

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Bakalářská práce**

**2024**

**Dominika Koritinová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Sexuální obsahy v médiích a jejich působení na vnímání  
sebeobrazu dospívajících dívek**

Bakalářská práce

Autorka práce: Dominika Koritinová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Ing. Jana Rosenfeldová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 20. 4. 2024

Dominika Koritinová

## **Bibliografický záznam**

KORITINOVÁ, Dominika. *Sexuální obsahy v médiích a jejich působení na vnímání sebeobrazu dospívajících dívek*. Praha, 2024. 56 s. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních studií, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Mgr. Ing. Jana Rosenfeldová, Ph.D.

**Rozsah práce:** 100 834 znaků včetně mezer

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá sexuálními obsahy v médiích a jejich vlivy na vnímání sebeobrazu dospívajících dívek. Sexuální obsahy se vyskytují napříč médii se vzrůstající četností. Tyto obsahy jsou v důsledku dnešní digitální doby velmi jednoduše dostupné díky chytrým technologiím. Teoretická část se zabývá médii ve spojitosti se sexualitou, klade důraz na definování erotických a sexuálních prvků a motivů a přibližuje význam a vývoj sebeobrazu spolu s možnými vlivy na sebeobraz dívek. Následuje metodologická část, která přibližuje metodu výzkumu, výběr respondentů a analýzu získaných dat spolu s etickým kontextem výzkumu. Výzkumná část probíhala formou kvalitativních polostrukturovaných rozhovorů s dospívajícími dívkami ve věku třinácti až osmnácti let. Nasbíraná data byla následně zpracována tematickou analýzou. Ze získaných dat prostřednictvím rozhovorů vyplývá, že média mají skrze konzumaci sexuálních obsahů – erotických a sexuálních motivů a prvků – značný vliv na sebeobraz dívek, a to jak pozitivní, tak negativní. Konzumace sexuálních obsahů v médiích může přispívat k normalizaci tématu sexuality a pomáhat dívkám lépe porozumět vlastní sexualitě. Avšak zároveň mohou tyto obsahy vést k tlaku přizpůsobit se idealizovaným představám, což má negativní vliv na sebeobraz dospívajících dívek.

## **Abstract**

This bachelor thesis deals with sexual content in the media and its effects on the self-image of adolescent girls. Sexual content occurs across media with increasing frequency. These contents are very easily accessible due to smart technologies in today's digital age. The theoretical section discusses media in relation to sexuality, emphasizes defining erotic and sexual elements and themes, and reviews the importance and development of self-image along with possible influences on girls' self-image. This is followed by a methodological section that outlines the research method, the selection of respondents and the analysis of the data collected along with the ethical context of the research. The research part took the form of qualitative semi-structured interviews with adolescent girls aged thirteen to eighteen. The data collected was subsequently processed through thematic analysis. The data collected through the interviews revealed that the media has a significant influence on girls' self-image, both positive and negative, through the consumption of sexual content – erotic and sexual themes and elements. Consumption of sexual content in the media can

contribute to the normalization of the topic of sexuality and help girls to better understand their own sexuality. However, at the same time, such content can lead to pressure to conform to idealised images, which has a negative impact on the self-image of adolescent girls.

### **Klíčová slova**

Sexuální obsahy, erotické prvky, sexuální motivy, sebeobraz, média, adolescence, dívky

### **Keywords**

Sexual content, erotic elements, sexual themes, self-image, media, adolescence, girls

### **Title/název práce**

Sexual content in the media and its effect on the self-image of adolescent girls

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala své vedoucí práce Mgr. Ing. Janě Rosenfeldové, Ph.D. za cenné připomínky, podnětnou zpětnou vazbu i inspirativní a trefné konzultace spolu s množstvím času, který mi věnovala. Také bych chtěla poděkovat svému králíčkovvi Paní Snížkovi MufMafimu, který po celou dobu tvorby této práce byl vítanou psychickou podporou. Dále svým rodičům i blízkým za podporu během celého studia. Svým kamarádům, díky kterým byl průběh studia ještě lepší a mému kolegovi, který mi vždy kladl na srdce, jak je studium důležité a podporoval mě, když to bylo třeba. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat sobě za to, že jsem to i přes těžké chvíle zvládla.

## Obsah

Úvod .....	8
1. (Mas)média a zábavní média .....	10
1.1. „Sexuální“ média .....	10
1.2. Média a sexualita .....	11
2. Sebeobraz .....	12
2.1. Sebeobraz během dospívání .....	12
2.1.2. Sebeobraz a média .....	13
3. Sexuální obsahy v médiích .....	15
3.1. Rozdíl mezi sexuálními a erotickými prvky a motivy .....	15
3.2. Sexuální a erotické prvky v médiích .....	15
3.2.1. Sexuální prvky .....	16
3.2.2. Erotické prvky .....	16
3.2.3. Pornografie .....	17
3.2.4. Nahota .....	18
3.3. Sexuální a erotické motivy v médiích .....	18
3.3.1. Sexuální a erotické symboly .....	18
3.3.2. Symbolika ženy a muže .....	19
3.3.3. Sexuální a erotické elementy, kontext, skryté motivy a prvky .....	21
3.3.4. Sexuální chování .....	21
3.3.5. Přitažlivost .....	22
4. Vlivy sexuálních obsahů .....	23
5. Metodologická část .....	25
5.1. Výzkumný kontext .....	25
5.2. Cíle výzkumu a výzkumné otázky .....	26



5.3. Metodologie a metoda .....	27
5.4. Výběr respondentek.....	28
5.5. Metoda analýzy získaných dat.....	29
5.6. Etika a legální hledisko rozhovoru .....	30
6. Výzkumná zjištění .....	31
6.1. Média.....	31
6.2. Frekvence a kontext sexuálních obsahů .....	34
6.3. Sexuální obsahy a pohled dospívajících dívek.....	37
6.4. Vnímání a vlivy sexuálních obsahů na sebeobraz dívek .....	41
6.5. Diskuze .....	48
7. Závěr.....	53
8. Summary.....	55
Použitá literatura.....	57
Teze bakalářské práce.....	61
Seznam příloh.....	64

## Úvod

Dnes má sexualita mnoho podob a je spojena s více věcmi než v minulosti, spojuje těla, technologie a média novými způsoby. Vztahy mezi sexuálními praktikami, médii, identitami a komunitami jsou stále složitější (Attwood, 2017, s. 10).

Z výše uvedeného textu vyplývá, že sexualita a média jsou témata, která jsou v současné době velmi aktuální, dynamická a diskutovaná. V západních společnostech se sexualita stává stále viditelnější. Množství sexuálních obsahů v médiích se neustále zvyšuje. Společnost si vyvinula určitou míru tolerance a zároveň si zvykla tak, že v těchto obsazích ani nevnímá výskyt sexuálních a erotických prvků a motivů (Attwood, 2017, s. 63–64).

Z rešerše zdrojů vyplynulo, že výzkumy se zaměřují především na hledisko problematiky sexualizace a objektivizace, případně na vlivy týkající se tělesného sebeobrazu, a to bez konkrétního genderového nebo věkového omezení. Například Mukarom (2019) se konkrétně zaměřoval na ženy, ovšem bez věkového rozmezí. Výsledky studií z hlediska věku okrajově uvádí Reedová (2014), avšak ta je nevztahuje na konkrétní genderovou skupinu. O dospívajících konkrétně hovoří Pelcák (2019), Vágnerová (2005) nebo Nakonečný (1997), kteří je uvádějí jako kritickou skupinu z hlediska ovlivnitelnosti. Ti navíc konkrétně zmiňují dívky jako zvláště citlivou skupinu.

Na základě výše uvedeného jsem identifikovala mezeru ve výzkumu, která spočívá v konkrétním výzkumném zaměření na skupinu dospívajících dívek.

