

**Univerzita Karlova v Praze**

**Pedagogická fakulta – Katedra psychologie**



**PÉČE O ZEVNĚJŠEK Z POHLEDU CHLAPCŮ**

**Bakalářská práce**

**Vedoucí bakalářské práce:**

PhDr. Irena Smetáčková. Ph. D.

**Autorka:**

Anna Cutychová

**Praha, 2014**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a pouze s využitím literatury, kterou uvádím a cituji v seznamu.

V Praze dne 27.6. 2014

Anna Cutychová

.....

## ABSTRAKT ČESKY

Péče o vzhled bývá častěji přiřazována ženám. V poslední době se však toto téma začalo mnohem více týkat i mužů. Já se pomocí této práce pokusím prozkoumat, jak téma péče o vzhled vnímají dnešní adolescenti.

Mou cílovou skupinou jsou žáci a žačky osmé a deváté třídy základní školy. Práce má dvě části První část je teoretická, ve které se budu věnovat sebepojetí v souvislosti s adolescencí, vlivy a důvody ovlivňujícími péči o tělo a sociální percepce.

V druhé ,praktické, části se budu věnovat tomu jak o sebe chlapci a dívky pečují, proč o sebe pečují, jaké vlivy je v péči o zevnějšek ovlivňují. Všechna tato témata také porovnáám mezi chlapci a dívkami.

## ABSTRACT IN ENGLISH

Women always took and still take care of their appearance more than men. However, this fact is changing nowadays and the appearance becomes of a greater importance for men too. Through this thesis I try to analyze how this topic of taking care for nice appearance is being perceived by current adolescents.

My target group is represented by boys and girls, pupils of the primary school, aged 14 or 15( attending the 8th and 9th class). The dissertation consists of two parts. The first part is theoretical in which the self-perception as to the adolescence, influences and sources for taking care about the appearance and the resulting social perception are analyzed.

The second practical part is dedicated to the fact how boys and girls take care about their looks with aim to detect the reasons why they do it and the influencing factors. All these themes are compared between boys and girls too.

<b>I. ÚVOD.....</b>	<b>1</b>
<b>II. TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>2</b>
<b>1. ADOLESCENCE.....</b>	<b>3</b>
1.1 VYMEZENÍ.....	3
1.2 ADOLESCENCE , TĚLESNÁ PROMĚNA A VZHLED.....	5
1.2.1 ADOLESCENCE A VZHLED	
– ROZDÍLY MEZI DÍVKAMI A CHLAPCI .....	6
2. SEBEPOJETÍ.....	8
2.1 TĚLESNÉ SEBEPOJETÍ.....	9
<b>3. DŮVODY PÉČE O TĚLO V ADOLESCENCI.....</b>	<b>10</b>
<b>4. VLIVY OVLIVŇUJÍCÍ PÉČI O TĚLO.....</b>	<b>11</b>
4.1. GENDER.....	11
4.2. IDEÁL KRÁSY.....	13
4.3 MÉDIA.....	15
4.3.1. ČASOPISY.....	17
4.3.2 TELEVIZE.....	18
4.4 REKLAMA.....	19
<b>5. SOCIÁLNÍ PERCEPCE.....</b>	<b>20</b>
5.1. MEZIOSOBNÍ PERCEPCE.....	22
5.1.1. UTVÁŘENÍ DOJMU O OSOBE.....	22
<b>III. PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>25</b>
<b>6. CÍL A HLAVNÍ VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....</b>	<b>26</b>
<b>7. VÝZKUMNÝ VZOREK A PROSTŘEDÍ.....</b>	<b>26</b>
7.1 VÝZKUMNÝ VZOREK - INFORMACE O DĚTECH.....	27
<b>8. METODY SBĚRU A ANALÝZA DAT.....</b>	<b>29</b>
8.1. DOTAZNÍK.....	29
8.2. ROZHOVOR.....	30
8.2.1 OTÁZKY ROZHOVORU.....	30
8.3. ANALÝZA DAT.....	31
<b>9. PREZENTACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU.....</b>	<b>32</b>
9.1. SKUPINA – DÍVKY.....	33
9.1.1 JAK SOUVISÍ VZHLED ČLOVĚKA S TÍM, JAK HO LIDÉ HODNOTÍ.....	33

9.1.2 ROZDÍL V POHLEDU ŽÁKU A ŽAČEK NA PÉČI O TĚLO U ŽEN A U MUŽŮ.....	34
9.1.3. JAK A PROČ O SEBE ŽÁCI A ŽAČKY PEČUJÍ.....	35
9.1.4. JAKÉ VLIVY VZTAHUJÍCÍ SE K PÉČI O ZE VNĚJŠEK NA ŽÁKY A ŽAČKY PŮSOBÍ.....	38
9. 2. SKUPINA – CHLAPCI.....	39
9.2.1. JAK SOUVISÍ VZHLED ČLOVĚKA S TÍM, JAK HO LIDÉ HODNOTÍ.....	39
9.2.2. ROZDÍL V POHLEDU ŽÁKŮ A ŽAČEK NA PÉČI O TĚLO U ŽEN A U MUŽŮ.....	40
9.2.3 JAK A PROČ O SEBE ŽÁCI A ŽAČKY PEČUJÍ.....	42
9.2.4. JAKÉ VLIVY VZTAHUJÍCÍ SE K PÉČI O ZE VNĚJŠEK NA ŽÁKY A ŽAČKY PŮSOBÍ.....	44
<b>9.3. SHODY A ROZDÍLY VE SKUPINĚ DÍVEK A SKUPINĚ CHLAPCŮ.....</b>	<b>45</b>
9.3.1. JAK SOUVISÍ VZHLED ČLOVĚKA S TÍM, JAK HO LIDÉ HODNOTÍ.....	45
9.3.2. ROZDÍL V POHLEDU ŽÁKU A ŽAČEK NA PÉČI O TĚLO U ŽEN A U MUŽŮ.....	46
9.3.3. JAK A PROČ O SEBE ŽÁCI A ŽAČKY PEČUJÍ.....	46
9.3.4. JAKÉ VLIVY VZTAHUJÍCÍ SE K PÉČI O ZE VNĚJŠEK NA ŽÁKY A ŽAČKY PŮSOBÍ.....	46
<b>IV. DISKUZE.....</b>	<b>48</b>
<b>V. ZÁVĚR.....</b>	<b>50</b>
<b>VI. POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>51</b>
<b>VII. PŘÍLOHY.....</b>	<b>52</b>

## I. ÚVOD

Péče o tělo a o vzhled bývá často spojován spíše se ženami. V poslední době je však více spojován i s muži. Toto téma mě zaujalo, proto jsem se rozhodla napsat tuto práci a postihnout alespoň zlomek problematiky týkající se péče o vzhled u mužů a u žen.

Práce je rozdělena do dvou hlavních částí. V teoretické části jsou představeny pojmy adolescence, sebepojetí, sociální percepce a vlivy a důvody ovlivňující péči o tělo.

Empirická část práce představuje kvalitativní výzkum, který si kladl za cíl odpovědět na otázky Proč o sebe chlapci a dívky pečují? Jak o sebe chlapci a dívky pečují? Jaké vlivy je v péči o zevnějšek ovlivňují? Proč a jak o sebe chlapci pečují a jaké vlivy je v péči o zevnějšek ovlivňují v porovnání s dívkami? Objektem zkoumání sou v této práci chlapci a dívky v adolescentním věku.

## **II. TEORETICKÁ ČÁST**



## 1. ADOLESCENCE

### 1.1 VYMEZENÍ

*„Období dospívání je přechodnou dobou mezi dětstvím a dospělostí. Zahrnuje jednu dekádu života, od 10 do 20 let. V tomto období dochází ke komplexní proměně osobnosti ve všech oblastech: somatické, psychické i sociální. Mnohé změny jsou primárně podmíněny biologicky, ale vždy je významně ovlivňují psychické a sociální faktory, s nimiž jsou ve vzájemné interakci. Průběh dospívání je závislý na konkrétních a společenských podmínkách, z nichž vyplývají požadavky a očekávání společnosti ve vztahu k dospívajícím. Dospívání představuje specifickou životní etapu, která má svoje typické znaky v rámci životního cyklu a svůj objektivní a subjektivní význam. Je to období hledání a přehodnocování, v němž má jedinec zvládnout vlastní proměnu, dosáhnout přijatelného sociálního postavení a vytvořit subjektivně uspokojivou, zralejší formu vlastní identity.“ (Vágnerová, 2012, s. 367)*

Období dospívání se dá rozdělit do dvou fází:

Na ranou adolescenci, kterou lze také označit jako pubescenci. Patří do ní prvních pět let dospívání. U každého dítěte se může ohraničení této etapy lehce lišit, začíná však většinou v jedenáctém a končí v patnáctém roce života. Nejvýznamnější změny v tomto období jsou tělesné a pohlavní dozrávání. Mění se jak zevnějšek dospívajícího, tak jeho sebepojetí.

A na pozdní adolescenci. Ta začíná v patnáctém roce a končí v roce dvacátém. I zde se může u každého jedince délka této fáze lišit. Trvá tedy dalších pět let života. Milníkem, který ohraničuje začátek pozdní adolescence je pohlavní dozrávání. Často také v pozdní adolescenci dochází k prvnímu pohlavnímu styku. V tomto období člověk prochází psychosociální proměnou a změnou osobnosti. Mění se i společenská pozice adolescenta. (Vágnerová, 2012)

Macek uvádí, že mládí, neboli adolescence začíná v patnácti letech a trvá do dvaceti až dvaceti dvou let. Také to, že začátek adolescence souvisí s pohlavním dozráním a ukončením tělesného růstu. V další fázi života už není stěžejní fyzický vývin, ale spíše dosažení některých sociálních rolí, dokončení vzdělání a a rozvoj autonomie. (Macek, 1999)

Macek naproti Vágnerové dělí adolescenci do tří etap.:  
časná adolescence - od deseti až jedenácti do třinácti let  
střední adolescence - přibližně od čtrnácti do šestnácti let  
pozdní adolescence – od sedmnácti do dvaceti let i déle  
(Macek, 1999)

Skorunková adolescenci popisuje jako druhou fázi dospívání, která trvá přibližně od 15 do 20 let. Vstup do fáze adolescence je dle Skorunkové biologicky ohraničen pohlavním dozráním a dosažením reprodukční schopnosti. (Skorunková, 2011, s. 52)

Skorunková vymezuje adolescenci 15. a 20. rokem života a označuje ji, jako druhou fázi dospívání. Také píše, že pro začátek této fáze je důležité pohlavní dozrání a tedy i reprodukční schopnost. (Skorunková, 2011)

Podobně ohraničuje adolescenci i Macek, který uvádí, že trvalou charakteristikou adolescence zůstává, že je považována za most mezi dětstvím a dospělostí. Z ontogenetického hlediska je jejím základním atributem dokončení pohlavního dozrání, fyzický a duševní rozvoj (růst) a sociální učení v nejširším slova smyslu. (Macek, 1999, s. 12)

Macek vidí adolescenci jako přechodovou fázi mezi dětstvím a dospělostí. Jako ostatní autoři i on zmiňuje důležitost pohlavního dozrání v této fázi. Dále pak duševní vývoj, fyzický vývoj a sociální učení. (Macek, 1999)

Je vidět, že každý autor ohraničuje období adolescence lehce odlišně. I vnitřní dělení tohoto období se u autorů liší. U všech se však objevuje ohraničení

adolescence pohlavním dozráním, dále pak i ukončením tělesného růstu a rozvojem psychických a sociálních proměn.

## 1.2 ADOLESCENCE , TĚLESNÁ PROMĚNA A VZHLED

Tělesná proměna je základní znak dospívání. Tato proměna bývá velmi často silně prožívána. Tělesný vzhled je součástí identity, proto může příliš značná proměna těla dokonce způsobit pocit ohrožení integrity vlastní osobnosti a ten poté může vést ke ztrátě sebejistoty. Přijetí nové identity a tělesného schématu určitý čas trvá. Člověk může být na své dospívání hrdý, nebo se za něj může stydět. Význam tělesné proměny může být závislý na duševní vyspělosti jedince, reakcích okolí na jeho fyzickou změnu a na vlastní představě člověka o tom, jak vypadá atraktivita dospěléjšího zevnějšku. (Vágnerová, 2012)

Vágnerová dále k významu vzhledu v adolescenci dále uvádí:  
*„Subjektivní význam zevnějšku v době dospívání vzrůstá. Projevuje se větší zaměřeností na vlastní tělo, jehož viditelná proměna pozornost dospívajícího přitahuje. Mnoho dospívajících, zejména dívky, se svým zevnějškem zabývá více než čímkoliv jiným, alespoň po určitou dobu. Pochybnosti o svém zjevu mívají i ti nejatraktivnější dospívající. V této době už neberou svoje tělo jako danost. Už vědí, že by mohli vypadat i jinak, samozřejmě lépe. Ke srovnání jim slouží vrstevnický standard atraktivity, zahrnující i úpravu zevnějšku. Té lze dosáhnout snadněji, oblečení i účes lze bez problémů přizpůsobit skupinovým požadavkům, vlastní tělo tak snadno změnit nelze.“* (Vágnerová, 2012, s. 374)

Mentální reprezentace vlastního těla, tedy tělové schéma může být emocionálně zkresleno. Toto zkreslení může být způsobeno obavami nebo přáním. Člověk se může vidět takovým, jakým si přeje být, nebo jakým se bojí, že je. Postoj může být také ovlivněn pocitem a stavem člověka, jeho spokojeností, či nespokojeností. (Vágnerová, 2008)

Macek popisuje, že se člověk v adolescenci často snaží pomocí vzhledu vyjádřit svou příslušnost k určité skupině či hodnotovou orientaci kterou zastává. K tomu využívá např. účesu, či specifického oděvu. Dále uvádí, že toto

odlišování se od většinové společnosti může také zvyšovat pocit výjimečnosti.  
(Macek, 1999)

Podle Fialové má úprava zevnějšku o člověku určitou vypovídající hodnotu: „*Vlastní vzhled můžeme aktivně dotvářet, nebo se mu pasivně poddat. Tím se vzhled člověka stává zrcadlem obrazu o něm a předznamenává i odpovídající reakce okolí, které tento obraz posilují. Je prokázáno, že míra péče o vlastní vzhled je u různých osob značně odlišná a vyvíjí se během života. Více se vlastním vzhledem zabývají mladí lidé, dále pak jedinci osobně nejistí. Sebeobraz takovýchto osob je hodně závislý na tom, jak reagují druzí. Podobně pečují o svůj vzhled i lidé, kteří se sociálně proměnili, nebo začlenili do skupiny... a chtějí být společensky akceptováni. Na druhé straně nepečují o vzhled vůbec někteří lidé (hlavně staří lidé, někteří muži a většina schizofreniků).*“ (Fialová, 2001, s. 67)

Tělesná změna a důraz na péči o svůj vzhled jsou v adolescenci velmi důležitá témata. Vzhled je důležitý i v rámci sociálního srovnávání nebo naopak vymezení se vůči ostatní společnosti. Tělesnost bývá dospívajícími velmi silně prožívána.

