Univerzita Palackého v Olomouci

O2 Chytrá škola

VÝZKUMNÁ ZPRÁVA

DĚTI A KULT KRÁSY V ON-LINE SVĚTĚ



Děti a kult krásy v online světě

Kamil Kopecký, René Szotkowski, Jana Kvintová, Lucie Křeménková, Dominik Voráč
Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, O2 Czech Republic

© 2022

Verze 1.0

Obsah

1 Úvod do problematiky 4

2 Identifikace výzkumu 5

3 Metodologie 5

4 Děti na sociálních sítích 6

4.1 Sociální sítě a profily, které děti využívají 6

4.2 Obsah, který děti na sítích vytváří a sdílí 7

4.3 Sdílení fotografií a videí z profilů dětí jejich rodiči 7

5 Děti a vzhled 8

5.1 Jak jsou děti spokojené se svým vzhledem? 8

5.2 Co děti inspiruje děti pro vylepšování vzhledu? 9

5.3 Výrazné změny vzhledu jiných osob pohledem dětí 10

6 Děti a úpravy fotografií 12

6.1 Upravují si děti v online prostředí svůj vzhled? 12

6.2 Motivace dětí pro úpravy fotografií 12

6.3 Pohled dětí na osoby, které si výrazně upravují své fotografie pomocí filtru 13

7 Body shaming a další formy agrese spojené se vzhledem v online prostředí 14

7.1 Třetina dospívajících zažila online zesměšňování 14

7.2 Zesměšňování zažilo v reálném světě každé druhé dítě 14

7.3 Nejsme agresoři/hejtři 15

8 Dopady body shamingu a dalších forem agrese na dospívající 16

8.1 Oblast chování 16

8.2 Oblast sociálních vztahů 17

8.3 Oblast prožívání 19

9 Shrnutí 21

10 Citace 22

11 Kontakt 26

1 Úvod do problematiky

Sociální sítě se staly pevnou součástí našich životů. Podle výzkumu Ami Digital Index je používá 95 % české populace ve věku od 15 do 26 let, nehledě na věk pak na sítích průměrně trávíme 2 hodiny a 39 minut denně. Aktivit, které na sítích můžeme dělat, je nespočet – už jenom ze samotného jejich názvu plyne, že jsou primárně zaměřeny na komunikaci mezi lidmi, mohou se ovšem stát i zdrojem inspirace, zábavy či vzdělání. I přes značné výhody jsou sociální sítě v posledních letech rovněž spojovány s negativními fenomény a vědci po celém světě provádějí výzkumy zaměřující se na to, do jaké míry nás mohou sociální sítě ovlivňovat. Diskutovaným tématem je hlavně vliv na psychické zdraví, a to hlavně u teenagerů. Depresivní symptomy či úzkosti jsou se sociálními sítěmi spojovány hlavně z důvodu přirozené tendence porovnávání našich životů s životy ostatních. Na sociální sítě totiž většinou sdílíme šťastné momenty svého života, a jak to tak bývá, s těmi méně šťastnými se tak moc nedělíme. Vytváříme si tak "portfolio" vlastního života. Náš život poté porovnáváme s ostatními profily a může se nám zdát, že ostatní žijí šťastnější život než my. Kromě porovnávání materiálních statků a zážitků rovněž můžeme porovnávat i vzhled. Zde dochází k tomu, že síť je plná fotek dokonalých mužů a žen, kterým k perfektnímu vzhledu může kromě genetických předpokladů pomoci také nespočet filtrů, nepřirozené pózování či dokonce rovnou speciálními programy zaměřující se na zlepšení křivek těla. Vytváří se tak určitý kult krásy, který není přirozený ve skutečnosti, ale pouze na sociálních sítích. Cílem tohoto výzkumu je ukázat, jak hluboko je takový kult krásy mezi českými dětmi zakořeněný.

Autoři

2 Identifikace výzkumu

Výzkum **Děti a kult krásy v online světě** byl realizován ve spolupráci Centra prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, Katedry psychologie a patopsychologie Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a společnosti O2 Czech Republic v rámci smluvního výzkumu (kontrakt PDF/2022/0029).

3 Metodologie

Procedura

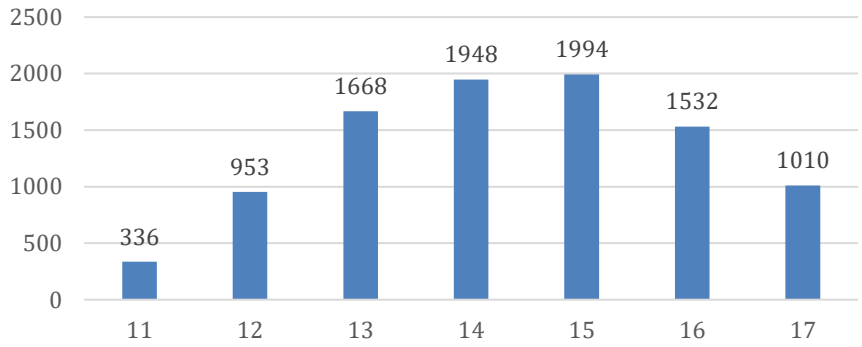
Jako základní výzkumný nástroj byl zvolen online dotazník v systému Google Forms, který byl distribuován žákům prostřednictvím sítě základních a středních škol s využitím vlastního nástroje pro sběr dat Research 1.0. Osloveny byly školy na celém území České republiky.

Sběr dat probíhal od 1. února 2022 do 1. května 2022. Poté bylo provedeno čištění dat, vyhodnocení dílčích výstupů a jejich intepretace. K detailnímu vyhodnocení dat byl využit statistický software Statistica.

Charakteristika výzkumného souboru

Výzkumný soubor byl tvořen **9441 respondenty ve věku 11-17 let** (53,9 % tvořily dívky, 45,59 % chlapci). Průměrný věk respondentů činil 14,37 let (Mod(X)=15), detailní rozložení respondentů vyjadřuje následující graf.

Graf 1. Rozložení respondentů podle věku



(n=9441)

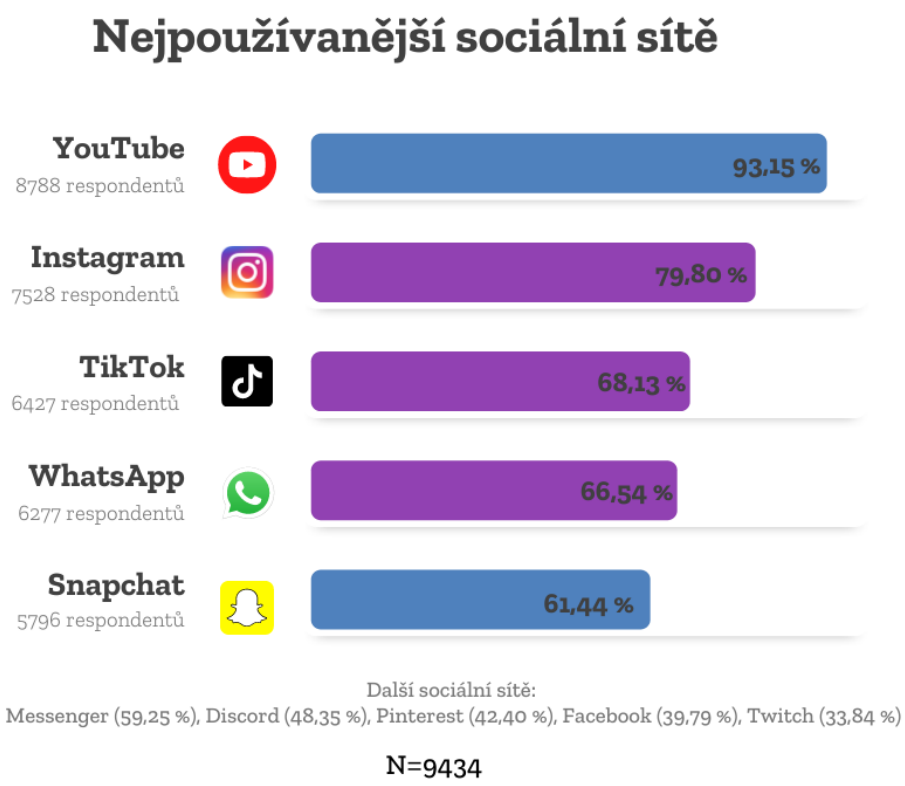
Respondenti byli získání ze všech krajů České republiky, největší množství respondentů pocházelo z Moravskoslezského kraje (18,68 %), Olomouckého kraje (13,19 %) a Jihomoravského kraje (11,20 %).