V této práci se proto zabývám otázkou, jaký vliv mají sexuální obsahy (sexuální a erotické prvky a motivy) na mladé dospívající dívky (ve věkovém rozmezí 13–18 let) a jejich sebeobraz. Práce se zaměří na zkoumání postojů a přesvědčení dospívajících dívek v oblasti sexuálních a erotických prvků a motivů v médiích, na četnost jejich vystavení takovým obsahům a na to, jak tyto obsahy vztahují k vlastnímu pojetí sebeobrazu a svým očekáváním.

Práci jsem rozdělila na několik tematických celků. Nejdříve se věnuji uvedení základních pojmů, jako jsou média, sexualita, sebeobraz a sexuální obsahy. V rámci sebeobrazu popisuji jeho vývoj a vývoj během adolescence spolu s přiblížením vztahu mezi médii a sebeobrazem. Následně přiblížím sexuální obsahy, popíšu erotické a sexuální prvky a motivy a uvedu, jaký je mezi nimi rozdíl. V neposlední řadě se budu věnovat sexuálním obsahům a jejich vlivům na konzumenty médií. Poté následuje představení metodologie pro výzkum,

který probíhal mezi dospívajícími dívkami ve věku 13–18 let a byl veden polostrukturovaným rozhovorem. Obsahy rozhovorů jsou prezentovány a interpretovány v empirické části a výsledcích výzkumu. V závěru jsou shrnuty hlavní poznatky a doporučení v dalším přístupu v tematickém kontextu sexuálních obsahů vyskytujících se v médiích.

## 1. (Mas)média a zábavní média

Za médium lze považovat cokoliv, co je používáno k přenosu a sdílení informací (Giles, 2012, s. 13). V kontextu potřeb této práce bude pojem „média“ zastřešovat ta média, která se používají<sup>1</sup> v rámci zábavních médií.<sup>2</sup>

Masová média jsou podle Jiráka a Köpplové historicky i společensky definována jako podmíněné formy sociální komunikace, které sdílejí charakteristické rysy zahrnující organizační, technické a distribuční možnosti. Díky těmto rysům lze u masově šířených médií dosáhnout širokého spektra adresátů a uživatelů. Obsahy nabízené uživatelům jsou nabízeny pravidelně a průběžně, podle jejich zájmu a potřeb (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 15).

Masová média jsou ovlivněna společností a kulturou, zároveň společnost a kulturu ovlivňují. Mají vliv na tvorbu norem a hodnot nebo na postoje a chování jedinců ve společnosti (Giles, 2012, s. 14). Zprostředkovávají informace, propagují produkty nebo názory a přinášejí svým uživatelům zábavu<sup>3</sup>, případně jsou prostředkem pro sociální kontrolu i šíření kritiky. Zároveň jsou tato média součástí politických, ekonomických i kulturních systémů, kterými jsou ovlivňovány a omezovány (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 15–16).

### 1.1. „Sexuální“ média

Média i tzv. sexuální média (sex média)<sup>4</sup> jsou stále více součástí veřejného i soukromého prostoru. Tím se zvyšuje množství sexuálních a erotických motivů, které jsou prezentovány ve společnosti, a které mají dopad na jedince (Attwood, 2017, s. 10; Giles, 2012).

Giles (2012) k tomu říká, že média vytváří, reprodukuje a ovlivňují lidské postoje, emoce, chování i motivaci nebo vnímání identity a role ve společnosti z hlediska samotných jedinců – sebeobraz. To potvrzují i jiné zdroje, které tuto problematiku dále rozpracovávají z hlediska sexuálních obsahů. Například Valdová (2001) rozpracovává genderové stereotypy, které se vyskytují v komunikaci i v mediálních obsazích, Karsay, Knoll a Matthes v *Sexualizing Media Use and Self-Objectification* (2018) potvrzují, že média se stále

---

<sup>1</sup> Dal by se využít pojem „masmédiá“, který se v posledních letech stal spíše zastaralým. Lidé, kteří hovoří o médiích, mají typicky na mysli média, jejichž prostřednictvím se masově šíří informace, tedy „masmédiá“. Část „mas“ ale postupem času odpadla (Giles, 2012, s. 13–15).

<sup>2</sup> Zábavní média – Zábavní média zahrnují širokou škálu obsahu, který má diváky zaujmout, mají za cíl zapojit publikum a vyvolat emoce. Zahrnují různé formy médií, jako například sociální média, televize, rádio, hudba, časopisy (Deligiorgis, Benkirane, 2020).

<sup>3</sup> Zábavní média

<sup>4</sup> Sexuální média – mediální formy, kde je sex, sexualita a erotika hlavním zobrazovacím a komunikačním tématem, případně jejich mediální kanály a mediální produkty (Attwood, 2017, s. 95–100).

více sexualizují. Mukarom (2019) nebo Perlof (2014) specificky zkoumají zobrazování žen v médiích a jeho důsledky pro ženy. Reedová (2013) dále potvrzuje, že sexuální diskurz je v médiích komplexní a často zobrazovaný ve většině obsazích. Tyto i další zdroje sdílejí jednu společnou podstatu, totiž že sexuální obsahy jsou explicitně i implicitně v médiích zahrnuty jako majoritní témata.

## 1.2. Média a sexualita

Sexualita je termínem, který se používá například k označení sexuální orientace nebo preference<sup>5</sup>, případně identifikace<sup>6</sup>. Je jedním z aspektů lidské identity, který zahrnuje fyzické, emocionální, psychické a sociální aspekty lidského života (WHO). Zároveň se týká „všech eroticky významných aspektů sociálního života a sociálního bytí – tužeb, praktik, vztahů a identit“, stejně jako sexuálních „zájmů, aktů, projevů nebo prožitků“ (Jackson, Scott, 2010). Často byla spojována s pohlavím. Nejčastěji v představě, že sexualita závisí jen na pohlaví jedince nebo konkrétním jedinci, ke kterému lze cítit sexuální přitažlivost.

To ale dnes již neplatí. Podle Karsaye, Knolla a Matthese (2018) by se dokonce dalo tvrdit, že spojování sexuality a pohlaví je jedním ze stereotypů, který se ve společnosti stále drží, o čemž hovoří i Attwoodová ve své publikaci *Sex Media* (Attwood, 2017). Ta o sexualitě pojednává jako o komplexní. Tvrdí, že pohlaví nemusí být a není jediným faktorem, který ovlivňuje způsob prožívání sexuální touhy nebo identity, může záviset i na sexuálních zkušenostech, preferovaných sexuálních praktikách, věku, sociální skupině nebo sociálním prostředí, což potvrzuje Reedová (2013) nebo Reichert a Lambiasová (2006).

Ti také tvrdí, že sexualita a dále také sebeobraz nebo mentální či fyzické zdraví jsou přímo i nepřímo mimo jiné ovlivňovány médii, která nabízejí různé způsoby, jak sexualitu vyjádřit a prožívat, případně ukazují, co se považuje za sexuální odchylky nebo akceptované normy.

---

<sup>5</sup> Sexuální orientace nebo preference – způsob, jakým jedinec prožívá přitažlivost a touhu, kým je přitahován, po kom touží.

<sup>6</sup> Sexuální identita – způsob sexuální identifikace, jak se jedinec sexuálně definuje.

## 2. Sebeobraz

Sebeobraz, také znám jako jáství, je zkušenost uvědomování si sebe sama. Vlastního já. Jde o komplexní souhrn poznatků, které mají jedinci o svém vnímání, emocích a myšlení. Jedná se o mentální obraz, který si jedinec vytváří o sobě samém (Denglerová, 2006; Pelcák, 2019; Vágnerová, 2005).