### 1.2.1 ADOLESCENCEA VZHLED – ROZDÍLY MEZI DÍVKAMI A CHLAPCI

Zatímco u chlapců se tělesná proměna jeví pouze jako růst, tedy kvantitativní změna, u dívek bývají tyto změny zvláště z pohledu dospělých brány, jako změny kvalitativní. Tento rozdíl je způsoben nápadnější změnou pohlavních znaků u děvčat. U chlapců proměna pohlavních znaků není na první pohled tolik viditelná. Ze společenského hlediska je u chlapců důležitý tělesný růst a také růst svalů. Vyšší postava u chlapců je dospělými dobře akceptovatelná. (Vágnerová, 2012)

Janošová také poukazuje na to, že dívkám jejich nové, dospělé tělesné schéma přináší omezení. Na dívky bývá ze strany rodičů více dohlíženo. Rodiče také dívky často upozorňují na možnost sexuálního zneužití a rizika spojená se sexuální vyspělostí. Dívky často prožívají v dospívání ambivalentní pocity, což je způsobeno i tím, že je na ně díky ženské roli a sní spojenými

povinnostmi, vyvíjen zvýšený společenský tlak. Role prepubertální dívky je spojena s méně povinnostmi, než role vyspělé ženy. (Janošová ,2008)

Janošová dále uvádí, že na rozdíl od role ženské, požadavky související s mužskou rolí jsou pro dospívající chlapce mnohem menším tlakem než u dívek. Role muže je spojena s vyšší společenskou prestiží a větší svobodou. Rodiče na chlapce snižují tlak, aby jim pomáhal s pracemi v domácnosti a dávají mu větší prostor v jeho volném čase. Stejně tak rodiče snižují tlak na dobrý školní výkon chlapců, na rozdíl u dívek, kde ho spíše zvyšují. (Janošová in Janošová)

Nejen Janošová, ale i další autoři uvádějí, že výrazný rozdíl mezi chlapci a dívkami v období adolescence je to, že dívky vnímají dospívání jako větší zásah do svého života, než chlapci. Nejen, že více vnímají tlak, na to aby zastávaly ženské práce, ale cítí i omezení související s menstruací. Naproti tomu chlapci vnímají spíše pozitivní změny související s dospíváním. Pociťují výhody, které plynou ze změny statusu. Pozitivně hodnotí i růst svalové hmoty, síly a výkonu. (Brooks – Gunn; Petersen, Silbereisen, Sorensen in Macek 1999).

O načasování pubertálních změn a jejich prožívání a hodnocení adolescenty jsou poznatky méně ucelené. Pro chlapce bývá předčasné dospívání ve srovnání s vrstevníky spíše výhodou, na rozdíl od dívek. Může to být způsobeno tlakem kultury na to jak má muž a žena vypadat. Od ženy se vyžaduje výrazná štíhlost, od muže sportovní atletická postava. Během dospívání se tomuto ideálu přibližují spíše chlapci, než dívky. Předčasně dospívající dívky mívají také více školních problémů, nižší sebehodnocení, jsou náchylnější k rizikovému chování a méně si rozumí s rodiči. Naproti tomu předčasně vyspělí chlapci mají často větší sebehodnocení, než vrstevníci a problémy dívek je nepostihují. ( Brooks – Gunn; Petersen, Leffert, in Macek 1999).

Z textu vychází, že dívky a chlapci zažívají od okolí jinou odezvu na změny svého těla. Stejně tak i jinak svoji tělesnost prožívají. Podobně je to i s mužskou rolí, která je oproti ženské v tomto období vnímána benevolentněji.

## 2. SEBEPOJETÍ

*„Sebepojetí chápeme jako obraz já (mé inteligence, mého těla, mého charakteru, mých pocitů...). Tělesné sebepojetí (tělesný vzhled, zdraví a výkonnost) je velmi důležitou součástí celkového sebepojetí.“ (Fialová, 2001, s. 29)*

Představa člověka o svém těle nemusí být vůbec přesná. To jak hodnotíme a vnímáme své tělo, nemusí znamenat, že takové doopravdy je. Toto vnímání může být subjektivně zkresleno tím, jaký má člověk vztah sám k sobě, tedy ze sebepojetí. To že někteří lidé považují své tělo za mohutnější, než jaké ve skutečnosti je nebývá způsobeno poruchou percepce, protože velikost postavy ostatních lidí odhadují správně. (Heinberg in Vágnerová 2008, )

Fialová o sebepojetí dále uvádí: *„Tento pojem se týká celkového pojetí vlastní osoby. Zahrnuje prvky kognitivní (sebepoznání...), emocionální (sebeúcta...), i činnostně regulativní (sebekontrola...). Vychází z vlastní zkušenosti i z názorů druhých a je jakýmsi subjektivním obrazem vlastní doby.“ (Fialová, 2001, s. 21)*

Dle Macka je sebepojetí součástí identity, která je v adolescenci prochází prochází mnohohvrstevnatým procesem utváření. Kromě odpovědi na základní otázku „kdo jsem“ je důležitou kvalitou i vědomí vlastní stability, kompetence a pohody. Identita má v sobě kromě již zmíněného sebepojetí, sebereflexi a sebehodnocení. V pozdní adolescenci je velice důležité odpovědět si na otázky týkající se směru života („kam patřím“, „k čemu směřuji“, „co je moje osobní perspektiva“), smyslu a hodnot („co považuji v životě za důležité a v čem vidím jeho smysl“, „čím se řídím“), také na otázky týkající se spokojenosti s vlastním životem („jak jsem spokojený se sebou“, „jak jsem spokojený ve svém životě, „mám vliv na to, co dělám a jak žiji“). (Macek, 1999, )

Dle fialové se sebepojetí utváří nejen v závislosti na vlastní zkušenosti, ale je závislé i na mínění druhých osob. Lidé, kteří zvyšují pocit vlastní hodnoty jsou pak zdrojem kladných emocí. (Fialová, 2001, s. 28)

Větší význam sebereflexe je významný po celé období adolescence. Dospívající nejdříve zažívá sebereflexi, která má charakter sebepercepce, uvědomuje si sám sebe, své role, cítí se jako aktér situací. Ze svých pocitů a prožitků však zažívá zmatek. Se stále větším přibýváním zkušeností a prožitků sebe sama v různých situacích se více objevuje introspekce a sebehodnocení. (Míček in Macek, 1999, s 60).

Macek uvádí, že „význam konzistentního a stabilního sebepojetí se během dospívání zvyšuje, tak jak se stále větší měrou zapojuje do procesu regulace vlastního chování a prožívání.“ (Macek, 1999, s. 61)

## 2.1 TĚLESNÉ SEBEPOJETÍ

Na sebepojetí je nahlíženo jako na způsob vnímání a přemýšlení o své těle. (Schilder in Fialová 2001).

Jelikož pod sebepojetí spadají veškeré představy a domněnky, které mají vztah k vlastnímu tělu, body image (tělesné sebepojetí) obsahuje kognitivní, afektivní i konativní části, jenž slouží jako jeho charakteristika. (Mrazek in Fialová, 2001)

Kterákoliv tělesná změna, či odchylka i v případě, že se nejedná o změnu negativní je jedincem citlivě až osobnostně prožívána. Důležitou součástí sebepojetí včetně tělového schématu je tedy rigidita. V krajním případě, např.: u podstatné proměny těla, může docházet až k hraničním situacím, kdy vzniká silný pocit ohrožení osobní integrity a následně ke ztrátě sebevědomí. Dokonce i v případech skutečné a zásadní změny, přetrvává původní představa vlastního těla navzdory faktu, že neodpovídá realitě, např.: při amputacích, nebo při zažité až vsugerované představě. Jedinec, který byl v průběhu dětství osočován a byla mu neustále připomínána jeho tloušťka, prožívá a uchovává představu o svém zevnějšku jako o obézním i v době, kdy už vyrostl a zeštíhl. Odtud lze vysledovat důvod, který vysvětluje malý efekt na psychiku jedinců, kteří prodělávají nejrůznější redukční diety a zákroky plastické chirurgie. Samotný

postoj človeka je velice důležitý, minimálně pro sebepojetí a tedy i následnou spokojenost, či nespokojenost.(Vágnerová, 2008)

*„Vzhled jako část tělesného sebepojetí má největší vliv na celkové sebepojetí. Tělesné sebepojetí má souvislost s prožíváním těla, které je subjektivní a těžko měřitelné.“* (Fialová, 2001, s. 37)

### **3. DŮVODY PÉČE O TĚLO V ADOLESCENCI**

Fialová píše, že tělo pro nás není jen shluk orgánů, ale je důležité jako prostředek sebechápání a seberozvíjení. (Fialová, 2001)

Pro adolescenta je krajně důležité sebehodnocení, nutnost líbit se a někam zapadat. Tímto způsobem se přesvědčuje o vlastní důležitosti, pozici – hodnotě. Na základě takové motivace v období pozdní adolescence dochází k tomu, že zevnějšek se stává cílem i prostředkem. Adolescent je schopný vyvinout značné úsilí a systematickou činnost (cvičení, diety atd.), aby naplnil potřebu svého sebehodnocení a sebepojetí. (Vágnerová, 2012, s. 376)

Vyjádřením vlastní identity, které probíhá kupříkladu staráním se o vzhled, výběrem a sháněním oblečení, dává adolescent svému okolí najevo kým se cítí být. Někdy vyjádření identity může probíhat spíše nenápadně až staticky v podobě shodného, neměnného oblečení a úpravy vzhledu, což pomáhá překonat nejistý průběh změn, které nelze ovlivnit, jako je změna postavy, barvy hlasu apod. Na druhou stranu se může stylizací vzhledu řadit k určité subkultuře, skupině, nebo idolu a vzoru. Běžně si adolescent v průběhu času vybírá nové a jiné oblečení a vymezuje se tak v rámci svých představ a sebehodnocení. Někteří volí ošacení, které podtrhuje jejich pohlaví a charakteristiky mužnosti a ženskosti, jiní se oblékají stylem, který podobná vyjádření stírá. Dávají tak najevo příklon a sympatie k jiným hodnotám, anebo vyjadřují (chtě, nechtě) nejisté sebehodnocení. Mezi adolescenty a nejen mezi nimi, tak lze najít jedince, kteří se stylizací zevnějšku hlásí k různým skupinám, ať už jde o fotbalové fanoušky, vyznavače různých hudebních stylů (punk, hip hop atd.), nebo světonázorů spojených



subkulturou (gotici, emo, punk atd.). Tímto společenským sebezpůsobením si adolescent upevňuje sebeúctu a sebedůvěru. Během adolescence jde o častý způsob jednání. (Vágnerová, 2012, s. 377)

*„Materiálně orientovaný svět většinu z nás nutí k tomu prezentovat se navenek jako vlastníků požadovaných komodit v náležitě kvalitě. Chceme být atraktivní, vypadat zdravě a sexy, manifestovat sílu ( patřičnými svaly nebo i vlastnictvím určitého vozu), bohatství (doplňky, oblečením, celkovou úpravou, vlastnictvím domu atd.) . Často bohužel není důležité být opravdu zdravý (chodit pravidelně na preventivní prohlídky), ale vypadat zdravě (oblečení sportovce, líčení zastírající nedostatky), nemusíme být rychlí a silní jako naši předci, ale chceme vypadat v kondici a k tomu nám pomáhají různé prostředky ( věci jako např. Automobil, kosmetické přípravky nebo plastické operace) .“ (Fialová, Krch, 2012, s. 207)*

Adolescenti oblečením které bývá pro dospělé nevhodné, uvádějí v praxi snahu o odlišení se od dospělých a možnost získat a definovat vlastní identitu. Oblečení a vzhled, který by u dospělých vzbuzoval rozpaky a nesouhlas (velmi volné oblečení, lascivní a výstřední oblečení, barevné vlasy, piercingy atd.) jsou proto ideálním prostředkem. Stejně tak jde o projev a důkaz o hledání vlastní identity, prezentace ideálu, toho čím chce jedinec být. V poslední řadě se jedná alespoň způsob jak upoutat pozornost, nebo vyvolat provokaci a zajistit si uznání. (Vágnerová, 2012)