4 Děti na sociálních sítích

4.1 Sociální sítě a profily, které děti využívají

Pomyslné první místo v používání sociálních sítí získal **YouTube**, které podle našeho výzkumu využívá **93,15 % českých dětí**. Na druhém místě je **Instagram (79,80 %)**, který porazil i populární **TikTok (68,13 %)**. Zajímavostí je, že Facebook, jenž dominoval v minulých letech, využívá pouze necelých 40 % českých dětí a z hlediska žebříčku oblíbenosti se umístil až na devátém místě, oblíbenější jsou například Snapchat, Discord nebo Pinterest. Můžeme tedy vidět, že tato sociální síť je alespoň mezi mladší generací na ústupu.

Graf 2. Nejpoužívanější sociální sítě dětmi a dospívajícími



Nejvíce aktivní pak jsou děti na Instagramu, 56 % z nich sdílí na této sociální síti fotografie či videa, o poznání méně pak zveřejňují fotky či videa na Snapchatu (30,74 %) či TikToku (28,22 %). Více než 32 % dětí odpovědělo, že sice profil na nějaké sociální síti má, ale své fotky nikde nezveřejňuje.

Nejčastějšími důvody, proč si děti zakládají sociální síť, jsou kamarádi (65,79 %) či spolužáci (25,67 %), kteří už na dané sociální síti jsou. Potvrdilo se, že motivace dětí k založení profilu na sociální síti je vesměs společenská, což jde spatřit i ze třetí nejčastější odpovědi - 23,34 % respondentů si sociální síť založilo kvůli tomu, že tam jsou zkrátka všichni. Svou roli hraje i vliv influencerů, díky

kterým si profil na sociální sítí založilo 17,07 % českých dětí. Když už si profil na sociální síti založí, dělají to v 55 % zcela sami, 23 % procentům dětí pak pomáhají rodiče.

4.2 Obsah, který děti na sítích vytváří a sdílí

Na každé sociální síti mohou děti sdílet své fotografie či vytvářet různá videa, přičemž záleží, na jaké síti daný obsah sdílí – například TikTok je známý hlavně díky vytváření krátkých videí, na Instagramu mohou děti sdílet i fotografie. **Děti nejvíce vytváří obsah, který dokumentuje jejich běžný život** – tedy fotografie a videa, na kterých jsou ony samy, jejich kamarádi či rodina (51.08 %). Více než pětině (21,31 %) dětí slouží sociální sítě k vytváření vtipného obsahu. Mimo to ještě například rády fotí a točí různá zvířata (19,47 %).

Mezi obsahem, který děti vytváří, se ovšem objevily i negativní fenomény, i když pouze v menší míře: **57 respondentů (přibližně půl procenta) odpovědělo, že vytváří obsah zaměřený na sebepoškozování, stejný počet vytváří obsah zachycující násilí**. Přibližně procento dětí ve svých příspěvcích tvoří videa, ve kterých hraje hlavní roli marihuana či jiné drogy, u dvou procent to je alkohol. Podobně jako při sdílení svých vlastních příspěvků jsou na tom děti i při sdílení cizího obsahu. Kromě výše zmíněného sdílí děti v poměru s ostatními druhy videí relativně často tzv. **cringe videa** využívající takového druhu humoru, kdy se tvůrce videa či osoba na videu zachycená nějakým způsobem ztrapní. Takováto videa rádo sdílí 13,12 % dětí.

4.3 Sdílení fotografií a videí z profilů dětí jejich rodiči

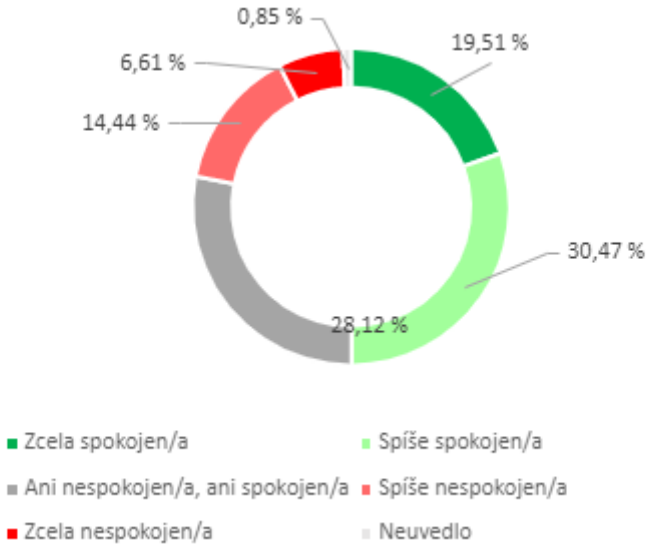
V našem výzkumu jsme se zaměřili také na to, jestli rodiče sdílejí veřejné fotografie či videa dětí z jejich profilů, tedy materiály, které původně zveřejnily jejich děti. **Přibližně pětina dětí (20,60 %) uvedla, že ANO – s jejich souhlasem**. Dalších **9 % dětí uvedlo, že ANO – ale bez jejich souhlasu**. Více než polovina respondentů (55,23 %) pak odpověděla, že NE. Zhruba 13 % (12,82 %) respondentů uvedlo, že NEVÍ, zda jejich rodiče materiály z jejich profilů dále šíří internetem. Zde je potřeba uvědomit si, že pokud jsou materiály veřejné, potom se snadno mohou šířit internetem i bez souhlasu jejich tvůrce.

5 Děti a vzhled

5.1 Jak jsou děti spokojené se svým vzhledem?

Vnímání vlastního vzhledu je v období dospívání jedním z klíčových mechanismů, který se spolupodílí na vývoji vlastní hodnoty a sebevědomí. V tomto smyslu byla sledována spokojenost dospívajících se svým obličejem a tělem. **Se svým obličejem je zcela či spíše spokojeno 50 % dětí,** tedy každé druhé dítě. Neutrální postoj ke svému obličeji zaujímá 28 % dětí. Naopak spíše nespokojeno, nebo nespokojeno je celkem **21 % dětí.**

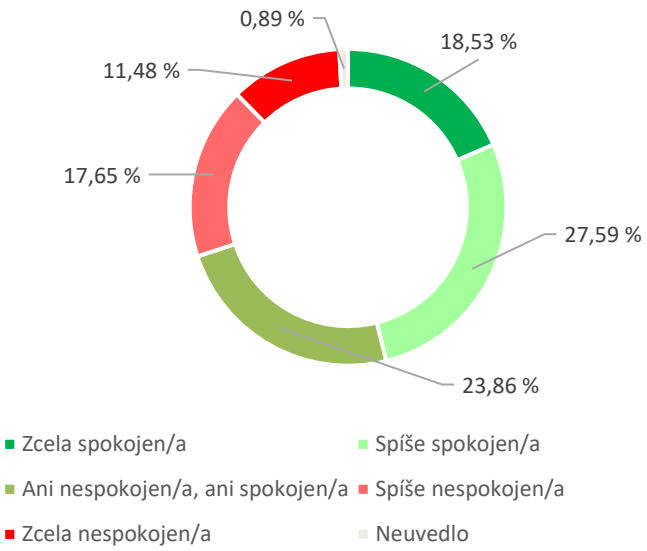
Graf 3. Spokojenost se svým obličejem



n=9441

Plnou nebo částečnou **spokojenost se svým tělem vyjádřilo 46 % dětí**. Neutrálně se ke svému tělu staví 24 % dětí. Spíše, nebo zcela **nespokojeno** je se svým tělesným vzhledem **29 %** dětí. Lze předpokládat, že děti, které ke svému tělu či obličeji nemají příliš pozitivní postoj budou reagovat citlivěji při vystavení urážkám, zesměšňování či šikaně v online i reálném prostředí.

