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

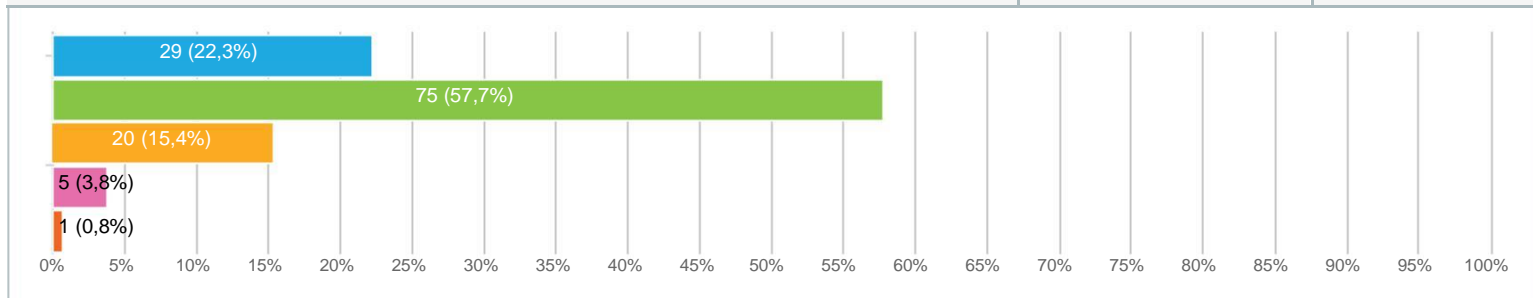
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	11	8,5 %
Souhlasím.	36	27,7 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	32	24,6 %
Nesouhlasím.	41	31,5 %
Zcela nesouhlasím.	10	7,7 %



36. Přála bych si být obratnější v tom, co dělám.

Výběr z možností , zodpovězeno 130x, nezodpovězeno 0x

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
Zcela souhlasím.	29	22,3 %
Souhlasím.	75	57,7 %
Ani souhlasím, ani nesouhlasím.	20	15,4 %
Nesouhlasím.	5	3,8 %
Zcela nesouhlasím.	1	0,8 %



**Posudek vedoucího bakalářské práce
na Pražské vysoké škole psychosociálních studií**

Jméno a příjmení studentky: Lucie Trojanová

Obor studia: psychologie

Název práce: Charakteristika sebehodnocení v období pozdní adolescence u dívek v souvislosti s užíváním sociální sítě Instagram.

Vedoucí práce: doc. PhDr. Jaroslav Kořa

Technické parametry práce:

Počet stránek textu (bez příloh): 51

Počet stránek příloh: 8

Počet titulů v seznamu literatury: dostatečný

0**	1	2	3	4
-----	---	---	---	---

Výběr tématu

Závažnost tématu

		2		
--	--	---	--	--

Oborová přiléhavost tématu

	1			
--	---	--	--	--

Originalita tématu a jeho zpracování

	1	2		
--	---	---	--	--

Formální zpracování

Jazykové vyjádření (respektování pravopisné normy, stylistické vyjadřování, zvládnutí odborné terminologie)

	1			
--	---	--	--	--

Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, odkazy, dodržení norem pro citace, cizojazyčná literatura)

	1			
--	---	--	--	--

Formální zpracování (jasnost tématu, rozčlenění textu, průvodní aparát, poznámky, přílohy, grafická úprava)

	1			
--	---	--	--	--

Metody práce

Vhodnost a úroveň použitých metod

	1			
--	---	--	--	--

Využití výzkumných empirických metod

	1			
--	---	--	--	--

Využití praktických zkušeností

0				
---	--	--	--	--

Obsahová kritéria a přínos práce

Přístup autora k řešené problematice (samostatnost, iniciativa, spolupráce s vedoucím práce)

	1			
--	---	--	--	--

Naplnění cílů práce

	1			
--	---	--	--	--

Vyváženost teoretické a praktické části v daném tématu

	1			
--	---	--	--	--

** 0 – nehodnoceno; 1 – výborně; 2 – velmi dobře; 3 – dobře; 4 – neprospěl/a

Návaznost kapitol a subkapitol

	1			
--	---	--	--	--

Dosažené výsledky, odborný vklad, použitelnost výsledků v praxi

		2		
--	--	---	--	--

Vhodnost prezentace závěrů práce (publikace, referáty, apod.)

	1			
--	---	--	--	--

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

Proč žena mají vyšší tendenci k závislosti na sociálních sítích než muži?
Je vhodné „já“ si představovat jako sebeobraz?

Celkové hodnocení práce (klady, nedostatky):

L. Trojanová předložila k posouzení bakalářskou práci věnovanou poměrně nové problematice – a tou je problematika sebehodnocení v souvislosti s užíváním sociální sítě Instagram dívkami v období pozdní adolescence. Autorka se v úvodních kapitolách teoretické části zabývala definováním adolescence (pozdní adolescenci určuje ve shodě s řadou autorů jako období od 15 – 20/22 let), dále se věnovala problematice sebepojetí a sebehodnocení (včetně tvorby sebeobrazu, body image a závislosti na internetu); věnovala se i popisu a charakteristikám sociální sítě Instagram, jejíž význam stoupá geometrickou řadou. V praktické části podrobně popisuje výzkum (130 respondentek), v němž použila jak převzaté, tak upravené dotazníky a dotazník vlastní konstrukce.

Připomínky: autorka má v textu několik drobných překlepů, které mohla odstranit pečlivá korektura. U histogramů na s. 43. – 46. postrádám popisy, které by čtenáři usnadnili snadnou orientaci. Použití množného čísla v závěrech práce na s. 53 není zcela šťastné.