Sebeobraz podle Denglerové (2006), Pelcáka (2019), Vágnerové (2008) a Nakonečného (1997) zahrnuje tři aspekty:

1. Kognitivní aspekt Já = sebeuvědomování a sebepoznávání

Jedná se o souhrn poznatků, které má jedinec o vnímání sebe sama. Tento aspekt shrnuje představu o charakteristikách a podstatě vlastní osobnosti. Subjektivní vnitřní dění je odkazem na: Já chci; Já si myslím; Já cítím; Já potřebuju... Pelcák (2019) tvrdí, že „[u] dospívajících je vědomí Já východiskem úsilí o autonomii.“

2. Emoční aspekt Já = sebehodnocení

Jedná se o souhrn vnímání a prožívání emocí v rámci osobní identity jedince. Jedinec si jeho prostřednictvím utváří vlastní emoční sebeobraz, který odráží jeho vnitřní stav, pocity a reakce. Součástí je sebedůvěra, sebeúcta a formy sebeoceny. Kvalitu podmiňuje sociální učení, fázově typické projevy i části primárních osobnostních rysů.

3. Konativní aspekt Já = seberegulace a seberozvíjení

Jedná se o souhrn akcí a chování jedince. Zahrnuje úsilí, motivaci, cíle a záměry. V dospívání je především orientováno na vlastní expanzi.

Veškeré aspekty sebeobrazu jsou vzájemně podmíněny, postupně dochází k jejich souladu. Soulad je důležitou podmínkou pro celkově vyspělou osobnost.

### 2.1. Sebeobraz během dospívání

Během dospívání (období adolescence) dochází podle Vágnerové (2008) z hlediska sebeobrazu k výrazným změnám. Dochází ke stabilizaci vztahů, vnitřních i vnějších, a

hledání a ukotvování vlastní identity v rámci osobnosti jedince. V rámci tohoto procesu dochází k utváření jedinečné osobnosti a sebeobrazu.<sup>7</sup>

Na vrcholu období adolescence se dostávají do popředí především existenciální motivy a prvky. Například hledání smyslu života, absolutních i relativních hodnot a sebepřesahujících zážitků. Období je charakterizováno duševním zmatkem.

Adolescence zahrnuje hledání příslušnosti ke skupině nebo skupinám, tento proces by měl být následován postupnou separací, o čemž hovoří i Pelcák (2019, s. 65), který ve shodě tvrdí, že rozvoj sebeobrazu během dospívání (adolescence) závisí na schopnosti logicky a kriticky o sobě přemýšlet. Zároveň ale dochází k vystavení chybám a impulzivnímu jednání. Z tohoto důvodu hraje velkou roli v procesu formování okolní prostředí.

### **2.1.2. Sebeobraz a média**

Do okolního prostředí, v němž jedinec žije a interaguje s ním, spadají média jako významný prostředník, který hraje klíčovou roli ve formování sebeobrazu obecně i konkrétně. Právě média mají v dnešní době schopnost utvářet, prezentovat a normalizovat různé role a vzorce chování prostřednictvím televize, filmů, reklam, časopisů a sociálních médií.

Média mají neodmyslitelný vliv na formování očekávání týkajících se vlastní sexuality, fyzického vzhledu a genderových rolí. Sexuální zobrazení, obsahy a idealizovaná realita prezentovaná v médiích často vedou u jedinců, kteří se snaží dosáhnout nereálných standardů, k nedostatečnému sebevědomí, nízké sebeúctě, sebeobjektivizaci a neuspokojivým zkušenostem spojeným se sexualitou a erotikou. Tedy mají vliv na sebeobraz (Attwood, 2017; Karsay, Knoll, Matthes, 2018; Reed, 2013; Frederickson, Roberts).

O tom hovoří Reedová (2013), která zmiňuje, že prezentovaný sexuální obsah působí především na adolescenty a mladé dospělé, čímž potvrzuje to, co tvrdí Vágnerová (2005), Pelcák (2019) a Nakonečný (1997), tedy že právě toto konkrétní životní období je pro formování sebeobrazu a jeho dílčích částí stěžejní.

Především *Vývojová psychologie I.* (Vágnerová, 2005) a *Psychologie obecná a osobnosti* (Pelcák, s. 50–67), popisují, že konkrétně v průběhu adolescence dochází k prvním

---

<sup>7</sup> U některých jedinců může docházet k přejímání nebo napodobování identity, která je definována rodinným kontextem nebo vnějšími vzory.

zkušenostem na poli rozložení mužských a ženských rolí, sexuality, intimních i partnerských vztahů. Vytváří se sexuální identita, zároveň se upevňuje sexuální orientace, přitažlivost, schopnosti, potřeby, zájmy a zkušenosti. Jedinec se přímo i nepřímo v tomto ohledu snaží hledat informace a podporu. Tuto podporu mimo jiné vyhledává i prostřednictvím médií, skrze která přichází do styku s potenciálně ovlivňujícími obsahy, o čemž hovoří Reedová (Reed, 2013, s. 374) – „*Dospívající mládež v průměru konzumuje média s vysokou mírou sexuálního obsahu, a to navzdory obavám z jejich možného negativního vlivu a snažím zabránit jejich konzumaci.*“

Tato skutečnost podtrhuje důležitost zkoumání obsahů, které mají dopad na dospívající jedince. V následujících kapitolách přiblížím tyto obsahy vyskytující se v médiích a rozdělím je na sexuální a erotické prvky a motivy, vysvětlím rozdíl mezi nimi, a zároveň se budu více věnovat tomu, jaké mohou být jejich vlivy na konzumenty mediálních obsahů.



### **3. Sexuální obsahy v médiích**

Značnou část kulturního prostředí dnešní společnosti tvoří sexuální obsahy. I proto jsou častým předmětem výzkumů a diskuzí. Tato část práce se zabývá tím, jaké prvky a motivy jsou používány k vyjádření těchto obsahů. Prvky jsou zde chápány jako formální, obrazové a stylistické aspekty, které mediální obsah tvoří. Motivů jsou brány jako obsahové a významové aspekty, které odkazují na určitou myšlenku, emoci, hodnotu nebo postoj související se sexuální a erotickou tematikou, případně je přímo vyjadřují.

#### **3.1. Rozdíl mezi sexuálními a erotickými prvky a motivy**

Sexuální a erotické prvky a motivy jsou často zaměňovány, i když mezi nimi existuje několik podstatných rozdílů.

V první řadě je třeba umět vnímat a rozlišovat rozdíl mezi pojmy „sexuální“ a „erotické“, kdy v obecné rovině cokoliv sexuálního je více explicitní než cokoliv erotického, tedy sexuální motivy a prvky více zobrazují to, co souvisí se sexuální aktivitou, kdežto erotické motivy a prvky naznačují a nesou s sebou sexuální a erotický podtext, který klade větší důraz na smyslnost a vzrušení (Attwood, 2017).

Co se týče rozdílu mezi „prvky“ a „motiv“y, prvky zahrnují explicitnější vyjádření sexuality nebo erotiky, a to ve formě vizuálního zobrazení, verbálních projevů, využití gest a dalších konkrétních prvků. Může se jednat o nahotu, sexuální akt nebo erotickou scénu, vulgární dialogy a monology nebo jiné projevy spojené se sexuálními a erotickými tématy (Reichert, Lambias, 2006).

Motivů se naproti tomu věnují zobrazování a využívání širších záměrů a cílů v kontextu, kde jsou prezentovány. Více se věnují tomu, aby vyvolaly u diváka nebo čtenáře vnitřní odezvu, proto více cílí na emoce, smyslnost a citový podtext. Mohou zahrnovat sledování emocí postav, vytváření atmosféry skrze využití symbolů, kontextů, skrytých prvků nebo gest, reflektování sexuálního chování, přitažlivosti nebo zobrazování těla, kde se oproti pornografii motivy více zaměřují na umělecké vyjádření (Reichert, Lambias, 2006).