Graf 4. Spokojenost se svým tělem/postavou



(n= 9441)

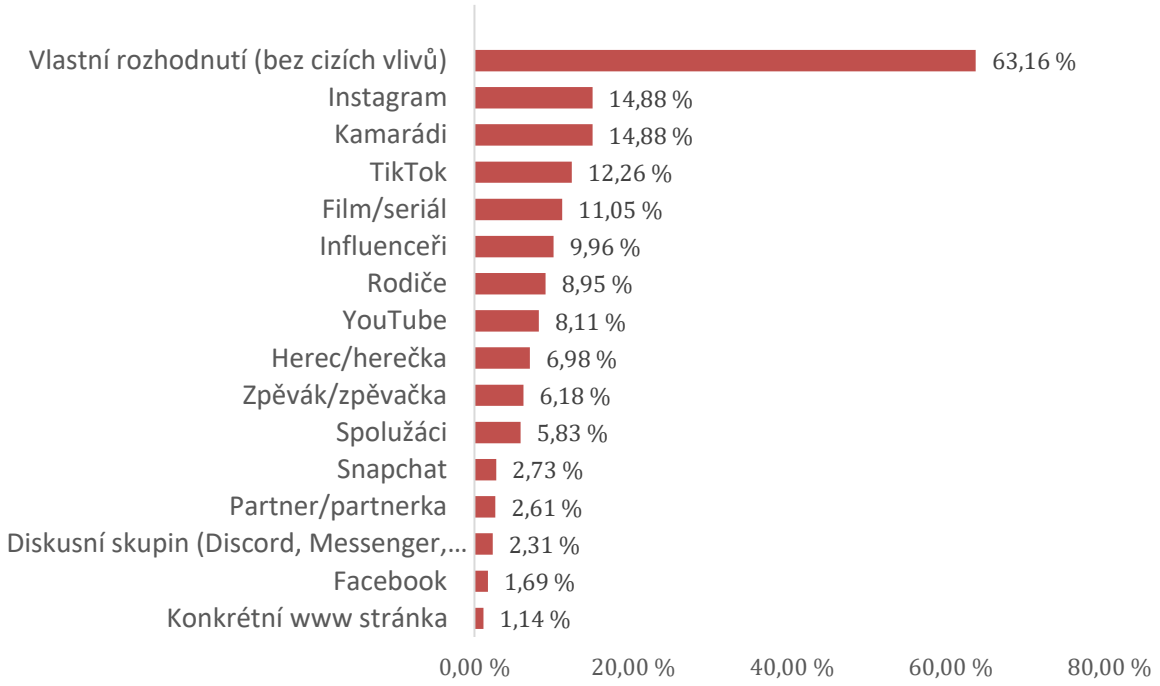
V našem výzkumu jsme rovněž zjišťovali, jaké jsou u dětí trendy z hlediska vzhledu – tedy jak si děti vylepšují svůj vzhled či po jakém vylepšení touží. Nejvíce dětí touží po zlepšení své vlastní postavy. Například **zhubnout by chtělo 34 % dětí** (a 10,54 % dětí se to podařilo), naopak **nabrat svalovou hmotu by chtělo 31,51 % respondentů**, přičemž 7,54 % už svalovou hmotu nabralo.

Další změnou, kterou by děti na sobě uvítaly, je jejich **barva vlasů**. Okolo 21,53 % dospívajících si již svoji barvu vlasů změnila, 20 % by sice chtělo, ale zatím tak neučinilo. Relativně vysokou popularitu má mezi dětmi **tetování, které by chtělo 26,49 % dětí** (přičemž přes 6 procent již tetování má). Zde je důležité, že se dá tetování čímkoliv zakrýt, protože pro variantu **tetování, které nelze zakrýt, by chtělo pouze něco přes 7 %, po dočasném tetování touží před 18 % dětí**. Populární mezi dětmi je rovněž piercing, který by chtělo 14,80 % respondentů. Další možnosti vylepšení vzhledu už nebyly natolik oblíbené. Za zmínku stojí změna **velikosti a vzhledu prsou (8,12 %), změna velikosti a tvaru pozadí (7,89 %) či trvalý make-up (6,68 %)**.

5.2 Co děti inspiruje děti pro vylepšování vzhledu?

V našem výzkumu jsme se zaměřili také na to, co děti vedlo k vylepšování jejich vlastního vzhledu, co je inspirovalo či motivovalo. Na prvním místě děti uvádějí, **že šlo o jejich vlastní rozhodnutí (bez cizích vlivů) – to potvrdilo 63,16 % dětí**. Pro část dětí jsou **zdrojem inspirace pro změnu vzhledu jejich kamarádi (14,88 %). 14,88 % dětí také našlo inspiraci na sociální síti Instagram**, **12,29 % dětí na sociální síti TikTok**, dalšími zdroji inspirace jsou pro děti filmy či seriály (11,05 %), konkrétní influenceři (9,96 %), část dětí si změnilo vzhled pod vlivem rodičů (8,95 %).

Graf 5. Zdroje inspirace pro změnu vzhledu dětí

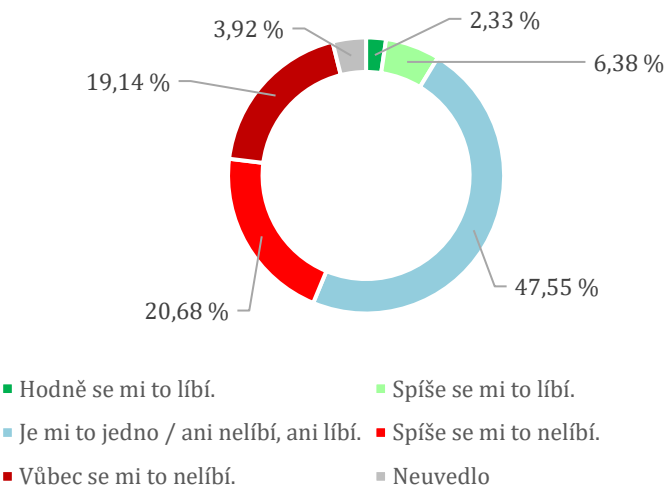


(n=7460)

5.3 Výrazné změny vzhledu jiných osob pohledem dětí

V dalších částech našeho výzkumu jsme se zaměřili na výrazné změny vzhledu, ať již jde o různé druhy plastických operací, výrazné tetování, výrazné ozdoby uší a další druhy tělesných modifikací. Téměř polovina dětí (47,55 %) nemá na tyto změny tělesného vzhledu u ostatních lidí vyhraněný názor. Na druhou stranu **40 % dětí se výrazné modifikace vzhledu nelíbí**. Pouze 7 % dětí hodnotí výraznou změnu vzhledu i jiných osob pozitivně.