Celkové hodnocení: předložený text je čtivý a současně ukazuje na dobrý vhled autorky do zkoumané problematiky. Oceňuji metodologickou zdatnost autorky, včetně kritických náhledů v diskusi (např. s. 52. – 53. I když otázka sebehodnocení není jednoduchou, autorka se s ní na ploše Bc práce vhodně vypořádala a pohybovala se přitom v terénu, který je zatím velice málo prozkoumán. Nehledě na drobné výhrady uvedené výše, předložený text splňuje požadavky kladené na bakalářské práce a lze jej doporučit k obhajobě.

Doporučení k obhajobě: doporučuji

Navrhovaná klasifikace: výborně

Datum, podpis: 28. 8. 2018


doc. PhDr. Jaroslav Koča

**Posudek vedoucího/opponenta-bakalářské/diplomové práce
na Pražské vysoké škole psychosociálních studií**

Jméno a příjmení studenta/-tky: Lucie Trojanová

Obor studia: Psychologie

Název práce: Charakteristika sebehodnocení v období pozdní adolescence u dívek v souvislosti s užíváním sociální sítě Instagram

Vedoucí/oponent* -práce: Mgr. Ing. Eva Dubovská

Technické parametry práce:

Počet stránek textu (bez příloh): 60

Počet stránek příloh: 7

Počet titulů v seznamu literatury: 53

0**	1	2	3	4
-----	---	---	---	---

Výběr tématu

Závažnost tématu

	x			
--	---	--	--	--

Oborová příléhavost tématu

	x			
--	---	--	--	--

Originalita tématu a jeho zpracování

	x			
--	---	--	--	--

Formální zpracování

Jazykové vyjádření (respektování pravopisné normy, stylistické vyjadřování, zvládnutí odborné terminologie)

		x		
--	--	---	--	--

Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, odkazy, dodržení norem pro citace, cizojazyčná literatura)

			x	
--	--	--	---	--

Formální zpracování (jasnost tématu, rozčlenění textu, průvodní aparát, poznámky, přílohy, grafická úprava)

		x		
--	--	---	--	--

Metody práce

Vhodnost a úroveň použitých metod

	x			
--	---	--	--	--

Využití výzkumných empirických metod

		x		
--	--	---	--	--

Využití praktických zkušeností

	x			
--	---	--	--	--

Obsahová kritéria a přínos práce

Přístup autora k řešené problematice (samostatnost, iniciativa, spolupráce s vedoucím práce)

x				
---	--	--	--	--

Naplnění cílů práce

	x			
--	---	--	--	--

Vyváženost teoretické a praktické části v daném tématu

	x	x		
--	---	---	--	--

Návaznost kapitol a subkapitol

		x		
--	--	---	--	--

Dosažené výsledky, odborný vklad, použitelnost výsledků v praxi

	x	x		
--	---	---	--	--

Vhodnost prezentace závěrů práce (publikace, referáty, apod.)

	x	x		
--	---	---	--	--

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

Jaký by podle Vás mohl být rozdíl v souvislosti sebehodnocení a užívání sociálních sítí mezi mladší a starší skupinou adolescentek?

Proč podle Vás adolescenti používají více instagram než facebook?

Celkové hodnocení práce (klady, nedostatky):

Teoretická část práce se věnuje problematice adolescence, sebepojetí a sebehodnocení a také fenoménu sociálních sítí, specificky instagramu. Autorka shrnuje také výzkumy sebehodnocení a motivace v prostředí sociálních sítí. Text je psán poměrně kultivovanou formou a s využitím vyššího počtu odborné literatury včetně zahraničních zdrojů, i když má stylisticky slabší místa.

Na úkor dobrého dojmu z práce je naprosto zmatený způsob citování (in: se střídá s cituji dle; některé elektronické zdroje citovány jako publikace, jiné pouze jako odkazy pod čarou, ne všechny citované zdroje jsou uvedeny v seznamu literatury), dále extenzivní citování z wikipedie, dokonce i u známých psychologických konceptů jako je sociální srovnávání – kde je celý odstavec (kap. 1.6.) pouze s malými změnami převzat z wikipedie. Podobně se v práci nachází další místa kde je citováno přímo, ale přiznaná je jenom nepřímá citace (odkaz na zdroj, často z wikipedie). V kapitole 2.2. od třetího odstavce je celý text volně přeložen ze zahraničního zdroje, který sice autorka na konci kapitoly uvádí, ale jen jako nepřímou citaci. Text kapitoly je převzat i včetně citací literatury, což už je na hraně plagiátorství (lze se snad domnívat, že ne zcela vědomého).

V praktické části jsou definovány hypotézy a použity dva dotazníky, SLSC-R, již přeložen do češtiny, a vlastní dotazník autorky sloužící na zmapování užívání instagramu (zde mi u mnoha otázek chybí ještě možnost – jiné, případně nevím).

Vzorek 130 dívek je dostatečný, použité statistické metody a prezentace výsledků včetně diskuse jsou adekvátní.

Silné stránky:

- zajímavé téma a hypotézy
- vcelku vyšší podíl zahraničních zdrojů

Slabé stránky:

- stylistika
- zmatek ve způsobu citací
- přímé citace a volný překlad citovány jako nepřímé
- převzetí citací včetně kontextu

Doporučení k obhajobě: doporučuji/~~nedoporučuji~~*

Navrhovaná klasifikace: VELMI DOBRÝ

Datum, podpis: 10.9.2018

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Druš' or similar, written in a cursive style.

*

nehodící se, škrtněte