#### **3.2. Sexuální a erotické prvky v médiích**

Sexuální a erotické prvky jsou jedním z významných aspektů mediálního obsahu. Tyto

prvky, které mohou zahrnovat explicitní sexuální scény, nahotu, erotické narážky nebo implicitní sugesce, jsou podle Reedové (2013) a Nejezchlebové (2010) využívány k přitahování pozornosti diváků a čtenářů a vyvolání reakce, případně zvýšení marketingového zájmu a úspěšnosti. Konkrétně Reedová (2013) zmiňuje, že sex v médiích<sup>8</sup> podle tvůrců mediálních obsahů bývá častým lákadlem. To potvrzují i Reichert a Lambiasová (2006), kteří přímo rozlišují pět základních druhů sexuálních obsahů v reklamě. Ostatně „Sex prodává“ je podle Reedové (2013) spojení, které tvůrci často využívají při ospravedlňování výskytu a využívání sexualizovaných obsahů. Na druhou stranu ale upozorňuje, že empirické analýzy toto tvrzení jednoznačně nepotvrzují.

Sexualita a erotika jsou v rámci mediálních obsahů složité a mnohotvárné oblasti. V následujících kapitolách se budu zabývat definicí a interpretací prvků s konkrétním zmíněním pornografie a nahoty.

### 3.2.1. Sexuální prvky

Sexualita se sexuálně se zabývají fyzickými, behaviorálními a biologickými aspekty, které jsou spojené s pohlavním stykem a reprodukcí. Nejezchlebová (2010, s. 11) popisuje, že *„sexualita zahrnuje komplex zážitků a způsobů chování, který původně sloužil pudově zaměřenému rozmnožování, ale rozvinul se v interakce mezi lidmi v oblasti namlouvání, přitažlivosti, výběru partnera, dosahování slasti a tvorbě intimních vztahů.“* Sexuální prvky tedy podle této definice znamenají konkrétní fyzické akty, sexuální projevy a sexuální chování. To potvrzují i například Reedová (2013) nebo Reichert a Lambiasová (2006).

### 3.2.2. Erotické prvky

Erotika s erotickým obvykle odkazují na umělecký obsah, který má za cíl evokovat touhu, smyslnost a krásu. Podle Nakonečného (1997, s. 296) je erotika *„označení pro širší psychologický kontext sexuálního života. Sexuální složka se v rámci definice erotiky zduchovňuje. Jde o produkt lidské kultury, zkušeností a výchovy, který proniká jejich životy.“* Tyto prvky mohou být zaměřené esteticky, emocionálně nebo intelektuálně. Často se snaží o spojení obsahu konkrétního díla a čtenáře. Mají za cíl prezentovat děje a pocity, které jsou

---

<sup>8</sup> Sex v médiích = zobrazení explicitních sexuálních a erotických prvků v mediálním obsahu.

spojené se sexualitou (Attwood, 2017; Reichert, Lambiasová, 2006). Oproti sexuálním prvkům jsou méně explicitní a „surové“.

### **3.2.3. Pornografie**

Pornografie představuje specifickou a kontroverzní formu sexuálních a erotických prvků (obsahů) v médiích. Jedná se o explicitní prezentaci sexuálního chování, které je primárně zaměřeno na stimulaci sexuálních pudů publika (Attwood, 2017, s. 36–37). Pornografický obsah je často charakterizován explicitními scénami sexuální aktivity mezi aktéry, zobrazováním nahoty a různými sexuálními praktikami. Tímto způsobem definuje pornografii i Reedová (2013), jako sexuálně explicitní obsahy.

Je důležité zmínit, že definice pornografie se ve zdrojích různí, všechny se ale shodují na tom, že se jedná o „explicitní scény“. Definovat „pornografické“ je obecně obtížné, jelikož zatímco se někde pornografií myslí výše zmíněné explicitní scény, jinde se jí může myslet například umělecké zobrazování aktů. Záleží především na prostředí a kontextu, ve kterém se dané téma vyhodnocuje.

Pokud bychom hledali v českém legislativním prostředí, přesná definice zde neexistuje. I přesto ale česká legislativa s pojmem pornografie pracuje. Podle práce Lebedíkové (2018, s. 15) definice existuje, ale je podána vágně. Navíc není součástí zákonů, lze ji nalézt až v rámci Důvodové zprávy. Má ale takové znění, že nelze jednoznačně určit, kdy se o pornografii jedná, a kdy už ne.

Definice pornografie v Důvodové zprávě vypadá takto: „(Z)a pornografické dílo (se) považuje jakýkoli předmět, který zvláště intenzivním a vtíravým způsobem zasahuje a podněcuje samotný sexuální pud. Současně takové dílo hrubě porušuje uznávané morální normy společnosti a vyvolává pocit studu.“

S technologickým vývojem a příchodem médií se stala pornografie obsahující explicitní scény lehce dostupnou. Navíc přístup k pornografií není nijak omezený, typicky stačí během procházení pornografických zdrojů a médií odsouhlasit, že je jedinec starší 18 let, následně dostane k pornografii a jejímu procházení volný přístup, i když se v realitě jedná o dospívající nebo děti (Attwood, 2017, s. 63–64).

### **3.2.4. Nahota**

Součástí sexuálních obsahů v médiích je také nahota. Ta se může objevovat v různých kontextech. Od estetického, uměleckého, například v reklamách nebo na fotografiích, kdy jsou modelové nebo herci obnaženi jen částečně (Reichert, Lambiase, 2006), až po provokativní, surovou pornograficitu. Z tohoto důvodu je nahota jedním z kontroverzních prvků, které se v médiích vyskytují (Reed, 2013). Toto téma více rozpracovává i například metaanalýza *Sexualizing Media Use and Self-Objectification* (Karsay, Knoll a Matthes, 2018), která popisuje, jak sexualizování postav (těl) v médiích má vliv na sebeobjektivizování jedinců.

### **3.3. Sexuální a erotické motivy v médiích**

Sexuální a erotické motivy jsou běžnou součástí mediálních obsahů. Oproti prvkům nejsou příliš explicitní, kontroverzní a společnost je nepovažuje za šokující. Míří spíše na smyslovou rovinu a představivost diváka, u kterého je většinou cílem vyvolat emoce a stimulovat fantazii (Reichert, Lambiase, 2006; Attwood, 2006). Obecně se jedná o obsahy explicitního i implicitního charakteru, které vyjadřují různé formy sexuality, touhy, vzrušení, intimity nebo lásky. Většinou se jedná o zobrazení sexuálních a erotických symbolů, skrytých prvků nebo zobrazování sexuálního a erotického chování spojeného s přitažlivostí a zobrazení těla, při kterém je kladen důraz na jeho krásu a atraktivitu (Reichert, Lambiase, 2006; Attwood, 2006).

#### **3.3.1. Sexuální a erotické symboly**

Symboly jsou vizuální nebo verbální motivy, které jsou využívány v médiích k vyjádření sexuálních konotací nebo k přitahování pozornosti diváka nebo čtenáře (Reichert, Lambias, 2008).

Sexuální symboly jsou takové, které jsou spojeny se sexualitou. Mají za cíl nepřímo odkazovat na sex, sexualitu nebo vyvolávat sexuální myšlenky. Erotické symboly jsou podobné sexuálním, s tím rozdílem, že kladou větší důraz na smyslnost a vzrušení (Attwood, 2006).

Sexuální a erotické symboly patří do méně explicitních, jejich součástí nejsou expresivní

vizuální zobrazení sexuálních scén nebo sexuálního chování. Tyto symboly působí na kognitivní úroveň každého konzumenta mediálních obsahů. Zároveň je jejich chápání a vnímání značně individuální, záleží na interpretaci každého jedince (Reichert, Lambiase, 2006).