Graf 6. Názory dětí na výrazné tělesné modifikace u jiných osob



(n=9441)

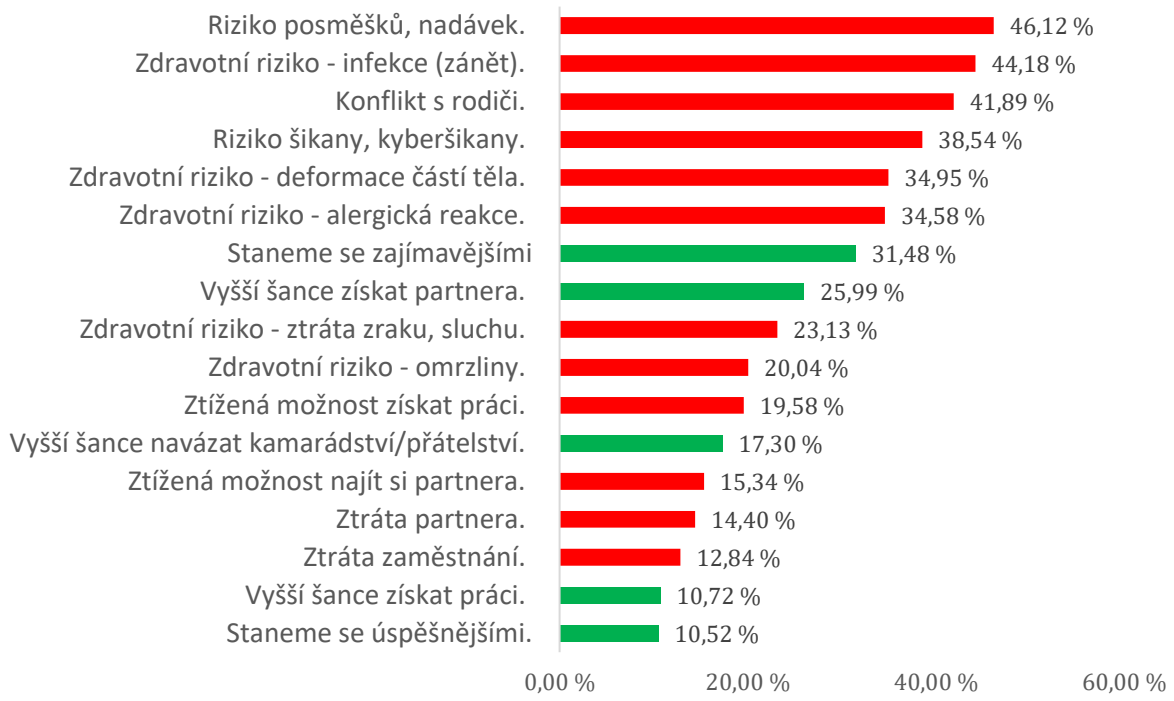
Samozřejmě nás zajímalo, zda si děti uvědomují, jak může výrazná změna vzhledu člověka ovlivnit jejich život – na jednu stranu může být dopad tělesných modifikací na člověka pozitivní (např. se může pozitivně odrazit v šanci získat partnera, zaměstnání apod.), na straně druhé však existují četná negativa (zdravotní, psychologická).

Téměř **polovina respondentů (46,12 %) si uvědomuje riziko posměšků a nadávek**, kterým mohou být vystaveni v případě výrazné změny vzhledu, **38,54 %** si také v tomto kontextu uvědomuje **riziko vzniku a rozvoje šikany či kyberšikany**. **41,.89 % se obává konfliktů s rodiči**, které mohou být vyvolány právě úpravou zevnějšku. 19,58 % si uvědomuje, že výrazná proměna může ztížit možnost získat zaměstnání, 15,34 % potvrzuje ztížení možnosti získat si partnera či dokonce jeho ztrátu.

Samostatnou část pak tvoří **skupina zdravotních rizik** – 44,18 % respondentů připouští riziko infekce, 34,95 % riziko deformace částí těla, 34,58 % riziko alergické reakce na změnu vzhledu, 23,13 % si uvědomuje riziko ztráty zraku či sluchu, 20 % ví o riziku vzniku omrzlin (např. u piercingu).

Nesmíme však zapomenout ani na pozitiva – **31,48 % respondentů uvedlo, že se díky proměně vzhledu mohou stát zajímavějšími** a odlišit se tak od ostatních. **Pro 25,99 % respondentů zvyšuje změna vzhledu šanci získat partnera**, 17,30 % potvrzuje zvýšení šance navázat nová kamarádství a přátelství, 10,52 % věří, že díky změně vzhledu se staneme úspěšnějšími.

Graf 7.. Rizika a pozitiva spojená s výraznou změnou vzhledu



(n=8352)

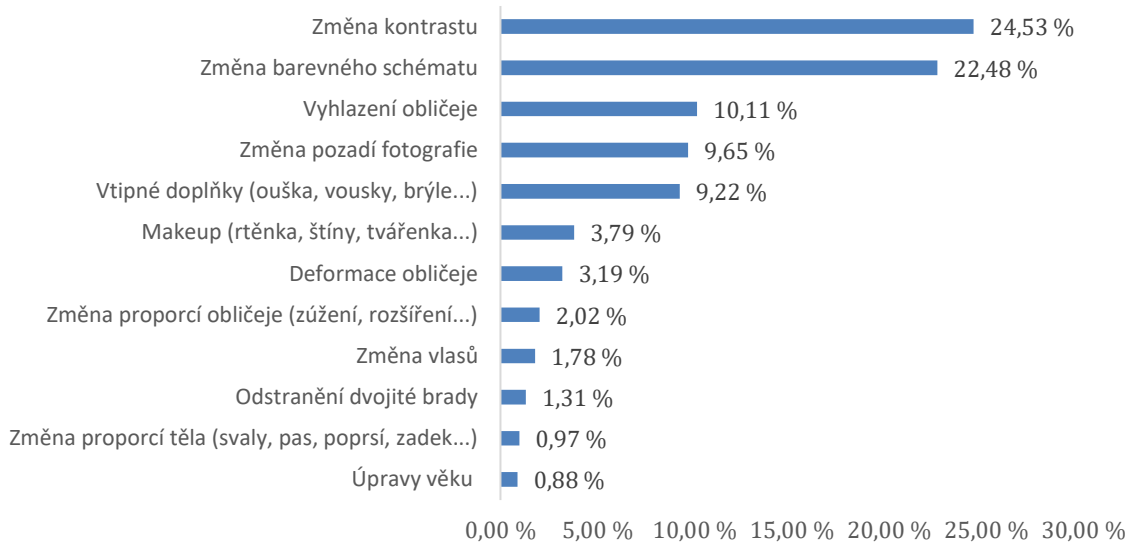
6 Děti a úpravy fotografií

6.1 Upravují si děti v online prostředí svůj vzhled?

Velmi zajímavá část našeho výzkumu se věnuje problematice úprav vzhledu dětí na fotografiích, které potom děti v online prostředí prostřednictvím svých profilů aktivně sdílejí. Jinými slovy nás zajímalo, zda si děti před publikací upravují své vlastní fotografie – třeba prostřednictvím filtrů (či jiných podobných nástrojů). Úvodem je třeba uvést, že **více než polovina dětí (58,35 %) filtry na úpravu fotografií nepoužívá**. Zbytek poté fotografie, které sdílí v online prostředí, různými způsoby před zveřejněním upravuje.