## **4. VLIVY OVLIVŇUJÍCÍ PÉČI O TĚLO**

### **4.1. GENDER**

*„Pohlaví určuje proces socializace. Na svět člověk přichází jako chlapec nebo dívka a hned následuje proces sociálního kódování, který mu přibližuje specificky mužské nebo ženské znaky. Sociální a společenské očekávání rolí, které jsou spojeny s pohlavím, vychází z předpokladu, že mužské tělo představuje normu, kterou je poměřováno i tělo ženy. Muži jsou ve své tělesné*

*socializaci motoricky silnější, což vede ke větší sebedůvěře ve vlastní tělesné schopnosti a umožňuje lepší sebepřijetí. Atraktivita u žen ale není hodnocena na základě rozvoje svalů, ale podle stupně štíhlosti. Média silně podporují diktát ideálu štíhlého těla a ideálu krásy.* „ (Fialová, 2001, s. 56)

Rozvoj genderové a stejně tak i celkové identity je mnohem více vědomá záležitost, než tomu bylo dříve. Dívky i chlapci znají očekávání společnosti, která jsou od každé skupiny vyžadována. Důsledkem toho je , že se chlapci i dívky snaží očekávání více přizpůsobit, na druhé straně však i to, že některé části očekávání společnosti vědomě ignorují způsobem, který je pro jejich věk specifický. (Janošová, 2008)

Fialová uvádí, že role které ve spojitosti s pohlavím společnost od jedinců očekává vycházejí z faktu, že mužské tělo je norma, se kterou je porovnáváno i tělo ženy. Vyšší sebedůvěra a sebepřijetí mužů vyplývá z toho, že muži jsou motoricky silnější. Ženská atraktivita však není hodnocena dle svalnatosti, ale dle štíhlosti, která je od žen vyžadována i tlakem médií. (Fialová , 2001)

Veřejné mínění vytváří větší tlak na to, aby o svůj vzhled pečovaly ženy, než jaký vytváří na muže. Dříve ženy o svůj vzhled pečovaly několikanásobně více, než muži. V posledních desetiletích se však tento rozdíl zmenšuje. Pokud o sebe ale chlapci pečují snaží se aby jejich snažení bylo co nejvíce nenápadné. V poslední době se ale módní firmy snaží čím dál více oslovit i mladé muže. Dospívající mají poté potíž najít cestu mezi módním diktátem a snahou vypadat co nejležeřněji. Proto věnují péči mnoho času, snahy a prostředků. (Janošová, 2008)

*„Chlapci nejsou vystaveni požadavku sexuální přitažlivosti s takovou neúprosností jako dívky – v jejich případě je tento „design“ více věcí nabídky než nezbytnosti. Ani potřeba sebepotvrzení mužské identity chlapců není spojena s kladnou odezvou u dívek tak neúprosně. Tvoří u nich spíše jen jednu z více variant .“*(Janošová, 2008, s.211).

Vágnerová dále uvádí, z pohledu sociokulturních principů není pro chlapce tak důležitý vzhled pro dosažení prestiže, jako u žen. Proto je pro dívky současný ideál krásy větší zátěží, než pro chlapce. (Vágnerová, 2012)

Dle toho co autorky a autoři uvádějí se dá shrnout, že na dívky je vytvářen větší tlak, aby pečovaly o svůj vzhled, než na chlapce. Dívky také o svůj vzhled dbají více, než chlapci.

## 4.2. IDEÁL KRÁSY

V současné společnosti panuje pro většinu jedinců prakticky nedosažitelný ideál krásy. Navzdory tomuto faktu se k němu snaží přiblížit převážně mladší část populace. Sociokulturní nároky jsou striktní a téměř diktují snahu o dosažení co největší atraktivity. Ve společnosti tak svým způsobem pokulhává uvolněnost a zesiluje tendence k uniformitě, takové která vybízí k dosažení ideálu krásy. Přijmutí takového přístupu zajistí výhodu v podobě dobrého společenského hodnocení. Uniformní úprava zevnějšku dle požadavku společenského ideálu krásy na jednu stranu ochuzuje, ale na druhou přináší jistotu atraktivity a v podstatě znemožňuje riziko výsměchu plynoucího z odlišení. (Vágnerová, 2008)

Vágnerová dále uvádí: „*V našem sociokulturním prostředí má tělesná atraktivita svou sociální hodnotu. Jsme kulturou, která klade značný důraz na zevnějšek, a proto není divu, že se stal důležitou součástí naší identity. Lidé, kteří odpovídají konvenčnímu estetickému ideálu, mají vyšší sociální status, bývají častěji snáze akceptováni a lépe hodnoceni. Většina dospívajících se chce tomuto ideálu co nejvíce přiblížit a kvality svého těla už nebere jako danost. V tomto věku už ví, že by mohli vypadat i jinak, samozřejmě lépe.*“ (Vágnerová, 2008, s.464)

Pokud fyzický vzhled odpovídá současné sociokulturní normě, stává se pro adolescenta oporou jeho sebedůvěry a součástí identity. Jelikož dospívající svůj vzhled a fyzickou atraktivitu srovnává s vrstevníky a aktuálním vzorem, je vlastní aktraktivita důležitým činitelem sebepojetí, který pomáhá budovat jistoty a vlastní prestiž, stabilnější pozici ve společnosti lidí a především

v přístupu k opačnému pohlaví. Samozřejmě opačně se projevuje jakákoliv nedostatečnost, či nevýhoda v oblasti atraktivity (disproporce, brýle atp.). Jedinec pak zakouší menší jistotu, méně stabilní sebepojetí a větší míru frustrace. Adolescent, který patří do takto znevýhodněné skupiny prožívá s tímto spojená příkoří jako nespravedlnost. V situacích, které se jakkoliv týkají atraktivity a vzhledu bude často zakoušet negativní emoce (vztek, zoufalství, hněv, stud atd.), které může jakkoliv vypouštět, mimo jiné přichází v úvahu i agrese vůči sobě samému. (Vágnerová, 2012)

Je zřejmé, že dosáhnout platného ideálu krásy je v podstatě nemožné pro většinu společnosti, která ale přímo ovlivňuje podobu tělesného ideálu, jenž se objevuje v každé době. (Fialová, 2001)

Společensky lépe hodnocený fyzický vzhled a vyšší atraktivita přináší jedinci „silnější“ postavení, je lépe akceptovatelný, je svým způsobem protěžován a získává snáze lepší sociální postavení. Tento přístup (princip) v mezilidských vztazích je přirozený a zažíváme ho všichni již od dětství. Vnímání sebe sama jako méně atraktivního jedince, může mít ve výsledku přímý vliv na hodnotový žebříček a společenské ukotvení. Směřuje k hledání jiné seberealizace a stává se tak i překvapivě výhodnou motivací, neboť nespokojenost v sebehodnocení atraktivity může být hnacím motorem k jinému (a třeba méně povrchnímu) rozvoji. (Vágnerová 2012)

Lidé oplývající atraktivním vzezřením a především dívky a ženy požívají větší šanci na úspěch ve společnosti. Jelikož dnešní ženský ideál krásy představuje typ velice mladé až dětské modelky, může dívkám ve vývoji ženská role přinášet nemalé uspokojení – pouze bytím, lze v této oblasti získat slušnou prestiž, aniž by vznikala potřeba dalších kvalit. Krásná dívka je přijímána vesměs pozitivně v podstatě kdykoliv. Jedná se sice o krátkodobou „iluzi blahobytu“, ale to mezi dospívajícími nehraje roli. Fyzická krása představuje také podporu seberealizace a vnitřní jistoty, v rámci tohoto přináší pozitivní očekávání. (Vágnerová, 2012)

V současné době je krása často brána jako hlavní meta, vrchol snažení. Jako cíl, ke kterému je nutno se dostat a především adolescenti se k němu snaží až úpěnlivě přiblížit a vyvíjejí z tohoto důvodu nemalé úsilí. (Vágnerová, 2012, s. 376)

*„Současným ideálem je štíhlost, která je chápána jako nezbytný předpoklad atraktivity. Silnější postava je posuzována jako sociální stigma, jako faktor, z něhož vyplývá celkové osobní znehodnocení. Mediálně prezentovaný vzor je velice blízký pubertálnímu vzezření : dívka je hubená, bez boků a stehen, má dlouhé nohy. Mediální produkce ruší hranici mezi fikcí a skutečností, mezi normou a extrémem. Modelky jsou akceptovány jako představitelky normy, ikdyž jsou pouze určitou populační krajností. Paradoxní je, že zatímco průměrné dívky jsou čím dál větší a víc váží, ideál krásy je čím dál štíhlejší. Přitom v adolescenci se mění ženská postava spíše opačným směrem, než e vzhledem k mediálně prezentovanému ideálu subjektivně žádoucí. Tomuto vzoru nemusí odpovídat ani jejich somatotyp.“ (Vágnerová, 2008, s. 465)*

Mužský ideál (nejen v naší společnosti a době) je zobrazován jako atlet s vyrýsovanou svalnatou postavou. Ideál ženského pohlaví představuje převážně vysoká, hubená (útlá) postava s drobnými chlapeckými rysy. (Rubin in Janošová, 2008).

#### 4.3 MÉDIA

Pod pojmem média si každý nejčastěji představí televizi, tisk a také nová média založená na digitálním přenosu dat. Je to jeden z nejvíce používaných pojmů v dnešní době. (Fialová, Krch, 2012)

Média se dnes stávají rádci a informátory v tom, jak má vypadat zevnějšek. Radí s oblékáním i česáním. Média hrají velkou roli v našich životech a to zda budou využita pozitivním směrem záleží pouze na informacích, které šíří. (Fialová, 2001)

*„Všechna masová média, mezi která řadíme televizi, periodický tisk, rozhlas, film, různé informační bulletiny, zvukové záznamy, kazety, plakáty a v neposlední řadě i tzv. nová média (videotext a kabelové služby), mají přes všechna svá specifika několik shodných rysů. Účastní se procesu komunikace ve velkém měřítku, dokáží předat informaci (obrazovou, zvukovou nebo textovou) velkému počtu lidí najednou, jsou přístupná široké veřejnosti apod.“ (Fialová, 2001, s.187)*

Zatímco zástupci médií tvrdí, že každý jedinec má možnost ovlivnit to, jak na něj média působí, odpůrci poukazují na velikou moc a vliv v rukou těchto institucí. Dokážeme tedy kriticky hodnotit přijímaný obsah? Některé názory uvádějí, že média pouze posilují trendy, které ve společnosti již existují. Typ média, z kterého jedinec informace přijímá si vybírá sám, vystavuje se tedy pouze tomu, čemu sám věří. Výzkumy dokázaly, že média samy o sobě nemění společnost. Média mohou jedince ovlivnit například v tom, aby začali žít více zdravě, ale stejně záleží na konkrétním člověku, jak s informacemi naloží sám. (Fialová, Krch, 2012)

O tomto tématu píše také Renzetti: *„Nastolte otázku, jak média vykreslují muže a ženy, a někdo vám jistě opáčí, že média předkládají veřejnosti je to, co očekává, chce nebo vyžaduje. Tento populární názor je v odborném jazyce znám jako hypotéza zrcadlení (reflection hypothesis). Jednoduše řečeno, hypotéza zrcadlení tvrdí, že obsah médií zrcadlí chování a vztahy, hodnoty a normy, které ve společnosti převládají. V tomto tvrzení je jistě kus pravdy. Ostatně, komerční sponzoři (nejvýznamnější platící zákazníci médií) chtějí přilákat co nejširší publikum a k tomu se jako logická cesta jeví nabídnout to, co všichni chtějí a očekávají. Analytici médií však také poukazují na to, že média kulturu zdaleka jen pasivně nereflektují, ale že ji taky aktivně formují a utvářejí.“ (Renzetti, 2005, s. 182)*

Vágnerová si myslí, že média podporují tendenci k uniformitě. To, že se člověk snaží být podobný vzoru, mu zaručí pozitivní hodnocení, přestože tím ztrácí vlastní individualitu. I to si však někteří adolescenti uvědomují a snaží se být do určité míry originální. Uniformita je jak jistotou, tak ochuzením.