### 3.3.2. Symbolika ženy a muže

Do sexuálních a erotických symbolů by se dala zahrnout i symbolika žen a mužů. Ta ale často představuje samostatnou oblast zkoumání, ať už z hlediska genderových stereotypů v médiích (Valdrová, 2001), samotných vlivů sexuálních obsahů na muže a ženy (Reed, 2013; Perlof, 2014; Mukarom, 2019; Grabe, Ward, Hyde, 2008) nebo sexualizování médií a sebeobjektivizace (Karsay, Knoll a Matthes, 2018). Z tohoto důvodu jsem se rozhodla symboliku žen a mužů představit zvlášť.

Vnímání žen a mužů jako sexuálních a erotických symbolů se odráží od sociokulturních norem a představ o ideální kráse, touze a sexualitě. V médiích jsou ženy a muži využíváni jako sexuální a erotické symboly v sexuálně sugestivních a provokativních kontextech s cílem přitáhnout pozornost, vyvolávat emoce nebo propagovat určité značky či produkty. Dochází tedy k objektivizaci žen a mužů v pouhé symboly podle potřeby jejich využití. Toto tvrzení potvrzuje *Teorie objektivizace* (Frederickson, Roberts, 1997), která tvrdí, že ženy a muži jsou vystaveni sexualizovaným zobrazením žen a mužů v médiích, kde jsou redukováni na dekorativní a sexuální objekty, což podporuje jejich následnou sebeobjektivizaci ve společnosti.

Sebeobjektivizace znamená, že jedinec přijímá skrze prostředníka konkrétní pohled na své tělo a soustředí se na svůj fyzický vzhled místo na své schopnosti a pocity. Je spojena s vyšší mírou studu za tělo, úzkostí z vzhledu, depresí, poruchami příjmu potravy, nižší sexuální spokojeností a ovlivněním sebeobrazu a sebepojetí (Frederickson, Roberts, 1997; Reed, 2013). Metaanalýza *Sexualizing Media Use and Self-Objectification* (Karsay, Knoll a Matthes, 2018) ukázala, že sexualizování v médiích má na sebeobjektivizaci až středně silný vliv a zároveň zjistila, že ženy jsou v médiích častěji a intenzivněji sexualizovány než muži a že sexualizovaná média podporují vznik a reprodukování vývoje a přijímání genderových nerovností a společenských genderových stereotypů o tom, jak by ženy a muži měli vypadat, chovat se, co by je mělo přitahovat, a jak by měli na druhé pohlaví působit.

V článku *Gender stereotypes and clichés as presented in the media* Valdřová (2001) poukazuje na to, jak média muže a ženy v různých situacích zobrazují za pomoci konkrétních příkladů z českých médií. Taktéž v našem prostředí se používají patriarchální, sexistické a klišovité prvky, motivy a fráze, které podporují genderovou nevyrovnanost, což potvrzuje obecná zjištění metaanalýzy (Karsay, Knoll a Matthes, 2018) i tvrzení o sebeobjektivizování (Reed, 2013), případně samotnou teorii objektivizace (Frederickson, Roberts, 1997).

Ženy jsou v mnoha případech v médiích redukovány na své fyzické atributy. Zejména ty části těl, které jsou považovány za atraktivní, sexuálně přitažlivé (Valdřová, 2001; Mukarom, 2019; Perlof, 2014; Grabe, Ward, Hyde, 2008). Tato objektivizace je především patrná v reklamách, propagačních videích nebo hudebních videoklipech. Ženská krása je často standardizovaná a idealizovaná. Modelky a herečky jsou často vybírány podle sociokulturních norem a představ o kráse a ženském ideálu. Většinou se jedná o vysoké, krásné a štíhlé ženy (Valdřová, 2001; Mukarom, 2019; Perlof, 2014; Grabe, Ward, Hyde, 2008).

Tělo žen je sexualizováno skrz odhalenou kůži, provokativní pózy nebo oblečení. Dále jsou ženy zobrazovány jako sexuální a erotické symboly prostřednictvím svého chování, a to jako objekt touhy, submisivní stvoření a závislé na mužích. Zobrazování žen jako sexuálních a erotických symbolů může mít řadu důsledků pro vnímání žen ve společnosti. Například, že jsou vnímány jen jako sexuální objekt určený pro sexuální potěšení (Frederickson, Roberts, 1997). Toto zobrazování zároveň podporuje genderové stereotypy a nerovnosti nebo společenské představy o tom, že například provokativně oděná žena si může za sexuální obtěžování a znásilnění sama nebo že díky své kráse žena dosáhla dobré kariéry (Valdřová, 2001; Mukarom, 2019).

Muži jsou taktéž zobrazováni jako objektivizované postavy zredukované na vzhled a ideály, ať už se jedná o reklamy, filmové či seriálové postavy, nebo zobrazení mužů v časopisech či na sociálních sítích. Tento způsob zobrazování má stejně jako u žen za cíl přitahovat pozornost, zvyšovat prodejnost produktů a služeb nebo vyjadřovat určitou ideologii (Valdřová, 2001; Reed, 2013).

Jedním z nejčastějších způsobů, jakým je muž v médiích zobrazován, je skrze vzhled. Objektivizace postavy muže je v důsledcích stejná jako u žen. Muži jsou často zobrazováni jako vysocí, svalnatí a atraktivní dominantní jedinci (Valdřová, 2001; Perlof, 2014). Tělo je sexualizováno pomocí odhalené kůže, provokativních póz nebo chování. Muži jsou

zobrazování v oděvech, které mají podporovat a prezentovat idealizovanou mužskou postavu, které prezentují a zahrnují prvky související s přitažlivostí. Jsou zobrazováni jako silní a úspěšní. Jako jedinci, kterým se ženy podvolují (Karsay, Knoll, Matthes, 2018).

### **3.3.3. Sexuální a erotické elementy, kontext, skryté motivy a prvky**

Součástí sexuálních a erotických motivů dále mohou být sexuální a erotické elementy, kontexty a skryté prvky a motivy, jejichž prostřednictvím se autoři sexuálních a erotických obsahů v médiích snaží více podprahově přenášet konkrétní prvky a motivy na diváka a do jeho podvědomí.

Podle Reicharta a Lambiasové (2008) kontext spolu se zobrazenými elementy, případně skrytými motivy a prvky, určují rámec, ve kterém jsou sexuální a erotické obsahy, prostředí nebo situace prezentovány. V literatuře, časopisech nebo na internetu jsou tyto obsahy zprostředkovány skrze psaný text a obrázky nebo odkazy. V televizi, filmech, seriálech, hudebních videoklipech a dalších, kde lze pracovat zároveň s vizuálem a audiem, bývají tyto motivy explicitnější.

### **3.3.4. Sexuální chování**

Zobrazování sexuálního chování v médiích podléhá četným kritikám a kontroverzím, které vyvolávají otázky ohledně jeho etických aspektů, společenských dopadů a kulturních normativů.

Podle Attwoodové (2017) spadá zobrazování sexuálního chování do sexuálních médií a hovoří o něm spíše jako o motivech, které spadají pod pornografická díla nebo díla s pornografickými prvky. Oproti tomu jiné zdroje, například Reedová (2013) do sexuálního chování zařazují například motivy nahoty, neexplicitní zobrazování těla nebo flirtování. Dále to jsou mimo jiné provokativní chování, letmé dotyky nebo i kontakty mezi protagonisty a diváky například skrz vstoupení do takzvané intimní zóny nebo navázáním očního kontaktu a neverbální komunikace.

Vše výše zmíněné jen dokazuje tvrzení, že problematika sexuálních a erotických prvků a motivů je značně individuální a záleží na konkrétním výkladu. Z důvodu vyšší míry zastoupení zdrojů, které se sexuálním chováním pracují jako s motivem, do jehož rámce

spadají například náznaky tohoto chování nebo zmíněný oční kontakt, jsem se rozhodla, že sexuální chování zahrnu do sexuálních a erotických motivů, jelikož v rámci této práce jsem sexuální a erotické prvky vymezila jako explicitní zobrazení související přímo se sexualitou, erotikou nebo pornografií.