Nejčastějším filtrem (24,53 %) je zlepšení kontrastu fotografie. Podíváme-li se na filtry spojené s částmi lidského těla, **nejčastější je filtr na vyhlazení obličeje (10,11 %) a filtr napodobující make-up (3,79 %)**. Filtr, který slouží k vylepšování proporcí těla (například zvětšení poprsí či hýždí), používá pouze necelé procento českých dětí.

Graf 8. Úpravy fotografií dětmi



(n=8872)

6.2 Motivace dětí pro úpravy fotografií

Důvody dětí, proč filtry používat, jsou jednoduché – nejvíce protože je to baví (27,49 %), ale také proto, aby vypadaly lépe než ve skutečnosti (11,47 %). Motivací mohou být také různá virtuální ocenění, pro větší počet lajků si fotky upravuje 4,70 % dětí a pro větší počet sledujících 3,16 %. Podrobnější přehled můžete vidět v tabulce.

Tabulka 1. Motivace dětí k úpravám fotografií

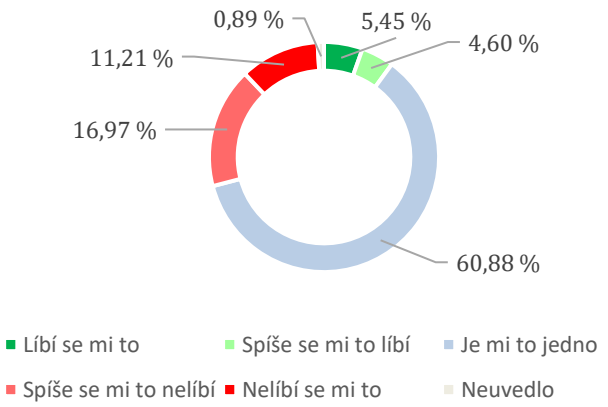
	Četnost (n)	Rel. četnost (%)
Ne, filtry nepoužívám.	4694	52,41
Baví mě to.	2462	27,49
Chci vypadat lépe než ve skutečnosti.	1027	11,47
Chci, aby fotka či video byly vtipné.	732	8,17
Chci upoutat pozornost někoho, o koho mám zájem.	468	5,22
Chci vypadat jinak než ve skutečnosti.	448	5,00
Ostatní filtry také používají.	441	4,92
Chci získat co nejvíce lajků, srdíček, ocenění.	421	4,70
Chci vypadat zajímavěji než ve skutečnosti.	405	4,52
Chci získat co nejvíce followerů (sledujících).	283	3,16
Chci být podobný/á svému oblíbenému vzoru (celebritě, influencerovi apod.).	163	1,82
Chci vypadat hůře než ve skutečnosti.	48	0,54

(n=8957)

6.3 Pohled dětí na osoby, které si výrazně upravují své fotografie pomocí filtru

V našem výzkumu jsme se také zaměřili na to, jak děti vnímají výrazné úpravy fotografií ostatních. České děti jsou k využívání filtrů tolerantní, **více než 60 % dětí uvedlo, že je jim jedno, zda a jak mají ostatní uživatelé své fotografie upraveny**. Přibližně 28 % dětí se vyjádřilo k výrazným úpravám fotografií negativně. Zde ale záleží na tom, o jaký typ úpravy fotografie se jedná.

Graf 9. Pohled dětí na osoby, které si výrazně upravují své fotografie pomocí filtru



(n=9441)

7 Body shaming a další formy agrese spojené se vzhledem v online prostředí

Jedním z výrazných fenoménů projevujících se v online prostředí jsou různé formy šikany, agrese či body shamingu. Tyto jevy jsou negativní samy o sobě, avšak v případě dětí a dospívajících mohou být jejich dopady tragické. Ne nadarmo se při popisu období dospívání sahá k termínům "sturm und drang" (bouře a vzdor), kdy se v psychice dospívajícího střetávají protichůdné impulzy prométheovského entuziasmu a sentimentálního světobolu. Jinými slovy se jedná o velmi náročné, citlivé období, kdy i minimální vystavení neodůvodněné kritice, posměškům či šikaně, může vážně narušit či ovlivnit vývoj jedince. Významná část našeho výzkumu proto směřovala právě do této oblasti.

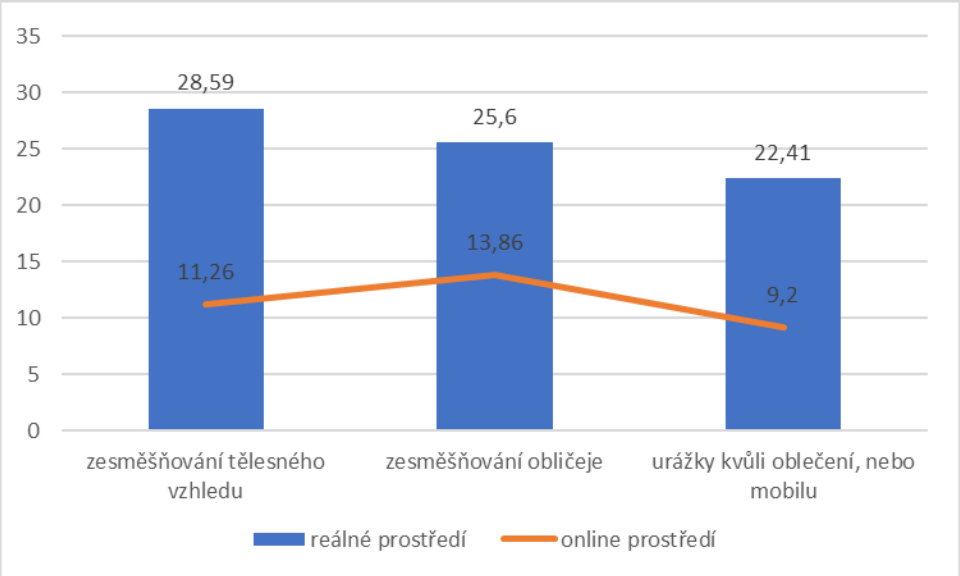
7.1 Třetina dospívajících zažila online zesměšňování

Z našeho výzkumu vyplývá, že **třetina dospívajících zažila situace**, kdy **čelila posměškům týkající se jejich profilu v online prostředí.** V souvislosti s body shamingem má 14 % dospívajících zkušenosti s negativními komentáři obličeje a vlasů a 11 % dospívajících pak s urážkami vztahujícími se k jejich postavě. Na každé 10. dítě byly směřovány posměšky za to, co na sociálních sítích napsaly. Necelých 10 % dětí bylo vystaveno urážkám směřujícím k jejich materiálnímu vybavení, jako je oblečení (5,2 %), či značka mobilu (4,1 %). Pozitivním zjištěním je jistě skutečnost, že 70 % dospívajících doposud nemá v online prostředí negativní zkušenost související s reakcemi na obsah jejich profilu.

7.2 Zesměšňování zažilo v reálném světě každé druhé dítě

Pro komparativní účely jsme se zaměřili i na zkušenosti z reálného života dospívajících. Ve srovnání s online prostředím byl zjištěn výrazný a překvapivý nárůst, kdy celkem **53 % dětí zažilo v reálném světě posmívání kvůli vzhledu**. Konkrétně se jednalo ve 29 % případů o zesměšňování tělesného vzhledu, ve 26 % případů pak o urážky týkající se obličeje, nebo vlasů. 22 % dětí zažilo urážky kvůli soblečení nebo mobilu (značka, stáří mobilního zařízení).

Graf 10. Komparace nejčastějších urážek v reálném a online prostředí



(n= 9238)

7.3 Nejsme agresoři/hejtři

Naopak velmi pozitivním zjištěním je, že **92 % dětí** z našeho výzkumu deklaruje, že se **v online prostředí nedopouští zesměšňování, nebo urážení druhých** směrem k jejich profilům na sociálních sítích.