Ke konci období adolescence si zejména inteligentnější dospívající najdou svůj vlastní osobitý styl a přestávají modely kopírovat. S tímto jevem je také spojené osobnostní zrání. (Vágnerová, 2012, s. 376)

Televizní diváci, jakožto největší konzumenti médií často přijímají obsah mediálního sdělení bez jakékoli kritiky. Televize je pro ně i hlavní zdroj informací. Záleží samozřejmě i na druhu pořadů, které diváci sledují. Je však téměř jisté, že nás média velmi ovlivňují. A to nejen to, co od svého života očekáváme, ale i náš světonázor a vnímání okolí. (Gross in Renzetti, 2005)

#### 4.3.1. ČASOPISY

Téměř v každém časopisu pro ženy se objevují témata, která k něčemu ženu navádějí. Ať už je to nákup správné kosmetiky, účes, který je právě v módě, či nákup oblečení, vždy v nich jde o to ženu nějakým způsobem přetvořit, ovlivňovat ji k tomu, aby dělala určité věci. Cílem všeho toho snažení má být nalezení partnera a jeho udržení. (Renzetti, 2005, s. 188)

Naproti časopisům pro ženy, časopisy pro muže bývají tématicky zařazeny v kategoriích finance/obchod/technologie, sport/záliby a sex. Téma sexu bývá obsahem časopisů pro muže, tak i časopisů pro ženy. V ženských časopisech však bývá spojeno s mezilidskými vztahy. (Renzetti, 2005)

Služby a produkty související s péčí o tělo jsou tiskem často prezentovány. Jde o propagaci zařízení určených ke sportu, dietetické produkty a produkty zdravé výživy, různé druhy cvičení a pohyb. Tisk tedy často informuje společnost o moderním zdravém stylu života. (Fialová, Krch, 2012)

*„Podobně jako časopisy pro ženy vytvářejí tedy i časopisy určené pro muže jejich vlastní genderové představy a ideály. Normativní maskulinita podle těchto časopisů nezahrnuje dlouhodobý vztah se ženou. Skutečný chlap je naopak svobodný dobrodruh. Je to člověk, který rád riskuje, s elánem se věnuje své práci a svým zálibám – do kategorie zálib patří i vztahy se ženami. Na osobní*

*vzhled dbá, ne že by ho to však celé pohlcovalo „jako ženské“. Tyto časopisy samozřejmě svým čtenářům slibují, že jim pomohou tohoto cíle dosáhnout a v tomto ohledu nejsou zcela nepodobné časopisům pro ženy.*“ (Renzetti, 2005, s. 192)

#### 4.3.2. TELEVIZE

*„Lze říci, že televize je nejvýznamnější mediální socializační činitel.“*(Renzetti, 1999, s. 192).

Televize disponuje specifickými vlastnostmi, které její vliv coby socializačního činitele ještě umocňují. Mezi tyto vlastnosti patří například fakt, že je finančně nenáročná, mnohdy téměř zadarmo a její snadná dostupnost v podstatě všem. Divák dokonce ani nemusí opustit soukromí svého domova, jako je tomu v případě sledování filmové produkce v biografu a sledování divadla. Pozorování televize nevyžaduje žádnou zvláštní schopnost, a ke všem lidem, bez ohledu na pohlaví, rasu, věk, společenskou třídu, sexuální orientaci a často i zeměpisnou polohu, se dostává stejné vizuální a verbální poselství. (Renzetti, 2005)

Renzetti dále popisuje, jak televize vykresluje mužské a ženské postavy. Velice často se jedná o postavy mladých hubených atraktivních lidí. Je také daleko běžnější, že ženám se k zevnějšku (převážně žen) někdo vyjadřuje, anebo zevnějšek ženy samy komentují. Rovněž jsou častěji ukazovány, jak se upravují a jak pečují o svůj vzhled. Ženské charaktery častěji oblékají sexy kostýmy, a jsou ukazována jejich odhalená těla. Zároveň poměrně často mají lepší kondici, než mužské postavy. K mužskému vzhledu je televize daleko tolerantnější. (Renzetti, 2005)

Světlík popisuje televizní reklamu: *“ Televize je z hlediska historického vývoje reklamy jedním z nejnovějších médií. Televizní reklama je nejsledovanějším, a pokud je velmi dobře připravena i vysoce účinným druhem reklamy. Při volbě televize pro komunikaci se zákazníci věnují marketingovi*



*odborníci pozornost typu programu, jeho sledovanosti a struktuře diváků. Určité programy přitahují určitý typ diváků.“ (Světlík in Fialová, Krch, 2012)*

Fialová k tomu dále dodává, že muži sledují více sportovní přenosy, a tak v jejich přestávkách logicky uvidíme spíše reklamu na produkty pro muže a naopak mezi seriály uvidíme spíše reklamy na produkty určené ženám. (Fialová, Krch, 2012)

Více k reklamě všeobecně v další kapitole.

#### 4.4 REKLAMA

*„Slovo reklama vzniklo pravděpodobně z latinského reklamare – znovu křičeti, což odpovídalo dobové „obchodní komunikaci“. Způsob prezentace se během staletí změnil, ale pojem reklama zůstal. V současné době je reklama definována jako „každá placená neosobní prezentace nabídky zboží, ideí nebo služeb prostřednictvím identifikovatelného sponzora“. Z psychologického hlediska jde o určitou formu komunikace s komerčním záměrem.“ (Vysekalová in Fialová, Krch, 2012, s. 152)*

Jakékoliv šíření a předávání informací (opakovaně = lépe), které popisují, představují a jakýmkoliv způsobem uvádějí a propagují výrobky a služby s cílem vytvoření nabídky, prodeje a zisku, neboli trhu je bráno jako reklama. (Ševčík in Fialová, Krch, 2012, S. 152)

*„Definice reklamy, schválená Parlamentem České republiky v roce 1995, říká, že „reklamou se rozumí přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží, služeb nebo myšlenek prostřednictvím komunikačních médií“. (Vysekalová in Fialová, Krch, 2012, S.153)*

Na reklamu lze pohlížet jako na snahu o přesvědčení specifické skupiny příjemců (zájemců), tedy cílových skupin k vnímání určitých forem sdělení a informací (a nejlépe k nákupu, získání finanční transakcí

propagovaného...), skrze všemožná média a informační kanály. Tuto snahu a výše popsanou strategii vytvářejí, iniciují podnikatelské subjekty komerčním způsobem, neboli placenou formou. (Nagyová in Fialová, Krch, 2012)

Fialová o reklamě píše, že v „*současné době se body image jako důležitá část celkového sebepojetí dostalo do popředí zájmu veřejnosti. Snaha po dokonalém těle je využívána médii i výrobci různých preparátů k masivní reklamě, která je směřována k tělu člověka a ovlivňuje zpětně do značné míry naše myšlení a chování.*“ (Fialová, Krch, 2012, s. 148)

Renzetti popisuje rozdíl mezi reklamou v časopisech určených pro ženy a pro muže. Reklama ve všech časopisech určených ženám na přední místo dávala, jak se stát krásnou a tak přivábit muže. Nejčastější kategorií reklam byly ve všech časopisech jak jinak než reklamy na kosmetiku a parfémy. Po nich následovaly reklamy na péči o vlasy a osobní hygienu. (Renzetti, 2005)

V časopisech určených mužům popisuje reklamu, jako takovou, která zvýrazňuje nízkou prioritu, jež tyto časopisy připisují mezilidským vztahům. Pokud by člověk posuzoval podle reklam v časopisech pro muže, mýsl by si, že nejvíce času tráví muži sportováním s jinými muži nebo o samotě, cvičením na nářadí, posloucháním hudby, nakupováním slunečních brýlí, pitím alkoholu, kouřením, a to vše na úkor své vlastní hygieny. (Renzetti, 2005, s. 191)

Je tedy vidět, že reklama cílená na ženy a na muže má rozdílný obsah a strategie působení na cílovou skupinu.

## **5. SOCIÁLNÍ PERCEPCE**

Sociální percepce je proces, ve kterém jde o vyhodnocování vnějších projevů jedince vůči dalšímu člověku s pozorností na interní psychické charakteristiky, z důvodu efektivnější reakce na chování sledovaného. Jde o pozorování a zároveň i vyhodnocování do kterého vstupuje osobnost pozorovatele, která je ovlivňována nejrůznějšími zkušenostmi a zážitky

nasbíranými z dosavadního života. Domněnky a představy, jenž si takto vytváříme o ostatních mají specifický vliv na naše samotné chování a přístup k ostatním lidem. Pro mezilidské vztahy je tedy rozhodující a významné naše vzájemné vnímání a působení, oproti tomu kdo jaký skutečně je. (Bednář, 2013, )

*„Studium sociálního poznávání představuje významnou linii myšlení, teoretizování a experimentování v sociální psychologii. Co se skrývá za označením sociální poznávání? Po obsahové stránce jde o mentální reprezentace, které lidé mají o sociálním světě. Obsahuje charakteristiky lidí (jiných osob, ale také sebe sama) sociálních skupin, poznatky o vztazích, které jsou mezi sociálními aktéry, o interpersonálních situacích (událostech), ve kterých lidé, případně skupiny působí. Sociální poznávání se však zaměřuje také na procesy zpracování sociálních informací, např. při formování dojmu o sobě, hledání příčin chování lidí, vztahu kognitivních struktur a nových informací apod.“ (Výrost, Slaměnik, 2008, s. 181).*

*„Sociální percepce do určité míry podléhá jistým zákonitostem, které ji jako proces ovlivňují. Lidé mají tendenci zpracovávat a vyhodnocovat informace v jasných kategoriích, schématech, ale i stereotypch. V těchto sklonech se začínají projevovat i různé mentální zkratky (heuristiky). Jedná se o jednoduchá pravidla či intuitivní strategie pro efektivní rozhodování, v okamžicích, kdy nemáme dostatek času či informací. Pokud intenzivně neanalyzujeme danou situaci, vlivy a všechny proměnné, tak máme nevědomou tendenci používat rychlé a efektivní hodnocení, mentální zkratky. Tyto heuristiky fungují jako určitá „ekonomická opatření“, která nám mají za úkol ušetřit energii a pomoci se snadněji a rychleji zorientovat v sociálním prostředí. A jako většina rychlých opatření, mají i tato zvýšený výskyt chybovosti, jenž může mít negativní vliv na kvalitu samotného vnímání.“ (Bednář, 2013, s. 164)*

## 5.1. MEZIOSOBNÍ PERCEPCE

Baumgartner popisuje meziosobní percepci jako proces poznávání člověka. Pozorovatel si dle autora v tomto procesu vytváří subjektivní dojem o aktérovi . (Baumgartner in Kučera 2013)

Termíny sociální percepcce, či poznávání člověka člověkem popisují shodné studium označované jako meziosobní (interpersonální) percepcce. Tyto pojmy popisují a vystihují pochopení způsobů, kterými si jedinec zpracovává a vytváří dojmy o vlastnostech a rysech ostatních a jakým způsobem chápe jejich chování. Stejně tak popisují působení a vnímání emocí ostatních lidí u jedince. Klíčové jsou tedy otázky: Co vyvolává a způsobuje první dojmy? Jaké charakteristiky vnímáme u ostatních? Jedná se o přesné vnímání a percepci? Důležitou roli zde hrají procesy vnímání a chápání ostatních jedinců, jejich obsah, podoba vstupních informací a v (ne)poslední řadě také funkce a důvody, pro něž tyto procesy vznikají. (Lebrowitz in Výrost, Slaměnik 2008)

Díky osvojení si, zorientování a ohleduplnému až citlivému průniku k povaze psychologických procesů, jež podmiňují vnější projevy, lze dojít ke kvalitnímu chování v meziosobních vztazích. Interpretace chování v mezilidských vztazích, a dále sledování a vyhodnocování vzhledu a fyzických aktů osob, to vše představuje meziosobní percepci. ( Výrost, Slaměnik, 2008)

### 5.1.1. UTVÁŘENÍ DOJMU O OSOBE

Na vytváření dojmu o jedinci a procesu, který k němu vede se podílí nejen situace v které proces právě probíhá (kontextové okolnosti), ale i informace a charakteristiky, které jedinec předává a dává najevo. Nemalý význam mají i první získané dojmy o daném jedinci. Tyto všechny aspekty ovlivňují a utvářejí náš vztah k jedinci a přístup i chování k němu. ( Výrost, Slaměnik, 2008).

Lze rozlišit dva přístupy v teorii výkladu procesu vzniku dojmu. Asocianistický a konstruktivní. První jmenovaný vyzdvihuje percepci a její proces

způsobem ze „spodu nahoru“ (*bottom up*), jako „data – driven“, je zde příznačné protěžování charakteristik sledovaného a poznávaného objektu – osoby (jako jsou např. formy chování, fyzické znaky).

Druhý zmíněný přístup je založen na percepci formou „shora dolů“ (*top- down*), nebo-li „theory – driven“. Důležité je působení afektivních a poznávacích procesů jedince na jeho vytváření domněnek a dojmů o nějakém jedinci. ( Výrost, Slaměník, 2008 )

*„K asociativnímu přístupu se řadí Anderson, který vypracoval přístup kognitivní algebry. Tento model vychází z předpokladu, že jednotlivé prvky informace o určité osobě (např. popisy rysů) se sčítají nebo zprůměrují a tak se postupně vytváří celkový dojem o osobě.“* ( Výrost, Slaměník, 2008, s. 183)

K linii konstruktivistického přístupu patří Asch, který poukázal na existenci centrálních rysů. *„Takovým rysem je např. Srdečný vs. chladný. Jejich protipólem jsou periferní rysy, což jsou takové charakteristiky osoby, které nemají podstatný vliv na výsledný dojem.“* ( Výrost, Slaměník, 2008, s. 183)

Při procesu vytváření dojmu je na straně posuzovatele i posuzovaného jedince (percipient a percipovaná osoba) množství vlastností, které mají vliv na samotný proces vzniku tohoto dojmu. Nejen fyzické vlastnosti osoby, ale také prvotně zaznamenané rysy mají větší význam a zaujímají dřívější pozice v posloupnosti důležitosti rozhodujících rysů. Významný je také efekt novosti, primárnosti a rozptýlení spolu s centrálními, nebo naopak periferními rysy. (Výrost, Slaměník, 2008)

Efekt primárnosti vznikl, jako vývojová potřeba, kterou jsme se snažili předvídat akce a chování nových jedinců v blízkých chvílích během prvního kontaktu. Efekt u nás stále funguje a díky němu upřednostňujeme první projevy jako důležitější oproti následujícím. Velkou roli při vzniku tohoto efektu hrají první podněty vizuálního charakteru. Náš dojem z osob podmiňuje pořadí informací, kterými k nám přicházejí. (Bednář, 2013)

*„Efekt novosti přisuzuje větší vliv na formování dojmu pozdějším informacím. Vyskytuje se však méně často. (Výrost, Slaměník, 2008) Vyskytuje se v menší míře, zejména v okamžicích, kdy se o jedinci dozvídáme informace v delším časovém období. Tehdy má na naše vnímání největší vliv aktuální nejnovější informace.“ (Bednář, 2013, s. 164)*

Dojem je také formován výstředností, přesněji nápadností chování i fyzického vzhledu. Sklony k vytváření dojmů na základě větší fyzické nápadnosti, nebo výraznějšího a nápadnějšího chování představují vytváření vnímání neexistujícího vztahu, nebo dojmu. (Hamilton, Gifford in Výrost, Slaměník 2008)

Další charakteristiky ovlivňující proces vytváření dojmu o určité osobě jsou rysy obličeje, hlas, postoj těla apod. (Výrost, Slaměník 2008).