Obecně se ale veškeré publikace shodují na tom, že zobrazování sexuálního chování v médiích je fenoménem, často dochází k idealizaci a komercializaci sexuality a k nedostatečné reflexi genderových stereotypů, na což poukazují publikace *Gender Stereotypes and Clichés as Presented in the Media* (Valdrová, 2001) a *Media and women* (Mukarom, 2019). To má četné důsledky pro jednotlivce, zejména mladé lidi. Do těchto důsledků spadá například vliv na jejich sebevědomí, vnímání vlastního sebeobrazu i psychické zdraví. Navíc skrze normalizaci a glorifikaci sexuálního chování dochází k přebírání standardů daných médii, například zobrazování nechráněného pohlavního styku, jelikož média často prezentují sex jako bezpečný, vzrušující a jako nezbytnou část života, aniž by se zdůrazňovala důležitost prevence sexuálně přenosných nemocí nebo nechtěných těhotenství.

### **3.3.5. Přitažlivost**

Sexuální a fyzická přitažlivost by se na základě poznatků z psychologického hlediska dala zařadit pod sexuální chování, jelikož z něj může přímo i nepřímo vyplývat (Nakonečný, 1997; Pelcák, 2019). Sexuální a fyzická přitažlivost se ale například v Attwoodová (2017), Karsay, Knoll, Matthes (2018) nebo Reichert a Lambiasová (2006) uvádí zvlášť, z tohoto důvodu jsem se rozhodla ji uvést jako jeden z využívaných sexuálních a erotických motivů, jelikož je jedním z motivů, které mají vliv při formování obrazu genderových rolí, ideálů krásy, normativů sexuality a vlastního sebeobrazu včetně objektivizace.

Zdroje pracují se dvěma pojmy – sexuální přitažlivostí a fyzickou přitažlivostí. Do fyzické přitažlivosti patří fyzická krása modelů, celkový fyzický projev a estetický vzhled. Nicméně se klade důraz na krásu obličeje, protože divák se jako první zaměřuje na tváře. Z fyzické přitažlivosti vychází přitažlivost sexuální, do které navíc spadají psychologické nebo kulturní faktory. Sexuální přitažlivost působí především na emocionální úrovni. Ta je zároveň klíčová pro její udržení.



#### 4. Vlivy sexuálních obsahů

Sexuální a erotické prvky a motivy jsou součástí většiny mediálních obsahů, kterým jsme ve společnosti v rámci médií vystavováni. Jak již bylo zmíněno v předešlých částech, tyto sexuální obsahy mají schopnost ovlivňovat nejen naše chování a očekávání, ale i sebeobraz, do něhož spadají široké škály emocí, touhy, fantazií, způsobu sebepřijetí, sebehodnocení a dalších.

Sexualizování obsahů má vliv na tělesný sebeobraz a dušení zdraví (Frederickson, Roberts, 1997). Jedinci vystavení sexualizovaným obsahům, ať už záměrně nebo náhodně, projevují vyšší stupeň studu za své tělo, zvýšenou úzkost ohledně svého vzhledu a odlišná očekávání, která jsou zároveň spojena s kritičtějším hodnocením tělesného vzhledu nejen u nich samých, ale i u jiných jedinců (Reed, 2013; Karsay, Knoll, Matthes, 2018; Valdřová, 2001).

Tato zjištění potvrdili i Grabe, Ward, Hyde (2008), Perlof (2014) a Mukarom (2019), kteří se věnují sexualizaci a sebeobjektivizaci z hlediska ženského genderu. Navíc dodávají, že ženy jsou často prezentovány jako komodity pro komerční účely<sup>9</sup> a zároveň jsou posilovány stereotypy o ženách jako objektech, čímž se podporují zájmy kapitalistické a patriarchální společnosti. Ženská sexualita je často v médiích zveličována, je zobrazena jen jako symbol a doplněk mužského života a jako ozdoba bez vlastní identity. Zdroj ale zároveň uvádí, že tato zjištění nelze generalizovat s tím, že se vyskytují případy, kdy naopak mediální obsahy nabízí alternativní modely ženskosti (a také mužnosti). Také zmiňuje, že média mimo jiné nabízí interaktivitu, personalizaci, přítomnost stejných nebo podobných sociálních skupin jedinců a vizuální obsah, který dokáže naopak ve správném podání posílit srovnávací, identifikační a normativní procesy ovlivňující sebeobraz.

Také Reedová (2013) zjišťuje především negativní vlivy, zároveň ale nachází i pozitivní. Tento zdroj je zaměřen na vlivy mediálních obsahů z obecnějšího hlediska. Podle tohoto zdroje studie ukazují, že pravidelní konzumenti médií, kteří často sledují obsahy se sexuální tematikou v rámci zábavních médií, postupně přejímají zobrazované obsahy a převádějí je do reálného světa. To ovlivňuje vnímání jejich normativního sexuálního chování a percepce prevalence určitých sexuálních vzorců, které jsou často představovány v těchto obsazích, například téma nevěry. Zároveň se ale věnuje i sebeobjektivizaci se stejnými výsledky jako jsou zjištění Karsaye, Knolla a Matthese (2018).

---

<sup>9</sup> O čemž hovoří i s příklady Valdřová v Gender Stereotypes and Clichés as Presented in the Media (2001).

Další rovinu tvoří osobní názory a postoje konzumentů, které obvykle manifestují v podpoře určitých hodnotových stanovisek. Například ohledně sexuální identity a orientace tím, že jsou vystaveni diskriminaci nebo stereotypům na základě sexuálních preferencí v obsazích. Případně názorů týkajících se zmiňované nevěry nebo očekávání v romantických vztazích. Vztahy konzumentů jsou ovlivněny podle toho, zda jsou jedincům předkládány kontexty zobrazující intimnost, lásku či důvěru nebo naopak nevěru, konflikty, násilí nebo nereálná očekávání (Reed, 2013).

Dále analyzované studie nasvědčují tomu, že existují souvislosti mezi expozicí těmto obsahům a přijímáním nezodpovědného přístupu k sexualitě, například skrze nepoužívání ochranných sexuálních pomůcek, promiskuitu nebo zobrazování sexuálního násilí (empirické studie prokázaly, že expozice obsahům se sexuální agresivitou je spojena s vyšší mírou akceptace mýtů o znásilnění nebo sexuálního obtěžování s nižší mírou empatie k obětem a uvědomění si rizik nebo ochoty k prevenci). Tato zjištění jsou podporována jak korelačními, tak i experimentálními daty. U zkoumaných jedinců vedou zobrazované obsahy k přesvědčení, že jsou tyto přístupy běžné i mezi jejich vrstevníky.

Jak jsem ale zmiňovala, Reedová (2013) se věnovala i pozitivním zjištěním. Například tomu, že sexuální obsahy podporují sexuální rozmanitost a autonomii, nebo podněcování kritického myšlení. Dále v edukačních kontextech podporování informovanosti o sexuálních rizicích a možnostech, tedy rozvíjení sexuální gramotnosti. Zároveň se ukázalo, že negativně, jako pozitivně, mohou sexuální obsahy ovlivňovat sexuální orientaci a preference, a to tím, že se jejich prostřednictvím může u konzumentů těchto obsahů posílit sebevědomí a sebeúcta v této oblasti. A nakonec, že sexuální obsahy mohou v pozitivním kontextu podnítit komunikaci a diskuzi o sexuálních a erotických tématech mezi partnery, přáteli, ale i rodinnými příslušníky.