V reálném prostředí se jedná opět o vyšší číslo, kdy **urážení či zesměšňování jiné osoby přiznalo 13 % dětí**. Jde především o posměšky směřující ke vzhledu (tělo, obličej) 10 %, nebo oblečení 3 %. Jinými slovy 87 % dětí uvádí, že se nikomu v reálném životě kvůli vzhledu neposmívá.

8 Dopady body shamingu a dalších forem agrese na dospívající

Za podstatné považujeme nejen sledování ne/přítomnosti šikany, body shamingu a dalších agresivních projevů v online i reálném prostředí, ale také jejich dopadů na psychiku a chování dospívajících. Reakce dětí na posměšky v online prostředí je možné rozdělit do tří oblastí. První skupinu tvoří reakce zaznamenávající **změnu chování** dětí. Druhou skupinu charakterizují **změny v sociální oblasti** a poslední skupinu tvoří reakce spadající **do oblasti prožívání.** V níže uvedených dopadech jsou akcentované především nejčastější a nejvýznamnější odpovědi.

8.1 Oblast chování

Obranou je únik

Ve vazbě na **změnu chování** dětí dochází nejčastěji k mazání zesměšňujícího obsahu (14 %), případně menšímu využívání sociálních sítí 6 % a v ojedinělých případech i ke smazání celého profilu (2 %). Jako další formu obrany děti volí únik do online či offline herní reality (12 %).

Návykové látky

Celkově lze konstatovat, **že pro více než 6 % dětí byla negativní zkušenost v online prostředí spouštěcím mechanismem pro započetí užívání nějakého typu návykové látky,** ať již se v obecné rovině jednalo o návykové látky společensky přijatelné, tolerované či nelegální.

Užívání psychofarmak na úzkost a depresi přiznává 1,6 % dětí, užívání léků na spaní deklaruje 1,3 % dětí, kouření cigaret či požívání alkoholických nápojů uvádí 3,3 % dospívajících.

Potencionální riziko vzniku poruch příjmu potravy

Zajímalo nás rovněž, jaké procento dětí bude v reakci na zesměšňování své osoby v online prostředí vykazovat změny v chování související s nevhodnými stravovacími návyky, případně i změnou sebenáhledu. 7,5 % dětí se začalo omezovat v jídle a **5 % dětí dokonce redukovalo příjem potravy na minimum**. Naopak zvýšení příjmu potravy více než obvykle deklarují 2 % dětí. Závažným zjištěním je **přiznání přejídání se a následné vyzvracení potravy u 1,3 % dětí**, což v reálném počtu čítá 96 dětí. **Přes 7 % dětí začalo vnímat své tělo jako „tlusté", přestože je okolí ujišťovalo o opaku.**

Dopady na psychosomatickou oblast

Obranné reakce, které lze nazvat psychosomatické, se objevily u 4 % dětí (312), které pociťovaly tělesné potíže, jako je například bolest hlavy, břicha, pocity na zvracení apod. Poruchy spánku jako citlivý ukazatel psychické nepohody, se objevily u 7 % dětí.

Pozitivní dopady

Některé dospívající tato negativní zkušenosti motivovala pozitivně, což se odrazilo v aktivitách podporujících zdravý životní styl, konkrétně se jednalo o **sportovní aktivity,**

kterým se začalo více věnovat 10 % dětí, a posilování téměř 5 % dětí. Zhruba 4 % dětí tato zkušenost vedla k zaměření se na zdravé stravování a 8,4 % dospívajících změnilo styl oblékání a více se zajímá o módní trendy.

Tabulka 2. Vybrané dopady body shamingu a dalších forem agrese – oblast chování

		n	%
Pozitivní dopady			
	sport	745	10,2 %
	změna stylu oblékání	614	8,4 %
	posilování	348	4,7 %
	zdravá strava	271	3,7 %
Obranou je únik			
	mazání obsahu	1029	14,1 %
	únik do herní reality	872	11,9 %
	menší využívání sociálních sítí	453	6,2 %
	smazání profilu	181	2,4 %
Návykové látky			
	požívání cigaret či alkoholu	240	3,3 %
	psychofarmaka	117	1,6 %
	léky na spaní	93	1,3 %
Riziko vzniku poruch příjmu potravy			
	omezování jídla	541	7,5 %
	pocit, že jsem "tlustý/á"	536	7,3 %
	redukce jídla na minimum	383	5,2 %
	zvýšení příjmu potravy	128	1,7 %
	přejídání a následné zvracení	96	1,3 %
Psychosomatická oblast			
	poruchy spánku	502	6,8 %
	tělesné potíže	312	4,2 %

(n= 7294)

8.2 Oblast sociálních vztahů

Vliv negativní zkušenosti na sociální vztahy

Téměř čtvrtina dětí, kterým někdo v online prostředí ubližoval (posměšky, hejty) **se stala obezřetnější a přestala lidem v online prostředí tolik důvěřovat.** V 8,5 % děti na základě této negativní zkušenosti komunikaci s ostatními v online prostředí výrazně omezily.

1,65 % dětí začalo druhým lidem v online prostředí ubližovat, oplácet urážky a hejtovat, ačkoliv se tento výsledek jeví jako zanedbatelný, v reálných číslech je jedná o 120 dětí.

Zaměřili jsme se také na dopad negativní zkušenosti v online prostředí na reálné sociální vztahy mimo internet.

V oblasti sociálních vztahů je pozitivním zjištěním, že **čtvrtinu dětí negativní zkušenost v online prostředí vedla k příklonu k reálným (nevirtuálním) sociálním vztahům** tzn., že se začaly soustředit na skutečné kamarády v reálném světě. Opačný efekt měl tento zážitek na 5,5 % dětí, které se v reálném světě ještě více sociálně izolovaly, redukovaly komunikaci i trávení volného času s ostatními. 16 % dětí přenáší zkušenosti z online prostředí i do reálných sociálních vztahů a méně lidem důvěřují. Objevilo se jedno procento dětí, které začalo druhým lidem ubližovat i v reálném světě, tato skupina čítá 80 dospívajících.

Tabulka 3. Srovnání dopadů negativních zkušeností na online prostředí a reálný svět

	Online prostředí		**Reálné prostředí**	
	n	%	n	%
Začal/a jsem druhým lidem MÉNĚ důvěřovat.	1736	23,83 %	1165	15,99 %
Začal/a jsem se s druhými lidmi MÉNĚ bavit	629	8,63 %	395	5,42 %
Začal/a jsem druhým taky ubližovat	120	1,65 %	80	1,1 %
Začal/a jsem se více bavit s kamarády/-kami v reálném světě	1767		24,25 %	