### **III. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6. CÍL A HLAVNÍ VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Hlavní oblastí mého zájmu ve výzkumu je péče o tělo. Výzkum byl zaměřen na jedince v období adolescence. Cílem bylo zjistit, jaký je způsob uvažování dětí o vzhledu, co všechno v tomto tématu berou v potaz. A jaká je míra podobnosti a rozdílnosti odpovědí mezi dívkami a mezi chlapci a mezi oběma těmito skupinami navzájem.

Tuto oblast zkoumání jsem si zvolila proto, že mě zaujalo, že přesto, že v dnešní společnosti je stále vyvíjen tlak na péči o tělo především na ženy, na muže se tento tlak také zvětšuje a mění.

### Hlavní výzkumné otázky

- a) Proč o sebe chlapci a dívky pečují?
- b) Jak o sebe chlapci a dívky pečují?
- c) Jaké vlivy je v péči o zevnějšek ovlivňují?
- d) Proč a jak o sebe chlapci pečují a jaké vlivy je v péči o zevnějšek ovlivňují v porovnání s dívkami?

## 7. VÝZKUMNÝ VZOREK A PROSTŘEDÍ

Výzkum byl proveden na běžné základní škole v Praze. Tuto konkrétní školu jsem si vybrala, protože v ní mám blízké rodinné vazby. Veškerá komunikace, příprava a domluva o provedení výzkumu tedy probíhala velmi snadno a bez problémů.

K výzkumu jsem potřebovala žáky a žáčky osmých a devátých tříd. Jelikož škola je malá, má osmou i devátou třídu pouze jednu. Nemusela jsem tento výběr tedy dál řešit.

Protože jsem k rozhovoru chtěla pozvat především žáky a žáčky, kteří se nějakým způsobem o péči o vzhled zabývají, přinesla jsem do tříd nejdřív



krátký dotazník, který byl určen k tomu, aby byli tito jedinci vybráni. Děti v dotaznících sami určovaly, koho považují za člověka, který pečuje o svůj vzhled.

Žáci a žačky o výzkum jeví zájem. Ptali se, k čemu bude určený. O přestávkách za mnou chodili a snažili se mi „radit“, který další člověk by se do výzkumu hodil, či nehodil. Spolupráce s nimi mi přišla velmi příjemná.

Návštěva ve škole měla probíhat během dvou dnů. V prvním dni jsem rozdala krátké dotazníky, ze kterých jsem poté vyhodnotila, které děti se nejvíce zaměřují na péči o svůj vzhled. V druhém dni jsem poté s těmito dívkami a chlapci chtěla provést rozhovory. Bohužel dva chlapci z osmé třídy, které děti označili nejčastěji, byli zrovna nemocní. Poprosila jsem tedy o rozhovor chlapce s třetím největším počtem hlasů a jednoho chlapce, který měl třetí největší počet hlasů v deváté třídě.

Můj výzkumný vzorek tedy byl: dvě dívky z osmé třídy, dvě dívky z deváté třídy, jeden chlapec z osmé třídy a tři chlapci z deváté třídy.

Byla jsem s vyučujícími dohodnuta tak, že si budu děti postupně odvádět z hodiny. Děti byly ochotné. Většinou komunikativní. Jen u některých dívek mi připadalo, že jsou stydlivé a bojácnější.

## 7.1. VÝZKUMNÝ VZOREK - INFORMACE O DĚTECH

Nyní bych ráda trochu blíže představila děti s kterými jsem vedla rozhovory. Protože je příliš neznám, poprosila jsem jejich učitele, aby mi přiblížil, jací jsou a jaký mají školní prospěch. Zde uvádím to, co jsem se o dětech dozvěděla.

**Aneta** ( 9. třída) : Je klidná, slušná holka s příjemným vystupováním. Nijak se nepředvádí, ale přitom není uzavřená introvertka. Je spolehlivá a ochotná, a je proto sympatická. Aneta se učí velmi dobře, prospěch jí kazí jen matematika.

**Barbora** (8. třída) : Dělá dojem klidné a slušné dívky. Má spíš podprůměrné studijní výsledky. To platí zejména o naukových předmětech.

**Hana** (8. třída) : Vypadá jako slušná a klidná dívka. Hana se ve školní úspěšnosti pohybuje na hranici lepšího průměru. Trápí ji především matematika a fyzika.

**Věra** (9. třída): Je veselá, velmi komunikativní (někdy až moc ). Se spolužáky udržuje čilý kontakt, vždy je v centru dění. Má veselou, až trochu potrhlou povahu. Věra je sice zmatkářka a logika jí ne vždy slouží, přesto se jí letos podařilo dosáhnout na vyznamenání.

**Aleš** (8. třída) : Je to kluk dominantní, rozený vůdčí typ, který má občas víc než zdravé sebevědomí. Vypadá jako přímý a otevřený kluk. Je sympatický. Aleš se učí velmi dobře, patří mezi několik nejlepších žáků ve třídě. Má vyznamenání.

**Bedřich** (9. třída) : Klame tělem. Zdaleka není tak dospělý, jak vypadá. Býval netečný a dost líný. Co ho nebavilo, to nedělal. Jak ale dospívá, začíná se chovat odpovědněji. Je velmi inteligentní. Má kamarádkou a klidnou povahu. Bedřich studuje průměrně, ale jeho výsledky se s věkem plynule zlepšují.

**Martin** (9. třída) : Je přirozeně inteligentní kluk, který, hraje ve třídě dominantní roli, ačkoli se to tak na první pohled nemusí jevit. Umí samostatně přemýšlet, nedá se jen tak nachytat a umí položit i překvapivé otázky, které svědčí o tom, že se dokáže na věci podívat z jiného úhlu. Vytkl bych mu jen omezený záběr zájmů a sklon k vychytralosti. Martin se řadí mezi nejlepší žáky ve třídě. Je nadaný, doplácí ale na menší všeobecný rozhled.

**Zdeněk** (9. třída) : je slušný, spolehlivý, férový kluk. Nikdy neodmítne pomoc, když pomáhá, pomáhá dobře. Skoro nic ho nerozhází. To, že občas zazmatkuje a udělá chyby, nezakryje jeho přirozenou inteligenci. Je to takový parťák do nepohody. Zdeněk patří mezi těch několik devátáků s vyznamenáním. Je spíše logický než paměťový typ.

O vzhledu těchto dětí jsem se dozvěděla, že se bez výjimky jedná o děti hezky urostlé, které vypadají dobře. Do školy se strojí přiměřeně, slušivě, nevyžívají se v extrémních módních výstřelcích, ale určitě drží krok s dnešní mladou módou. Pokud se děvčata líčí, dělají to s citem a přiměřeně svému věku. Kluci vypadají jako kluci, nepředhánějí se v úpravě svých zevnějšků (účesy, náušnice atd.).

Na mě osobně působily všechny děti příjemně a inteligentně. Nepřišlo mi, že by někdo výrazně vybočoval. Co se týká vzhledu, přišly mi děti nadprůměrně upravené avšak musím souhlasit s tím, že nijak přehnaně.

## **8. METODY SBĚRU A ANALÝZA DAT**

Pro svůj výzkum jsem se rozhodla využít dotazníky a rozhovory.

### **8.1. DOTAZNÍK**

Dotazník byl určen k tomu, abych mohla ze tříd vybrat děti, které o sebe pečují nejvíce.

Kromě základních dotazů na datum, třídu, věk a pohlaví obsahoval dvě pro výběr dětí důležité otázky:

1. Je ve tvé třídě nějaká dívka, která hodně pečuje o svůj vzhled? (Uveď 1-3 odpovědi)
2. Je ve tvé třídě nějaký kluk, který hodně pečuje os svůj vzhled? (Uveď 1-3 odpovědi)

Dle četnosti uvedení jmen dětí jsem vyhodnotila, které z nich jsou považovány za ty, co o sebe pečují nejvíce.

## 8.2. ROZHOVOR

Rozhovory, které jsem s dětmi vedla, byly polostrukturované. Měla jsem připravený základní seznam otázek, u kterých nebylo důležité, v jakém pořadí je pokládám. Otázky jsem často rozváděla ještě dalšími doplňujícími dotazy. Ve většině případů jsme se drželi předpřipraveného pořadí, někdy ale děti začaly sami hovořit o tématu, které mělo být nastolené v některé z dalších otázek.

Žáci byli informováni o tom, že rozhovor bude nahrán a anonymně zpracován do této bakalářské práce.

Délka rozhovorů byla přibližně od devíti do patnácti minut na jeden rozhovor. Rozhovory byly nahrány na diktafon a nahrávky byly podrobeny transkripci. Následně jsem pokračovala otevřeným kódováním a posléze kategorizací a interpretací výsledků.

### 8.2.1. OTÁZKY ROZHOVORU

K rozhovoru jsem tedy měla připravené určité základní otázky, kterých jsme se v rozhovorech rámcově drželi, ty zde nyní uvedu:

- 1) Jak důležité podle tebe je, jak lidé vypadají?
- 2) Co si myslíš o mužích hezkého vzhledu?
- 3) Co si myslíš o mužích, kteří o sebe nepečují?
- 4) Co si myslíš o ženách hezkého vzhledu?
- 5) Co si myslíš o ženách, kteří o sebe nepečují?
- 6) Zdá se ti, že se o svůj vzhled staráš více, méně, nebo stejně jako ostatní děti tvého věku?
- 7) Kolik času denně trávíš péčí o zevnějšek?
- 8) Co vše k péči používáš?
- 9) Jaké máš k péči o zevnějšek důvody?
- 10) Je pro tebe důležité, jak ostatní hodnotí tvůj vzhled?
- 11) Hodnotíš ostatní lidi podle toho jak vypadají?
- 12) Co tě ovlivňuje v tom, jak o sebe pečuješ?
- 13) Ovlivňují tě v péči o zevnějšek média ?
- 14) Ovlivňuje tě v péči o zevnějšek reklama?

- 15) Ovlivňují tě v péči o zevnějšek lidé z tvého okolí?
- 16) Byl/a bys ochotný/á držet kvůli svému vzhledu dietu?
- 17) Byl/a bys ochotný/á kvůli svému vzhledu cvičit?
- 18) Co si myslíš o estetické chirurgii?
- 19) Co si myslíš, že vzhled vypovídá o osobnosti člověka?
- 20) Myslíš si, že o sebe více pečují chlapani nebo dívky?
- 21) Jaké důvody k péči o zevnějšek mají podle tebe chlapani a dívky?
- 22) Co si myslíš o tom, když chlapani hodně pečují o svůj vzhled?
- 23) Je stejně důležité, aby o svůj vzhled pečovali kluk i dívka?

Dále následovaly otázky zaměřené na spolužáky dotazovaných, kteří byli ostatními žáky označeni za osoby, které o svůj vzhled pečují. Vybrala jsem vždy jiné dítě stejného pohlaví jako byl/a dotazovaný/á a doptala jsem se ještě na dvě základní otázky:

- 24) Považuješ ho/ji za člověka, který pečuje o svůj vzhled?
- 25) Mohl /mohla by ses s ním/ ní porovnat?

Děti se snažily spolupracovat. U některých mi připadalo, že jsou trochu nervózní. U nich mi připadalo, že se do rozhovoru nedokázaly tolik ponořit a více se rozpovídat. Stávalo se také, že děti otázce neporozuměly, a tak jsem ji musela položit trochu jinak. Celkově mi ale práce s dětmi připadala bez větších problémů. Braly rozhovory vážně.

### 8.3. ANALÝZA DAT

Rozhovory jsem nahrávala na diktafon. Přepsala je do elektronické podoby. Poté jsem provedla otevřené kódování přepisů rozhovoru. O kategoriích, které jsem z tohoto kódování získala, jsem dále přemýšlela z pohledu, jak spolu souvisí či nesouvisí a jakých celků by se dalo docílit. Nakonec jsem zvolila čtyři významové okruhy.

## 9. PREZENTACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

Ve výpovědi dětí jsem našla čtyři významové okruhy, které souvisí s výzkumnými otázkami. Postupně bych tyto okruhy chtěla popsat jak z pohledu dívek, tak z pohledu chlapců. A nakonec bych chtěla tyto dvě skupiny porovnat. V rámci snahy o zachování anonymity dětí jsem zvolila jiná jména.

V následujícím seznamu jsou uvedeny okruhy, jejichž obsah se může částečně prolínat:

- 1) Jak souvisí vzhled člověka s tím, jak ho lidé hodnotí
  - Jak hodnotí společnost člověka dle vzhledu?
  - Jak dle vzhledu hodnotí ostatní sami žáci ažačky?
  - Souvisí dle žáků ažaček vzhled člověka s jeho osobností a vlastnostmi?
  