## 5. Metodologická část

V této části se zaměřím na popis metodologie výzkumu. Nejprve vysvětlím kontext výzkumného problému, cíle výzkumu a výzkumné otázky, které mi poskytly základ pro sestavování polostrukturovaných rozhovorů s respondenty mého výzkumu. Následně uvedu, proč byla zvolena konkrétní výzkumná strategie, více přiblížím vybranou metodu sběru dat a postup při výběru respondentů. Nakonec se zaměřím na proces analýzy získaných dat, kde uvedu použité analytické metody a přístupy.

### 5.1. Výzkumný kontext

Jak již bylo zmíněno v teoretické části, sexualita a média jsou aktuální témata, která spolu úzce souvisí skrze sexuální obsahy. Toto téma je zásadní v kontextu dnešního světa, který je globalizovaný a ve kterém média hrají klíčovou roli jakožto zdroje informací, zábavy nebo socializace.

Sexuální obsahy, jejichž součástí jsou sexuální a erotické prvky a motivy, mají potenciál mít na konzumenty těchto obsahů negativní i pozitivní vlivy (Reed, 2013; Attwood, 2017). Tyto obsahy jsou neustále přítomny ve všech sférách života a jsou nedílnou součástí digitální éry, kde lidé mají snadný a nepřetržitý přístup k těmto obsahům v rámci různých druhů médií. Sexuální obsahy své konzumenty ovlivňují, a to nejen v rámci způsobu konzumace informací, ale také skrze formaci názorů, postojů, hodnot, nebo psychiky (Reed, 2013; Attwood, 2017; Frederickson, Roberts, 1997; Karsay, Knoll, Matthes, 2018).

Hovoří se především o negativních vlivech a důsledcích častého vystavování sexuálním obsahům. Zároveň se často zmiňují adolescenti a dospívající jako kritická skupina, která vzhledem k fázi psychologického vývoje je nejvíce náchylná k ovlivnění těmito obsahy a přebírání prezentovaných norem a kontextů do reálného života (Vágnerová, 2005; Pelcák 2019; Nakonečný 1997).

Zdroje se především u tématu stereotypů a sexualizace a objektivizace v médiích věnovaly vlivům na dívky a ženy s tím, že především dospívající dívky jsou zvláště citlivou skupinou skrze formování vlastní identity, sexuality nebo sebevědomí. Z tohoto důvodu jsem si právě tento kontext a skupinu mladých dospívajících dívek určila jako základ pro svůj vlastní výzkum.

## **5.2. Cíle výzkumu a výzkumné otázky**

Z rešerše vyplynulo, že se diskuze často soustředí pouze na sexualizaci a objektivizaci jakožto vlivy sexuálních obsahů v médiích na dívky, a to na úkor širšího pohledu na jejich celkový sebeobraz.

Cílem této práce je zkoumat, jaké konkrétní dopady má přítomnost erotických a sexuálních prvků v mediálních obsazích na formování sebeobrazu dospívajících dívek. Tento cíl se odlišuje od přístupu užitého ve zdrojích, který se zaměřuje na sexualizaci a objektivizaci v rámci vlivů sexuálních obsahů bez přímého zaměření na dospívající dívky (zdroje řeší problematiku bez vytyčení věkové hranice).

Přidávám perspektivu k problematice dopadu sexuálního obsahu v médiích na mladé české dívky tak, aby zahrnovala nejen jejich tělesné a sexuální dimenze, ale i jejich celkové vnímání. Dále kladu důraz na identifikování toho, jak erotické a sexuální prvky a motivy v médiích mohou ovlivnit hodnoty a vnímání těchto dívek z hlediska jejich emocí, přijímání prezentovaných obsahů, vlastní identity a sebevědomí, hodnot nebo chování.

Na základě cíle výzkumu jsem si položila tyto výzkumné otázky:

**Jakým způsobem sexuální obsahy v médiích působí na sebeobraz dospívajících dívek a jak ho ovlivňují?**

**Jaké jsou hlavní zdroje sexuálních obsahů v médiích, které dospívající dívky konzumují?**

**Jaká je frekvence a kontext vystavení dospívajících dívek sexuálním obsahům?**

**Jakým způsobem vnímají dospívající dívky sexuální a erotické motivy a prvky – sexuální obsahy?**

Práce se tedy snaží porozumět tomu, jak sexuální a erotické motivy a prvky v médiích ovlivňují sebeobraz dospívajících dívek a jakým způsobem je dívky vnímají. Zajímá mě, které typy médií poskytují hlavní zdroje sexuálních a erotických motivů a prvků prezentovaných v médiích. Chtěla bych zjistit, jak často jsou dospívající dívky vystaveny sexuálním a erotickým motivům a prvkům při konzumaci různých typů médií, v jakých kontextech se tyto obsahy objevují a jaké jsou jejich hlavní charakteristiky.

### 5.3. Metodologie a metoda

Jako metodu pro výzkum jsem si vybrala kvalitativní formu skrz polostrukturované rozhovory s dopívajícími dívkami. Kvalitativní přístup podle Mišoviče (2019, s 22) „*sleduje vytváření kategorií a teorií, s cílem porozumět podstatě souvislostí jevů.*“ Tato metoda mi umožní koncentrovat pozornost na hlavní výzkumný zájem a naplnit požadavky, které jsem vytyčila v rámci cíle výzkumu a výzkumných otázek. Díky kvalitativnímu přístupu jsem schopna získat mnoho dat na omezeném počtu respondentů, díky kterým mohu směřovat k prostudování mnou vytyčeného kontextu (Mišovič, 2019, s. 23–24).

Polostrukturovaný rozhovor je v tomto případě vhodný, protože kombinuje otevřené otázky s určitou strukturou. Ta je v mém výzkumu důležitá vzhledem k tomu, že se jedná pro respondentky o náročné téma, v němž se některé z dívek kvůli věku svému věku (a tedy zkušenostem a znalostem) nemusí orientovat. Výhoda a potřeba polostrukturovaného rozhovoru je v kontextu empirické části neoddiskutovatelná. Předem daná struktura rozhovoru zajišťuje potřebnou flexibilitu a dostatečný prostor pro odpovědi respondentek, zároveň je díky ní umožněno zkoumat specifické aspekty, které se týkají výzkumných otázek, zkoumaných jevů a pohled nebo prožitek respondentek, což by bez struktury nebo v rámci uzavřených otázek a odpovědí nebylo možné (Mišovič, 2019, s. 24–25; 81–83).

Dle Mišoviče (2019) existuje řada výhod a nevýhod spojených s kvalitativním přístupem v podobě polostrukturovaného rozhovoru. Mezi výhody přístupu patří schopnost výzkumníka detailně prozkoumat určitý jev včetně vývoje a hlubších souvislostí nebo kontext týkající se respondentů spolu s možností průběžně reagovat a ověřovat, zda respondent rozumí dotazům. Jako negativa uvádí obtížnou replikovatelnost (s tím spojenou téměř nemožnost ověření jinými výzkumy, byť realizovanými stejným způsobem se stejnými respondenty) a nemožnost zobecňovat na celou populaci. Konkrétně u rozhovorů se zmiňuje i možnost ovlivnění respondentů výzkumníkem.

V rámci mnou vybraného přístupu je třeba stanovit strukturu rozhovoru– témata a k nim vztahené otázky, na které budou vybrané respondentky odpovídat. Mišovič (2019) uvádí, že výzkumník v rámci polostrukturovaného rozhovoru má svobodu v určení pořadí otázek během rozhovoru, tedy že v případě potřeby na základě vývoje může jejich pořadí přizpůsobit s tím, že nakonec by měly být zodpovězeny všechny otázky výzkumníka. Strukturu jsem navrhla tak, aby umožnila hlubší pohled na názory a postoje stejně jako systematické získání informací.