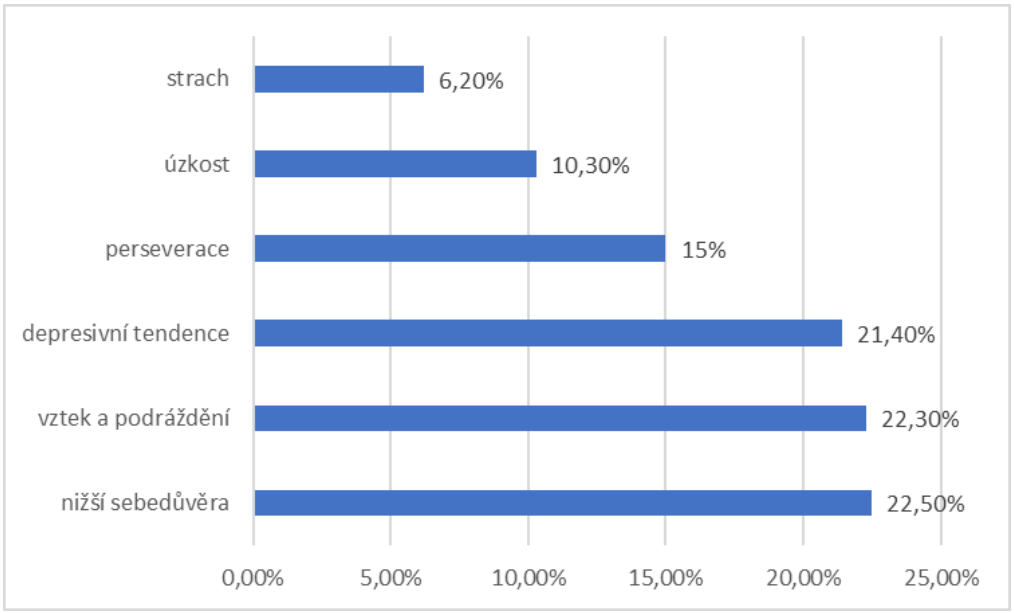
(n= 7286)

8.3 Oblast prožívání

Emoční negativní dopady u tří čtvrtin dětí

Dopady negativní zkušenosti v podobě posměšků a hejtování v online prostředí směřují také do **oblasti prožívání**. Celkem **25 % dětí vnímá tuto zkušenost spíše pozitivně**, respektive domnívá se, že je to posílilo a staly se tak odolnější. Zbytek dospívajících poukazuje na různé negativní dopady v této oblasti. Konkrétně se jedná především o negativní emoce. **Vztek a podráždění prožívalo** v této souvislosti **22,3 %** dospívajících; depresivní tendence v podobě **smutku/méně radosti 21 %** dospívajících a 10,28 % dospívajících prožívalo pocity úzkosti a 6,22 % strachu. Dále pak u **22,5 % dětí se taková zkušenost promítla do jejich sebehodnocení,** a to tak, že si méně věří a více o sobě pochybují. Dalším významným zjištěním je, že **15 % dětí** reagovalo na negativní chování v online prostředí zaměřené na jejich osobu, **tendencemi k perseveraci**, tzn. ulpívání na problému, neustálému vracení se k tématu, neschopnosti zapomenout a „trápením se" nad touto situací.

Graf 11. Negativní emoční dopady různých forem online agrese



(n= 7217)

Každé desáté dítě přiznává sebepoškozující tendence

Velmi alarmujícím zjištěním je, že **7,54 % dětí (což reprezentuje 544 dětí) uvažovalo o tom, že by raději nebyly, a 307 dětí (4,25 %) přiznává sebepoškozující aktivity, jako jsou řezání či pálení se na různých částech těla**.

V online prostředí děti své postavení vnímají lépe než v reálném

Součástí budování vlastní identity, která je v dospívání jedním ze stěžejních úkolů, je také vnímání toho, jak je dítě přijímáno druhými a jaké postavení ve světě zaujímá.

Zaměříme-li se na **online prostředí**, tak úplnou či částečnou **spokojenost s vlastním postavením** v tomto prostředí **pociťuje 60 % dětí**, což je jistě velmi dobrý výsledek. Neutrální vztah má pak 24 % dětí. Velmi pozitivně lze vnímat také to, že nespokojenost vyjádřilo pouze 13 % dětí. V hodnocení vlastního postavení **v reálném světě** jsou výsledky o něco horší. Spokojenost, plnou či částečnou, vyjádřilo 57 % dětí. Neutrálně své postavení vnímá 23 % dětí. Naopak úplná či částečná nespokojenost byla zjištěna u 19 % dětí.

9 Shrnutí

Náš výzkum se zaměřil na prostředí sociálních sítí a jejich možný vliv na psychiku dětí a dospívajících. Dominantní platformou, kterou české děti využívají, je kromě YouTube hlavně Instagram a TikTok. Na těchto sítích nejčastěji sdílí běžné zážitky ze svého života a zhruba pětina se zde snaží tvořit vtipný obsah. Vytváření obsahu, který může být škodlivý pro dítě (sebepoškozování, násilí) přiznalo jen něco přes půl procenta dětí.

Na sociálních sítích mohou uživatelé své fotografie upravovat za pomocí filtrů, více než polovina (58,35 %) českých dětí ovšem žádné filtry nepoužívá. Nejčastěji používanými filtry jsou ty na vyhlazení obličeje a filtry napodobující make-up. Motivací používat filtry je hlavně zábava a také to, že chtějí díky nim vypadat lépe než ve skutečnosti. Celkově ale děti nevnímají upravování fotografií pomocí filtrů ani negativně, ani kladně. Jen zhruba 11 % dětí se úprava fotografií pomocí filtrů vůbec nelíbí

Jako alarmující hodnotíme spokojenost dětí se svým vlastním tělem či obličejem. Jen každý druhý je spokojený se svým obličejem, spokojenost s vlastním tělem deklarovalo 46 % dětí. Se svým obličejem není spokojeno 21 % dětí, se svým tělem pak 29 %. Nespokojenost dětí se svým tělem se odráží v i tom, co by na sobě chtěly zlepšit. Zhubnout by chtělo něco přes třetinu dětí, něco přes třicet procent by chtělo nabrat svalovou hmotu. Dalšími prostředky ke zlepšení vzhledu byly například změna barvy vlasů či tetování. Okolo osmi procent dětí by chtělo změnit velikost a tvar svého pozadí či prsou.

Zajímavé srovnání nabízí náš výzkum v části zabývajícím se zesměšňováním či hatingu v reálném či virtuálním prostředí. Ačkoliv je téma kyberšikany důležité téma, zjistili jsme, že zesměšňování stále spíše převládá v reálném prostředí. Zatímco v online prostředí čelila posměškům jedna třetina českých dětí, v reálném životě jich byla více než polovina. Nejčastěji se děti posmívaly něčímu vzhledu, nezanedbatelnou roli v zesměšňování sehrává například i oblečení či mobilní telefon. Jen 8 % dětí přiznává, že by se někomu posmívali v online prostředí, ve virtuálním prostředí to bylo 13 procent.

Pokud se již dítě stane obětí zesměšňování, může to na něj mít jak negativní, tak i pozitivní dopad. Po zesměšňování například začalo 10 % dětí více sportovat, ovšem 7,5 % také omezovat potravu. Častou strategií dětí je také únik – například smazáním obsahu, za který se jim někdo posmíval, nebo hraním počítačových her. Tento zážitek byl spouštěčem pro užívání cigaret či alkoholu u tří procent dětí. Z výsledků ovšem vyplývá, že online posmívání může mít závažnější dopady – větší množství dětí začalo ostatním méně důvěřovat po zesměšňování na internetu než v reálném prostředí. Navíc přes 4 procenta sebepoškozující aktivity po zesměšňování na internetu.

Kromě chování dětí nás také zajímalo chování jejich rodičů, a to v případě tzv. sharentingu, tedy sdílení fotografií či videí svého vlastního dítěte na sociálních sítích. Takový obsah podle vyjádření samotných dětí sdílí s jejich souhlasem 20 % rodičů, bez souhlasu okolo deseti procent.