- 2) Jaký je rozdíl v pohledu žáků ažaček na péči o tělo u žen a u mužů
  - Liší se, to jak žáci ažačky pohlížejí na péči u mužů a u žen?
  
- 3) Jaké jsou důvody péče o vzhled u žáků ažaček
  - Jaké důvody shledávají sami u sebe?
  - Jaké důvody shledávají u ostatních dětí?
  
- 3) Jak a proč o sebe žáci ažačky pečují
  - Jaké důvody shledávají sami u sebe?
  - Jaké formy péče žáci ažačky využívají, kolik času péči věnují...?
  
- 4) Jaké vlivy vztahující se k péči o zevnějšek na žáky ažačky působí
  - Jaké vlivy na žáky ažačky působí, jak moc si žáci ažačky myslí, že je ovlivňují?

## 9.1. SKUPINA – DÍVKY

### 9.1.1. JAK SOUVISÍ VZHLED ČLOVĚKA S TÍM, JAK HO LIDÉ HODNOTÍ

Když dívky odpovídaly na to, zda si myslí, že společnost hodnotí lidi dle jejich vzhledu a zda je pro ostatní vzhled důležitý, uváděly často vliv prvního dojmu na hodnocení ostatních. Byla také uvedena důležitost vzhledu proto, aby se člověk líbil ostatním. Což může také souviset s prvním dojmem, protože děti první dojem pojmaly především jako působení vzhledu v prvním seznámení s člověkem. Dívky mohly vliv prvního dojmu uvádět tak často, protože je pro ně v tomto období důležité někam patřit, zapadnout, zalíbit se, mohou tedy také často „první dojmy“ ze strany okolí zažívat „na vlastní kůži“.

*Věra:..., ale asi je to důležitý pro spoustu lidí. První pohled*

*Barbora: Hodně, aby se ten člověk lidem líbil*

*Aneta: Já vím, že to pro někoho nemusí bejt zas tak důležitý, ale ten vzhled udělá určitě první dojem.*

Když dívky odpovídaly, zda ony hodnotí ostatní dle vzhledu, byl první dojem také jednou uveden, avšak převládaly odpovědi, které kladly důraz na to, že je pro dívky důležité především to jaký člověk je, než to jak vypadá. Dalo by se tedy říci, že si myslí, že u ostatních má vzhled vliv na první dojem, ale zároveň význam prvního dojmu popírají, protože uvádějí, že je důležité poznat, jaký člověk je.

*Věra: Já spíš ne, já spíš dávám na to, jak ten člověk se chová uvnitř.*

*Barbora: Hlavně toho člověka znát uvnitř, než navenek.*

*Hana: No důležitý to není, protože je hlavně důležitý, jak se ten člověk chová.*

*Aneta: Tak určitě to na mě udělá nějaký první dojem, takže jako všímám si toho hodně.*

Když dívky mluvily o tom, zda si myslí, že vzhled člověka má souvislost s jeho osobností a jeho vlastnostmi, odpovídaly nejčastěji že nemá. Dále pak, že styl oblékání může souviset s nápaditostí, že to, že se člověk o to, jak se obléká nestará může souviset s tím, že si žije po svém. Že to, že se o sebe

člověk nestará může znamenat, že si neváží sám sebe. A že muži, kteří se starají o svůj vzhled mohou být arogantní.

*Věra: Ne vůbec. Možná styl oblíkání u některých lidí, jako je vidět, že návrhářský školy to maj založený jinak, ty lidi se podle toho oblíkaj, že de vidět, že maj nápaditost, nebo tak. Ale zase, kdyby šla holka v teplácích, tak si neřeknu, že je buran nebo tak. Prostě řeknu, že jde ve svém no.*

*Aneta: Občas, že si neváží sám sebe.*

*Barbora: Ne, jde toho člověka blíž fakt poznat, než že přes ten vzhled soudit ho, mě přijde, že to není moc dobrý.*

*Hana: No jak byly na začátku ty otázky o těch mužích, tak někdy se právěhodně staraj a jsou právě i hodně arogantní a hodně si o sobě myslej, takže to někdy ovlivňuje hodně.*

### 9.1.2 ROZDÍL V POHLEDU ŽÁKU A ŽAČEK NA PÉČI O TĚLO U ŽEN A U MUŽŮ

Všechny dotázané dívky uvedly, že si myslí, že dívky o svůj vzhled pečují více než chlapci. Jedna uvedla, že si myslí i to, že je to způsobeno pozdějším dospíváním chlapců.

*Barbora: Holky.*

*Hana: Spíš holky.*

*Aneta: Holky určitě.*

*Věra: No vzhledem k tomu, že já jsem v devátém ročníku a jak jsem říkala, kluci jsou prej o tři roky mladší jakoby, tak si myslím, že holky no.*

V otázce , zda se nějak liší důvody toho, proč o sebe pečují dívky a chlapci, se všechny dívky shodly, že žádné rozdíly nejsou. Dle nich dívky i chlapci o sebe pečují nejčastěji proto, aby se líbili opačnému pohlaví. Jedna dívka uvedla také to, že o sebe pečují proto, aby se sebou byli spokojení a cítily se dobře.

*Barbora: Já myslím, že je to tak nějak nastejno*

*Hana: No prostě, že chtěj vypadat dobře, nevím jakej jinej důvod k tomu. Kvůli někomu třeba jo, ale konkrétně ted' nevm. Chtěj se někomu třeba líbit a proto to třeba dělaj. Kluci*



*holkám, aby se líbili a tak. Tak oni to ale taky dělaj pro sebe. Aby se cítili dobře, aby byli se sebou spokojení. Nemyslím si, že je nějaký jinej důvod.*

*Aneta: Holky to poslední dobou právě řešej, aby se líbily klukům... a u kluků je to asi podobný.*

*Věra: Myslím si, že ne, myslím, že o sebe pečujou proto, aby se druhým líbili. Druhému pohlaví no.*

Dvě dívky vyslovily domněnku, že chlapci, kteří o sebe pečují v nadprůměrné výši mohou být gayové. Obě také hned připustily, že to tak nemusí být pokaždé. Jedna takové chlapce označila jako „šampóny“. Dvakrát zazněl názor, že by to chlapci neměli s péčí příliš přehánět.

*Aneta: Občas si myslím, že jsou to šampóni. Úplně, že by se mi to líbilo, to zas ne, musí to bej ve zdravý míře, tak jasně že mi nevadí když kluk vypadá dobře, ale...*

*Věra: Když to jako přeháněj, jako gely a make-up, přijde mi, že se to asi vyznačuje tak, že jsou asi gayové, ale to neříkám, že to tak musí bejt. Mám kamaráda, kterej vyrůstal mezi holkama a nosí make-up aniž by byl gay, takže je to názor toho kluka a jestli má potíže s pleť tak chápu, že chce něco zkusit a zkouší i make-up, ale většinou to jsou gayové.*

*Hana: No že je asi gay, ale nevím, nemusí to bejt třeba ani pravda, nevím.*

*Barbora: Nevím, tak jako, že už je to fakt moc, měli by tak průměrně, no.*

### 9.1.3. JAK A PROČ O SEBE ŽÁCI A ŽAČKY PEČUJÍ

Dvě dívky uvedly, že o sebe pečují hlavně kvůli svému vlastnímu pocitu. Další dvě, že spíše kvůli názoru ostatních. Jedna dívka uvádí přímo to, že kdyby vypadala špatně, bála by se, že se za ní její kamarádky budou stydět.

*Barbora: No tak aby si o mě lidi nemysleli, že tak všechno neřeším a abych vypadala tak nějak dobře.*

*Hana: Tak asi mě to baví a připadá mi to lepší, že se starám, než kdybych se o sebe nestarala. Je to spíš hlavně pro mě.*

*Aneta: Chci se sama sobě líbit. Sama sobě hlavně, ale záleží mně na tom i co si o mě myslej ostatní.*

*Věra: Tak asi abych se líbila. No tak klukům, ale asi i holkám, aby si řekli, že jako vzor to nemyslím, ale abych se zalíbila. A abych nezaostudila moje kamarádky, je mi blbý jít s někým a přitom vypadat ošklivě s nima.*

Jedna dívka si myslela, že o svůj vzhled pečuje stejně jako její vrstevnice. Jedna si myslela, že trošku víc.

*Aneta: Možná trošku víc.*

*Barbora: Asi tak stejně.*

*Hana: Stejně, jako holky z mé třídy se starám stejně.*

*Věra: Si myslím, že stejně.*

Dvě dívky uvedly, že o sebe pečují přibližně hodinu denně. Jedna pouze půl hodiny a jedna dokonce tři hodiny za den.

*Aneta: Tak hodinu.*

*Barbora: No, tak půl hodiny.*

*Hana: Někdy si žehlím vlasy, takže to je tak na tu hodinu a tak, ale moc ne.*

*Věra: Tak to zase dost. Já se ráno připravuju hod'ku jenom vzhled. A večer určitě taky hod'ku možná i dýl. Takže třeba tak tři hod'ky, když to беру i jako mezi dnem.*

Dvě dívky také uvedly, že si myslí, že chlapci o svůj vzhled pečují určitě méně, než ony.

*Barbora: Ty myslím, že míň.*

*Hana: Smích. No já nevím no. Určitě míň než já. Takže tak tu čtvrt hodinu.*

Dívky v podstatě bez problémů vyjmenovávaly všechny produkty, které používají k péči o svůj vzhled. První dívka uvedla 16 produktů, druhá dívka 4, třetí dívka 5 a čtvrtá dívka 13 produktů. Tyto produkty se týkaly především péče o vlasy, poté o obličej, další v pořadí byla dekorativní kosmetika a nakonec se zařadily produkty určené k péči o tělo.

*Aneta: Takže asi začnu u pleti, takže používám odličovací olej, viscerální vodu, masku a čistící gel, pak na vlasy, nebo ještě teda na tělo tělový mlíko a peelingy, pak na vlasy, šampon, kondicionér, masky nějaký mám i a různé olejíčky a ochranu před horkem. ...Ne žehličkou si to natočím právě. ... Dekorativní, no, korektor, make-up občas a řasenky, stíny.*

*Barbora: Tak na vlasy, to mám takovej olejíček, aby se mi kroutily konečky a někdy si vlasy i žehlím a na obličej krém, co mám po mamce, co mi dala a to je asi všechno.*

*Hana: Takže tu žehličku, kondicionéry, masky na ty vlasy, abych je udržela živý a krémy*

na tělo a nějakou řasenku.

*Věra: K péči používám čistící vodu, používám různé krémy, odličovací vodu a používám i masku na obličej, ale to jen někdy, když je čas. Vlasy řeším, já si je někdy žehlím, taky si používám nějaký přípravky na to, aby se mi neponičily, používám olej na vlasy a šampóny s kondicionérem. Na tělo normálně tělový mlíko a krém. Žehličku někdy. Používám lehce make-up a řasenku.*

Co se týká nakupování oblečení, všechny dívky uvedly, že nekupovat chodí. Jedna uvedla, že nakupuje hodně ráda a jedna, že nakupování dokonce miluje. Jedna dívka chodí nakupovat až jednou týdně, další jednou za dva týdny, další pouze jednou za dva měsíce. A jedna dívka uvedla, že nakupuje, když má peníze.

*Aneta: Tak když jsou peníze, tak nakupuju, ale jinak jdu na návrhářskou školu, takže se tomu chci trošku věnovat no.*

*Barbora: Jo, nakupuju hodně ráda, za měsíc určitě tak dva víkendy.*

*Hana: Moc ne. Jednou za dva měsíce.*

*Věra: Móda teda, ze srdce fakt miluju, tak o ní se fakt zajímám. Nakupuju, tak na menší nákupy si zajdu i jednou tejdne, ale tak větší nákupy, nebo s mámou, tak to řeším tak jednou měsíčně.*

Další z mých otázek se zaměřily na to, zda by dívky byly ochotné držet kvůli svému vzhledu dietu, případně zda to již zkusily. Všechny uvedly, že by si dokázaly představit, že by dietu držely. Jedna už dietu dokonce držela.

*Aneta: Jo, ale ne nějakou drastickou, spíš bych cvičila hodně abych mohla jíst i to co mi chutná a ne prostě abych si ohrožovala zdraví.*

*Barbora: Jo. Jo. Tak já jako nevím, jakoby to moc nevydržím.*

*Hana: No kdyby to bylo tak nějak hodně špatný, tak asi jo. Kdybych měla hodně velkou nadváhu.*

*Věra: Asi kdybych, asi ne kvůli někomu, ale kvůli sobě asi jo. Protože já jím hodně.*

Dívky kvůli svému vzhledu i pravidelně cvičí. Jedna z nich dokonce každý den, dvě třikrát do týdne a jedna jedenkrát týdně.

*Aneta: Jo, cvičím. Tak třikrát do tejdne. Třičtvrtě hodiny.*

*Barbora: Já jsem hrála volejbal závodně a teďka beachvolejbal. (třikrát do týdne)*

*Hana: Jo já teď chodím na různé kroužky, na bojový umění a tak. Jednou týdně.*

*Věra: Jo, to cvičím hodně, hlavně kvůli celulitidě a tak, protože se bojím, že do toho tak nějak spadnu, tak chodím běhat hodně. Většinou skoro každé den. Hodinu.*

#### 9.1.4. JAKÉ VLIVY VZTAHUJÍCÍ SE K PÉČÍ O ZEVNĚJŠEK NA ŽÁKY A ŽAČKY PŮSOBÍ

Zeptala jsem se dětí, jaké vlivy je ovlivňují v péči o tělo. Nejčastěji uváděly kamarádky a členy rodiny. Dále byly uvedeny i internet, časopisy a místa, která jedna dívka navštěvuje. Jedna dívka dokonce necítí žádné vlivy, které by ji ovlivňovaly.

*Aneta: Jo tak určitě internetem a časopisama a tak, ale většinou dám hlavně na to, co se líbí mě.*

*Barbora: Mamka, kamarádky*

*Hana: Ne. Mě k tomu nikdo neinspiroval, prostě se mi chtělo, tak...*

*Věra: No tak asi kamarádky, rodina a hlavně místa, který navštěvuju. To si nemůžu dovolit vypadat špatně. Můsím bejt tak nějak furt nafintěná, to si nemůžu dovolit bejt tak nějak ošklivá, mít nevholený nohy nebo tak.*

Tři dívky ze čtyř uvedly, že je ovlivňují také média. Nejčastěji to byly internet (blogy) a časopisy. Jedna dívka uvedla i televizi.

*Aneta: To taky, ale nemusím mít všechno za každou cenu jakoby. Různý blogy a tak. Televize tolik ne.*

*Barbora: Někdy časopisy.*

*Hana: Na to se moc nekoukám, takže....*

*Věra: Jó no, tak já na to koukám hodně. Seriálama a tak. No koukám na různé články (internet), koukám na blogy a tak. Časopisy pár, jako já si je nekupuju, ale mamka někdy když přinese, tak se taky do toho podívám.*

Dívky mají pocit, že je reklama příliš neovlivňuje. Dvě uvedly, že si myslí, že vůbec ne. Jedna přiznává, že se na produkt z reklamy podívá a zhodnotí ho. A jedna uvádí, že reklama často produkty přeceňuje, takže si radši koupí to co ví, že jí vyhovuje. Dívky mají pocit vlastního autorství svého jednání, což je pro tento věk typické.

*Aneta: Reklama, jak na co. Ale tak jako určitě, když je reklama na nějaký produkt, tak se na něj pak určitě podívám, ale když mě tolik nezaujme, když ho vidím na živo, nebo když ho třeba vyzkouším, třeba tester, tak nemusím to mít za každou cenu.*

*Barbora: Ne.*

*Hana: Ne. (Doptala jsem se, dle čeho tedy vybírá produkty, např. šampón) Podle toho, jestli to je pro suchý vlasy a jaký to má účinky a jaký to má recenze.*

*Věra: Reklama ani ne, mě přijde, že to spoustakrát těm holkám vůbec nesesedne ty hadry, že to prostě na ně navlečou a nevím, reklamy mě moc jako nezaujímaj. Já vím, jak to chodí a vím, že když ukazují nějakou řasenku s tím, jak má supr objem a tak, tak vím, že tam prostě jsou umělé řasy a to prostě já si radši koupím to, co vím, že mi sedne.*

Dívky, dle jejich výpovědí, v péči o vzhled nejčastěji ovlivňují kamarádi, poté také členové rodiny. Jedna dívka nevedla nikoho.

*Aneta: Trošku. Kamarádi, asi tak. Rodiče, jako mamka jo, ale občas říká, ať už toho necháme.*

*Barbora: Hlavně mamka.*

*Věra: Určitě moje nejlepší kamarádka, moje sestra hodně a kamarádky který jakoby mám v modelingu.*

## 9. 2. SKUPINA – CHLAPCI

### 9.2.1. JAK SOUVISÍ VZHLED ČLOVĚKA S TÍM, JAK HO LIDÉ HODNOTÍ

Z pohledu chlapců má vzhled vliv na to, co si o člověku myslí okolí. Jeden chlapec uvádí, že si člověka okolí dle vzhledu zařadí do vyšší, nebo nižší společnosti. A jeden, že lidé hezkého vzhledu pak mají lehčí seznamování a více v sebe věří.

*4CH: Podle mě docela dost, tím jak člověk vypadá, tak si o tom ti druzí řeknou jestli patří do té lepší společnosti, nebo horší společnosti. Tak horší společnost jsou lidé, co si nemohou dovolit tolik věcí, co dejme tomu ta lepší nebo normální společnost, chodí méně upravení. No a taky hlavně se chovají hůř.*

*1CH: Já podle toho nehodnotím, ale určitě to má nějaký odraz na ty lidi. Jakože já podle toho nehodnotím. Ale ostatní to dělají hodně.*

*2CH: Podle mě docela dost, může to ovlivňovat, že... No záleží na tom, protože lépe se seznamujeme s lidma a pak je to lehčí prostě. Taky je to hlavně pro sebe, aby v sebe věřili.*

Chlapci sami se, co se týká vzhledu, nejčastěji nechají ovlivnit prvním dojmem, poté ale chtějí zjistit, jaký člověk je. Jeden vůbec dle vzhledu hodnotit nechce. A pro jednoho je nejdůležitější, zda se lidé umějí bavit.

*Zdeněk: První dojem. Si podle toho získám. Ale ne tak moc, většinou spíš ještě zjistím, jak je a jak se chová.*

*Aleš: Já podle toho nehodnotím. Přejde mi to prostě sobecký, no jako mě zajímá co člověk má vevnitř a ne jak vypadá. Poznat ho tak nejakoby jak vypadá úplně jako taky na tom záleží, ale spíš vevnitř.*

*Bedřich: Mě je to úplně jedno, hlavně, že se umějí bavit a tak.*

*Martin: Ze začátku jakože jo, ten první dojem, si řeknu ze začátku, ten vypadá dobře, ten může být v pohodě. A zase naopak, když vypadá špatně, tak spíš ne, ale když už je poznám, tak je mi to v celku jedno.*

Všechny výpovědi se shodují v tom, že vzhled člověka souvisí s jeho pečlivostí a čistotností.

*Zdeněk: Tak z menší části ano, dá se zjistit, jestli je čistotnej, pečlivej a tak dále, nebo jestli je to hajdalák a tak, že o sebe moc nedbá.*

*Aleš: Vypovídá to o nich dost. Jak žijou. Vlastnosti ani ne no, jak o sebe dokážou pečovat, vypovídá to o nich, jak prostě, jestli se o sebe staraj, to je takový složitý.*

*Martin: Tak třeba to vypovídá i část o tom, že jak by se chovaly v partnerství, že třeba by neuklízely, nebo tak.*

## 9.2.2. ROZDÍL V POHLEDU ŽÁKŮ A ŽAČEK NA PÉČI O TĚLO U ŽEN A U MUŽŮ

Chlapci si myslí, že dívky o sebe pečují více, než chlapci. Dva dokonce použili slovo určitě, což vyjadřuje jejich jistotu. Jeden si zřejmě tolik jistý nebyl, jelikož použil slovo asi.

*Aleš: Holky určitě.*

*Bedřich: Určitě holky.*

*Martin: Holky.*

*Zdeněk: Asi holky.*

Většina chlapců si myslí, že chlapci i dívky mají stejné důvody k tomu, proč o sebe pečují a to, že chtějí zaujmout opačné pohlaví. Jeden chlapec si myslí, že o sebe dívky pečují i kvůli kamarádkám.

*Aleš: Já si myslím, že holky to dělají i kvůli kamarádkám, protože holky to mají takový složitější ty vztahy a asi taky kvůli klukům.*

*Bedřich: Já bych řekl, že je to stejný, přilákat partnera.*

*Martin: Asi ne, asi se chtějí jen líbit.*

*Zdeněk: Spíš stejný důvody, to bylo to, že ve společnosti chtějí vypadat dobře a zaujmout třeba někoho.*

Všichni chlapci uvádějí, typické způsoby zkrášlování se u žen, které jsou pro dívky specifické a odlišují je v péči o vzhled od chlapců. Uvedeno bylo také, že dívkám více záleží na vzhledu a že o sebe pečují delší dobu.

*Aleš: Holky se furt, malují se, vlasy si upravují dlouho, to je všechno no, mají to složitější asi.*

*Bedřich: Podle ségry bych řekl, že holky strávějí rozhodně dýl, než kluci, protože oni mají ty make-upy a takový ty věci a ty vlasy ještě navíc, no normálně ségře to potrvá klidně hodinu a půl jo. Ale to je jakože vrchol úplně.*

*Martin: Ty mají ještě tu řasenku, make-up, já nevím, co všechno, se mi zdá, že prostě jo no, že o sebe pečují víc. Že jim na tom záleží víc.*

Na téma chlapců, kteří o sebe pečují nadprůměrně bylo nejčastěji zmíněno, že to chlapcům nevádí a že takový chlapec může být gay. Dále bylo uvedeno opět označení „šampónci“. Jeden chlapec si myslí, že by se mu s takovým člověkem špatně komunikovalo, protože by neměli stejná témata k hovoru.

*Aleš: No většinou, já nevím no, jako šampónci, to je takový.*

*Bedřich: Jako třeba metrosexuál? Mě přijde, jakože je to v pohodě. Já jsem s tím v pohodě, je to jeho věc.*

*Martin: Mě to nepřijde špatný, no, tak nevím. (Dostali jsme se k tomu, co by si myslel,*

*kdyby potkal chlapce s make-upem) Gay.*

*Zdeněk: No tak moc už není moc v pořádku, že to nebude asi typ jako já a tak hůř se mi s nim komunikuje. A nebo taky to může nejt, že může bejt na jiný pohlaví, že může bejt homosexuál.*

### 9.2.3 JAK A PROČ O SEBE ŽÁCI A ŽAČKY PEČUJÍ

Nejčastější důvody, proč o sebe chlapci pečují jsou, aby se líbili dívkám. Dále pak lepší pocit a čistotnost.

*Aleš: Tak třeba ty holky, jako to je takový a abych vypadal dobře celkově před tou společností.*

*Bedřich: Přitahuje to holky. Zvýší to sebejistotu.*

*Martin: Tak rozhodně se chci líbit. Holkám. A prostě je to takový nechutný, když na to někdo kašle úplně.*

*Zdeněk: Tak já jsem docela dost čistotnej, tak to je jeden z hlavních důvodů. A cítím se líp.*

Chlapci vyjmenovávali produkty, které používají k péči o svůj vzhled. První chlapec uvedl 5 produktů, druhý 3, třetí 4 a čtvrtý také 4 produkty.

*Aleš: Hřeben, gel, šampon, mejdlo, žiletku*

*Bedřich: Takže já používám vosk, ale většina lidí používá gel, protože je to známější, ale rozdíl mezi tím není zas tak velký. Jenom, že gel je víc ostřejší. Takový mokrý to je a vosk je oproti tomu suchý. No šampón používám rád playboy. Mám voňavku, tu mám od mámy, ale tu si nepamatuju.*

*Martin: Nějaký šampon, zubní pastu zmiňovat ani nemusím. A nějaký ten krém na ty bedřary, no. Gel na vlasy.*

*Zdeněk: Tak používám gel, také používám občas nějaké ty krémy na obličej a deodoranty. Šampon taky.*

Chlapci uváděli, že se o svůj vzhled každý den starají v rozmezí od pěti minut do hodiny a půl.

*Aleš: Maximálně 5 minut.*

*Bedřich: Já nevím, tak na čem nejvíc trávím čas jsou moje vlasy, tak na tom strávím tak*



*víc jak deset minut dokonce i.*

*Martin: 15 minut*

*Zdeněk: Hodinu a půl celkově.*

Všichni chlapci až na jednoho uvedli, že se o svůj vzhled starají více, než ostatní chlapci. Jeden uvedl, že vzhledu věnuje stejné množství času jako ostatní.

*Aleš: Tak normálně, nemyslím si, že víc.*

*Bedřich: Řekl bych asi trochu víc.*

*Martin: 10 minut*

*Zdeněk: Hodinu*

Chlapci si dle svých výpovědí myslí, že dívky tráví péčí o vzhled více času než oni sami a to půl hodiny. Jeden chlapec si myslí že to jsou hodiny dvě.

*Aleš: Půl hodiny, minimálně.*

*Martin: Půl hodiny.*

*Zdeněk: Holky spíš tak dvě hodiny.*

Chlapci si vybírají oblečení sami, Dva říkají, že je nakupování nebaví. Dva chodí nakupovat třikrát měsíčně, jeden jednou za měsíc.

*Aleš: Když už musím, tak jdu nakoupit. Vůbec mě to nebaví nakupovat. No já se o to starám, ale když už jdu, tak nějak vezmu to, co se mi líbí a nějak to neřeším.*

*Bedřich: Málo málo. Měsíčně tam zajdu jako, že třeba třikrát, fakt málo. Já to totiž mám tak, že já mám švagra a my jsme stejně vysocí tak prostě můžem si půjčovat navzájem oblečení.*

*Martin: Vybírám, protože babičky vybírat neuměj. Jednou za měsíc si jdu někam něco koupit.*

*Zdeněk: Jo. Za měsíc dejme tomu tak třikrát měsíčně.*

Dva chlapci by byli ochotní držet kvůli svému vzhledu dietu, dva ne. Jeden připouští, že v budoucnu by mohl. A jeden přiznává, že už dietu držel.

*Aleš: To je těžký no. Ale tak asi jo. Nezkoušel. V budoucnu jo.*

*Bedřich: Ne, já doufám, že se to nestane.*

*Martin: Jo. Jo. Prostě jsem jenom zmenšil porce. Tím to asi skončilo. Protože se mi zdálo,*

*že tloustnu.*

*Zdeněk: Ne. Asi ne. Tak v budoucnu možná.*

Všichni chlapci kvůli svému vzhledu cvičí. Jeden čtyřikrát týdně, jeden obden, jeden třikrát týdně a jeden dvakrát.