10 Citace



V našem novém výzkumu mapujeme téma, které se do českého mediálního prostoru dostalo především díky zahraničním výzkumům zaměřeným na (především negativní) vliv sociálních sítí na dětské uživatele internetu. Úvodem je třeba říci, že sociální sítě jsou pro velkou část českých dětí velmi důležité, představují pro ně prostor, kde se mohou bavit, komunikovat s přáteli, kde se mohou sebeprezentovat a tvořit vlastní virtuální identitu reprezentovanou profily, které děti plní nejrůznějším obsahem (texty, fotografiemi a videi). To, co děti v online světě publikují, však nemusí být zcela reálným odrazem reality. Jak jsme předpokládali, přibližně 40 % českých dětí fotografie, které publikují, cíleně upravuje (pomocí různých filtrů), jen malá část však v online prostředí zásadně upravuje svůj vzhled – především obličej (každé desáté dítě). Se vzhledem svého obličeje je ostatně nespokojena pouze pětina českých dětí, se svým tělem pak vyjádřila spokojenost téměř polovina oslovených dětí (vyloženě nespokojeno je 29 % českých dětí).

Bohužel se světem vnější krásy je spojena také řada problémů, z nichž k neznámějším patří tzv. body shaming. Třetina českých dětí potvrdila, že v online prostředí čelila posměškům týkajícím se jejich online profilu, 14 % dětí zažilo negativní komentáře spojené s obličejem a vlasy, 11 % dětí zažilo urážky spojené s jejich postavou. Jak ukazují výzkumná zjištění, body shaming je zcela jistě problém, na který je třeba reagovat např. prostřednictvím preventivních osvětových aktivit, posilováním sociálních dovednostní dětí, ale také zvyšováním jejich psychické odolnosti. Samozřejmostí je také budování zdravého školního klima, které minimalizuje vznik nežádoucích forem chování.

doc. Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.
Centrum PRVoK, Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci



Sociální sítě představují zajímavý fenomén 21. století. Na jednu stranu nám denně usnadňují život díky lepší komunikaci, na stranu druhou jsme ovšem svědky negativních dopadů, které s sebou přinášejí. Pro lidský mozek je to těžký úkol, vyrovnat se s něčím, co stimuluje systém odměn pomocí různých lajků a srdíček jako nikdy předtím. Dalším důležitým faktorem je samotná společenská podstata sociálních médií. Od dob, kdy opuštění smečky znamenalo jistou smrt, jsme si vyvinuli silnou tendenci být společností akceptováni, s čímž souvisí touha zalíbit se ostatním lidem. Není proto divu, že v honbě za společenským uznáním sdílí nejen někteří dospívající, ale i dospělí takové fotky, které jsou tak trochu vylepšené, nebo nemusí tak úplně popisovat realitu, v extrémnějších případech kvůli fotkám změní celý svůj vzhledu. Výsledky výzkumu mě v několika ohledech překvapily, zvláště pak údaj, že okolo poloviny dětí není spokojeno se svým tělem a obličejem. Je otázkou, do jaké míry jsou tato čísla způsobena sociálními sítěmi, v každém případě si myslím, že je s tím potřeba něco dělat - a to například ve škole. Dle mého názoru by se mělo dbát více na edukaci v oblasti mediální psychohygieny, v rámci které by se žáci například učili, že ne všechny fotky na sociálních sítích jsou opravdu ve skutečnosti tak perfektní.

Mgr. Dominik Voráč
Centrum PRVoK, Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci



V současné společnosti je ideál krásy utvářen masovými médii, sociálními sítěmi, influencery, módními časopisy a všudypřítomnou reklamou založenou na nerealistickém zobrazování vizuálního obsahu, především ve vztahu k tomu, co je považováno za standardy krásy. Ty jsou v 21. století ovlivněny negativními stereotypy, akcentováním fyzického vzhledu jako prototypu úspěchu a oblíbenosti. Děti a dospívající jsou na internetu konfrontovány s tělesnými ideály, které neodpovídají skutečnosti, a které tak mohou ovlivnit vnímání jejich vlastního těla a vyvolat pocity nejistoty a nedostatečnosti.

Body shaming neboli dehonestování či zesměšňování někoho na základě jeho fyzického vzhledu, především postavy, je považováno za formu šikany, sociální agrese, která je navíc v online prostředí posilována možností zachování anonymity agresorů. Dopady body shamingu nelze přehlížet a bagatelizovat, protože tyto negativní zkušenosti mohou vyústit do celé řady tělesných a psychických potíží, které se mohou manifestovat do oblasti chování, sociálních vztahů a emočního prožívání. Mezi nejzávažnější důsledky negativních zkušeností v online prostředí řadíme zejména potencionální riziko vzniku poruch příjmu potravy, zneužívání návykových látek, rozvoje depresivních či úzkostných projevů, negativního ovlivnění sebehodnocení nebo dokonce sebepoškozujícího chování.

Uvedené vnímáme o to naléhavěji, a to nejen vzhledem k nárůstu psychiatrických diagnóz u českých dětí a dospívajících, ale i kvůli dopadům opatření v období pandemie covid-19, jež způsobila navýšení času, které děti a dospívající tráví na internetu. Klíč k řešení této situace spatřujeme v komplexním přístupu, do něhož by měly být začleněny především rodiny, vzdělávací instituce a v neposlední řadě i odborníci z oblastí psychologie či psychiatrie. V tomto kontextu je však třeba upozornit na to, že se vždy jedná o dlouhodobější a náročný proces.

PhDr. Jana Kvintová, Ph.D. a Mgr. Lucie Křeménková, Ph.D.
Katedra psychologie a patopsychologie, Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci



Výzkum Děti a kult krásy v online světě je již sedmým v řadě, který s projektem E-Bezpečí z Univerzity Palackého realizujeme. Po dvou letech jsme se vrátili do virtuálního světa českých dětí, tentokrát abychom otevřeli společenskou diskusi na téma, jak zejména sociální sítě ovlivňují jejich vnímání vlastního vzhledu a těla. Tato společná výzkumná činnost je pro nás velmi důležitá, protože nám pomáhá identifikovat aktuální rizika v online prostředí a následně je pomáhat řešit. Již teď můžu říct, že se nám opět podařilo získat unikátní data, která v České republice na tak velkém vzorku respondentů zatím nikdo nepředstavil. Velká část výzkumu se věnuje fenoménu body shamingu. Stejně jako ostatní projevy šikany se i tato forma zesměšňování v posledních letech přesunula na internet a stále častěji se s ní setkávají právě děti a dospívající na sociálních sítích. Proto se stává velmi relevantní i pro náš vzdělávací portál www.o2chytraskola.cz a populárně vzdělávací web www.bezpecnevsiti.cz. Na obou těchto místech se tak mohou návštěvníci dozvědět více nejen o tomto rizikovém chování v prostředí internetu. Dále samozřejmě plánujeme připravit specifický obsah zaměřený právě na body shaming a zařadit metodické podklady pro učitele, které jim pomohou otevřít toto téma také v rámci výuky.

Mgr. Hany Farghali
Ředitel korporátní komunikace a CSR, O2 Czech Republic

11 Kontakt

Centrum prevence rizikové virtuální komunikace
Pedagogická fakulta univerzity Palackého v Olomouci

doc. Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D. (kamil.kopecky@upol.cz)
doc. PhDr. René Szotkowski, Ph.D. (rene.szotkowski@upol.cz)
Mgr. Dominik Voráč (dominik.vorac01@upol.cz)

Centrum prevence rizikové virtuální komunikace
Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Žižkovo náměstí 5, Olomouc, 771 40

Katedra psychologie a patopsychologie
Pedagogická fakulta univerzity Palackého v Olomouci

PhDr. Jana Kvintová, Ph.D. (jana.kvintova@upol.cz)
Mgr. Lucie Křeménková, Ph.D. (lucie.kremenkova@upol.cz)

Centrum prevence rizikové virtuální komunikace
Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Žižkovo náměstí 5, Olomouc, 771 40