*Aleš: Takhle já se držím stylu, že chodím běhat a takhle. Snažím se dvakrát do tejdne.*

*Hodinu a půl.*

*Bedřich: Já posiluju. Obden (Hodinu) Tak nějak přibližně.*

*Martin: Jo, já chodím do posilovny třikrát týdně. Jenom kvůli tomu vzhledu. Na hodinu a půl.*

*Zdeněk: Chodíme teďka do posilovny, různě sportujem, jezdíme na kole atd. Co se týče posilovny tak třikrát týdně(hodinu a půl) a to kolo jednou.(3-4 hodiny)*

#### 9.2.4. JAKÉ VLIVY VZTAHUJÍCÍ SE K PÉČI O ZEVNĚJŠEK NA ŽÁKY A ŽAČKY PŮSOBÍ

Chlapce dle jejich názoru ovlivňuje v péči o zevnějšek nejčastěji jejich okolí. Dále pak internet. Jeden chlapec si myslí, že ho neovlivňuje nic.

*Aleš: Spíš podle mě je to, ale tak jako určitě je to okolí. Když se mi něco zalíbí.*

*Bedřich: Možná můj švagr. On taky o sebe pečuje docela dost.*

*Martin: To asi ne.*

*Zdeněk: Tak určitě je to okolí mých vrstevníků, taky to co je moderní a tak dál. Tak různě na internetu, když jdu venku na ulici, tak taky.*

Dva chlapci si myslí, že je média neovlivňují. Dva chlapci uvádějí televizi a jeden chlapec časopisy.

*Aleš: Jako když to běží, tak většinou taky.*

*Bedřich: Ani ne.*

*Martin: Vůbec nic. Ani na to nekoukám.*

*Zdeněk: Internet jo. Časopis, ty moc neprobírám a televizi občas.*

Chlapci si myslí, že je reklama neovlivňuje. Jen jeden chlapec si myslí, že při koupi produktů ho reklama může ovlivnit.

*Aleš: Vůbec.*

*Martin: Asi ne. Já na reklamy nějak nekoukám, nějak je nevnímám.*

*Zdeněk: Ani ne. Ke koupi jo.*

Dva chlapci uvádějí vliv svých rodinných příslušníků, dále pak kamarády a asiaty.

*Aleš: Kamarádi.*

*Bedřich: Asiati spíš pečují o svůj účes, tak to mám od nich, ale hlavně od svého švagra.*

*Možná i od své ségry.*

*Martin: Spíš máma.*

*Zdeněk: Ne.*

### **9.3. SHODY A ROZDÍLY VE SKUPINĚ DÍVEK A SKUPINĚ CHLAPCŮ**

V této části bych ráda srovnala výpovědi chlapců a dívek dle významových okruhů.

#### **9.3.1. JAK SOUVISÍ VZHLED ČLOVĚKA S TÍM, JAK HO LIDÉ HODNOTÍ**

Jak chlapci tak dívky uváděli, že vzhled člověka souvisí s tím co si o člověku bude myslet okolí. Obě skupiny však také často říkali, že sami sice jsou ovlivněni prvním dojmem vzhledu, avšak je důležité člověka především poznat uvnitř. Zatímco chlapci si mysleli, že vzhled člověka souvisí především s jeho pečlivostí a čistotností, dívky si nejčastěji myslely, že vzhled a vlastnosti člověka spolu nesouvisí.

### 9.3.2. ROZDÍL V POHLEDU ŽÁKU A ŽAČEK NA PÉČI O TĚLO U ŽEN A U MUŽŮ

Dívky i chlapci si mysleli, že dívky o svůj vzhled pečují více než chlapci. Stejně tak si obě skupiny mysleli i to, že o sebe chlapci a dívky pečují ze stejného důvodu a tím je zalíbit se opačnému pohlaví. Polovina dívek i chlapců zmínila, že chlapec, který o sebe pečuje v nadprůměrné míře by mohl být gay. Dívky i chlapci určovali za „přehnanou“ formu péče u mužů to, když používají make – up. Chlapci, kteří se výzkumu účastnili se tedy nesetkali s předsudkem, že by byli gay, protože o sebe pečují ve zvýšené míře. Jejich množství péče je asi pro děti přijatelná a nevybočuje z genderové role.

### 9.3.3. JAK A PROČ O SEBE ŽÁCI A ŽAČKY PEČUJÍ

Chlapci uváděli, že o svůj vzhled nejčastěji pečují kvůli dívkám. Dívky uváděly jako důvod svůj vlastní pocit a názor ostatních. Dívky tvrdily, že o sebe pečují v rozmezí od půl hodiny do tří hodin denně. Chlapci uváděli rozmezí od pěti minut do půl hodiny. Tito chlapci i dívky uváděli, že o svůj vzhled pečují o trochu více, nebo stejně jako ostatní vrstevníci. Domnívali se také, že dívky pečují o svůj vzhled delší dobu, než chlapci. Dívky uváděly 4 – 16 produktů, které používají k péči o svůj vzhled, chlapci 3 – 5 produktů. Zatím co dvě dívky projevily pozitivní vztah k nakupování oblečení, dva chlapci projevili vztah negativní. Všechny dívky a polovina chlapců by byli ochotni držet kvůli svému vzhledu dietu. Jeden chlapec a jedna dívka to již zkusili. Jak dívky tak chlapci kvůli svému vzhledu pravidelně cvičí.

### 9.3.4. JAKÉ VLIVY VZTAHUJÍCÍ SE K PÉČI O ZE VNĚJŠEK NA ŽÁKY A ŽAČKY PŮSOBÍ

Vlivy, které dívky ovlivňují v péči o tělo jsou dle dívek nejčastěji kamarádky a členové rodiny. Chlapce dle jejich názoru nejvíce ovlivňuje okolí. Tři dívky a dva chlapci si myslí, že je v péči o vzhled ovlivňují média. U dívek to

byl nejčastěji internet a časopisy, u chlapců televize. Jak dívky tak chlapci si nejčastěji myslí, že v péči o vzhled nejsou ovlivněni reklamou. Mezi osobami, které žáky v péči ovlivňují byli v obou skupinách nejčastěji uvedeni kamarádi a členové rodiny. Jak dívky tak chlapci se také shodly na tom, že kvůli svému vzhledu cvičí a že by byli ochotni případně držet i dietu. Obě skupiny si také myslely, že chlapci i dívky mají k péči o svůj vzhled stejné důvody a to zalíbit se druhému pohlaví.

#### IV. DISKUZE

Z výsledků výzkumu této práce vyplynulo, že se děti zajímají o svůj vzhled. Dívky i chlapci, dle počtu uvedených produktů, které k péči používají, nejčastěji pečují o své vlasy, dále pak o obličej, následuje zkrášlování pomocí dekorativní kosmetiky, což je forma péče typická pouze pro dívky (make-up u chlapců dle dětí by mohl značit, že je muž gay a žádný chlapec nevedl, že by dekorativní kosmetiku používal). Všechny děti se i samy starají o to, jaké oblečení nosí. Dívky k módě a jejímu nakupování zaujímají kladnější postoj. Všechny dívky a polovina chlapců by byli ochotni držet kvůli svému vzhledu dietu a všechny děti kvůli svému vzhledu pravidelně cvičí, což ukazuje na to, že jsou ochotni tomu jak vypadají věnovat opravdu velké úsilí. (viz. kapitola Důvody péče o tělo v adolescenci)

Jak dívky tak chlapci uváděly, že si myslí, že dívky o sebe pečují více než chlapci. Přestože z výpovědí dětí vychází, že dívky opravdu věnují péči o tělo více času, mohl by být tento názor způsoben také tlakem společnosti na dívky a jejich vzhled, kterému jsou stále vystaveny více než muži. (viz. Kapitola Vlivy ovlivňující péči o tělo)

Z výzkumu také vyplynulo, že hlavním důvodem, proč o sebe chlapci i dívky pečují je to, aby se líbili opačnému pohlaví. Hlavně chlapci na tento názor kladli velký důraz. Dívky častěji připouštěly i jiné možnosti, jako to aby se cítily dobře a názor ostatních. To může souviset s důležitostí vzhledu v adolescenci pro sociální srovnávání, které je blíže popsáno v kapitole Adolescence.

Jak dívky tak chlapci kladli důraz na to, že okolí často posuzuje člověka dle „prvního dojmu“, který pojímali jako vliv vzhledu na utváření dojmu o tom jaké má člověk vlastnosti. (viz. kapitola Sociální percepce) . V obou skupinách zazněl také výrazný názor, že vzhled člověka není ve skutečnosti tak důležitý, že důležité je poznat „jaký člověk je“.

Práce také potvrdila to, že děti jsou v tom jak o sebe pečují ovlivňovány různými vlivy ze svého okolí. (viz. Kapitola Vlivy ovlivňující péči o tělo) Nejčastěji děti ovlivňují blízcí lidé a jejich okolí. Většina dětí uvedla, že je v péči o svůj vzhled ovlivňují média. Děti si však také myslely, že reklamou ovlivněné nejsou. To by však mohlo být způsobeno tím, že si v tomto věku nechtějí připustit, že má na ně reklama takový vliv. Chtějí si zachovat pocit vlastního autorství akcí.

Pokud budu výsledky výzkumu porovnávat mezi skupinou dívek a skupinou chlapců, musím zhodnotit, že jsem našla více shod než rozdílů. Většinu shod už jsem popsala. Popíšu nyní tedy hlavní rozdíly. Zatímco dívky uváděly, že vzhled člověka a jeho vlastnosti nijak nesouvisí, chlapci často hezký vzhled člověka spojovali s jeho pečlivostí a schopností pečovat ve vztahu. To by mohlo souviset s tím, že vnímají roli ženy, jako pečovatelky. (viz. kapitola Adolescence). Dalším rozdílem, který z výzkumu vyplynul byl ten, že dívky péčí o vzhled stráví více času a používají více produktů určených péči o tělo, než chlapci. Tento rozdíl může být také zapříčiněn vlivem médií, které vyvíjejí větší tlak na ženy, aby pečovaly o svůj vzhled. (viz. Kapitola Vlivy ovlivňující péči o tělo)

## V. ZÁVĚR

Při realizaci kvalitativního výzkumu jsem si kladla za cíl nalézt odpovědi na čtyři výzkumné otázky: Proč o sebe chlapci a dívky pečují? Jak o sebe chlapci a dívky pečují? Jaké vlivy je v péči o zevnějšek ovlivňují? Proč a jak o sebe chlapci pečují a jaké vlivy je v péči o zevnějšek ovlivňují v porovnání s dívkami?

Ačkoliv jsem si nejdříve myslela, že hledám mezi dívkami a chlapci rozpory, našla jsem spíše shody. Jak už jsem uvedla v diskuzi, tyto shody se týkaly především toho, že všechny děti se starají o svůj vzhled a používají k tomu často i podobné formy. Většina dětí však také kladla důraz na důležitost hlubšího poznání člověka, což mě osobně velmi překvapilo, čekala jsem spíše povrchnější zaměření adolescentů především na vzhled.

Děti se také shodly, že dívky o svůj vzhled pečují více, než chlapci a že chlapci i dívky mají ke péči o své tělo nejčastěji ten samý důvod – zalíbit se opačnému pohlaví. Práce také potvrdila to, že děti jsou ovlivňovány různými vlivy a to jak u chlapců tak u dívek bylo nejčastěji jejich okolí a blízcí lidé.

Tato práce mi pomohla vytvořit si představu o tom, jak dnešní adolescenti pohlížejí na péči o tělo. Přiblížila, jaké formy péče děti používají, co je ovlivňuje a jaké shody a rozdíly v péči o tělo existují mezi chlapci a dívkami.

Přesto je zřejmé, že výzkum by se mohl dál rozšířit. Dětem by se mohly pokládat hlubší a rozšířenější otázky.

Odpovědi na výzkumné otázky mi tato práce podala. Netroufám si však tvrdit, že jsou jednoznačné a úplné. Pro jejich potvrzení by bylo potřeba provést více výzkumů zaměřených na podobné otázky.



## VI. POUŽITÁ LITERATURA

- FIALOVÁ, L. *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum 2001
- FIALOVÍ, L; KRCH *Pojetí vlastního těla -zdraví, zdatnost, vzhled*. Praha: Karolinum 2012
- VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Praha: Karolinum 2012
- VÁGNEROVÁ, M. *Psychopatologie pro pomáhající profese*. Praha: Portál 2008
- JANOŠOVÁ, P. *Dívčí a chlapecká identita: vývoj a úskalí*. Havlíčkův Brod: Grada 2008
- SKORUNKOVÁ, R. *Úvod do vývojové psychologie*. Hradec Králové: Gaudeamus 2011
- MACEK, P. *Adolescence: Psychologické a sociální charakteristiky dospívajících*. Praha: Portál 1999
- KARSTEN, H. *Ženy – muži: Genderové role, jejich původ a vývoj*. Praha: Portál 2006
- RENZETTI, CM; CURRAN D. J. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum 2005
- KUČERA, D. *Moderní psychologie*. Praha: Grada 2013
- BEDNÁŘ, V. *Sociální vztahy v organizaci a jejich management*. Praha: Grada 2013
- VÝROST, J.; SLAMĚNÍK, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada 2008

## VII. PŘÍLOHY