Na úvod rozhovoru jsem se rozhodla zařadit představení sebe sama a účelu rozhovoru. V této části jsem si dala za cíl respondentce vysvětlit, proč probíhá rozhovor a co se od ní očekává. Zároveň byla doptána na její výslovný souhlas s nahráváním rozhovoru pro pozdější potřeby analýzy získaných dat.

Další částí struktury rozhovoru jsou otázky obecného charakteru, které nemají sloužit pro potřeby analýzy, ale jsou důležité pro úvod rozhovoru, aby se respondentka dokázala adaptovat na způsob vedení a průběh, a zároveň abychom hned na úvod neprobíraly otázky náročnějšího charakteru bez toho, aniž by se respondentka cítila uvolněně a měla pocit důvěrné atmosféry.

Po úvodu následuje hlavní část rozhovoru, kterou jsem pro potřeby pozdější analýzy rozdělila na několik tematických částí, a to na Média, Sexuální obsahy, Vnímání sexuálních obsahů a Očekávání. Tematické bloky jsou dostatečně provázané, aby se v případě směřování rozhovoru k jinému bloku nebo jiným otázkám dalo volně přecházet podle individuálních potřeb.

Závěrečná část rozhovoru slouží pro ukončení rozhovoru a poděkování respondentce za její účast a spolupráci. Zároveň nabízí respondentce možnost cokoliv doplnit.

Rozhovory probíhaly během měsíce března roku 2024 online i prezenční formou.

Struktura rozhovoru je dostupná v příloze č. 1.

## **5.4. Výběr respondentek**

Pro účely tohoto výzkumu byly respondentky vybírány účelově, tedy záměrným výběrem. Během měsíce března jsem uskutečnila 18 rozhovorů s dospívajícími dívkami ve věku třináct až osmnáct let.

Respondentky byly vybrány účelově, jednalo se o dívky v daném věkovém rozmezí, hovořící česky. Dívky jsem se snažila vybírat tak, abych zahrnula různé demografické, ekonomické i sociální skupiny, čímž jsem se snažila zachovat alespoň částečnou diverzitu. Zároveň žádná z dívek, z důvodu zachování co nejvyšší objektivity, není osoba blízká, známá skrze třetí osobu nebo se mnou není v příbuzenském vztahu.

## 5.5. Metoda analýzy získaných dat

Zpracování dat zahrnovalo vytvoření nahrávek, jejich přepis a redukci. Při přepisu jsem využila doslovné transkripce, jelikož mým cílem bylo soustředit se na obsahovou a tematickou rovinu, podle Mišoviče (2019) jsem u transkripce provedla redukci prvního řádu.<sup>10</sup> Následně jsem si na základě dříve vypracované struktury a nasbíraných materiálů z rozhovorů utvořila tematické rámce – kategorie.

Vzešlé tematické rámce jsou kategorie, jež lze v rozhovorech vysledovat. Mišovič (2019, s. 128–131) je nazývá sekvencemi, které je důležité porovnávat a zkoumat napříč rozhovory. Zároveň výzkumník musí dávat pozor na zachování souvislostí s cílem výzkumu – neodklonit se od výzkumných otázek. Výzkumník má dané kategorie (sekvence) kategorizovat do dalších vzájemně souvisejících celků.

Pro příklad, v rámci počáteční fáze kategorizování jsem ve vztahu k používání médií (otázka proč) v rozhovorech 1, 2 a 3 kódovala „komunikace s kamarády“; „jsou tam moji kamarádi“; „píšeme si tam a posíláme si věci s kamarády“. Během hlubšího kategorizování jsem ovšem tyto kódy zanesla pod hlavní – „kamarádi“. Jako další příklad, pro první rozhovor jsem v kontextu využívání konkrétních médií kódovala „Instagram, TikTok“; u druhého „YouTube, TikTok, Instagram“ a u třetího „Facebook, Instagram, TikTok“. Tyto kódy následně byly zastřešeny kódem „sociální sítě“. Takto jsem pracovala se všemi rozhovory.

Kódování a tematickou analýzu jsem prováděla metodou vytváření trsů<sup>11</sup> a zachycení vzorců<sup>12</sup>. Mišovič (2019, s. 163) k těmto způsobům kódování uvádí, že je důležité neztrácet výzkumný cíl a identifikovat kompletní celky (slova, věty, odstavce...) tak, že k nim výzkumník přiřazuje kódy (je možné i více kódů) s ohledem na předem danou strukturu a výzkumné otázky (Mišovič, 2019, s. 160-170). Na získaných základech je následně možné hovořit o výzkumných zjištěních.

---

<sup>10</sup> Vynechání všech částí textu, které nejsou z hlediska výzkumníka pro další analýzu důležité (Mišovič, 2019, s. 124).

<sup>11</sup> Mišovič (2019) metodu vytváření trsů popisuje jako seskupování výroků do skupin s konceptualizací, kdy se následně vytvářejí další kategoriální podkategorie, na jejichž základě se dochází k výsledkům pro danou kategorii, které se podporují „výroky“ respondentů. „Technika vytváření trsů je schopna identifikovat několik dílčích stránek situace, jevu, které vytvářejí specifickou charakteristiku“ (Mišovič, 2019, s. 141).

<sup>12</sup> Základem je vyhledávání určitých a opakujících se vzorců, témat a jejich zaznamenání. Výzkumník dokáže získat ucelený „příběh“ o zkoumaném jevu. „Jde o nalezení obecnějších principů vzorců nebo struktur, které korespondují se specifickými jevy, propojenými s určitým kontextem“ (Mišovič, 2019, s. 142).

## 5.6. Etika a legální hledisko rozhovoru

Veškeré rozhovory byly vedeny na základě podpisu informovaného souhlasu zákonnými zástupci dívek. Rozhovor a jeho nahrávání (byl pořizován audiozáznam) také probíhal za ústního souhlasu respondentek. Na souhlas jsem se ptala na samotném začátku rozhovoru, následně jsem je informovala o tom, jaký je účel rozhovoru a jakým způsobem bude probíhat. Respondentky dále byly informovány o tom, že rozhovor mohou kdykoliv v jeho průběhu ukončit a o možnosti neodpovědět na otázku v případě, že se nebudou chtít s danou informací svěřit nebo jim to bude nepříjemné.

Veškerá nasbíraná data jsou anonymizovaná z důvodu zachování anonymity respondentek. Všechna jména byla změněna, jakékoliv osobní údaje, které zazněly v rozhovoru, nebyly součástí analýzy dat. K textu práce nepřikládám přepisy rozhovorů z důvodu, že jsem o to byla výslovně několika zákonnými zástupci požádána, některé z dívek se mě ptaly, zda přepisy někde budou figurovat, a uvedly, že by byly radši, kdyby byly pouze pro mou osobní potřebu. I z těchto důvodů a z důvodu citlivosti tématu a některých dat, které by případně mohly vést k odhalení identity respondentek, jsem se rozhodla přepisy neuvádět. Všechna data z rozhovorů byla využita výhradně ke zpracování výzkumné části této práce, v jejímž rámci budu uvádět pouze některé části jako doslovné citace.



## 6. Výzkumná zjištění

V této části budu v následujících kapitolách prezentovat hlavní zjištění, která vyplynula z polostrukturovaných rozhovorů s respondentkami. Hlavní výzkumné otázky budou zodpovězeny na základě těchto jednotlivých témat: Média; Frekvence a kontext sexuálních obsahů; Sexuální obsahy a pohled dospívajících dívek; Vnímání a vlivy sexuálních obsahů na sebeobraz dívek.

### 6.1. Média

*V rámci tohoto tematického okruhu jsem identifikovala následující podtémata:*

#### **1) Používání médií**

- *Identifikace nejpoužívanějších forem médií*
- *Průměrný čas věnovaný konzumaci médií*
- *Důvody popularity a využívání*

#### **2) Způsoby využívání médií respondentkami**

- *Zábava a vyhledávání jako hlavní motivace*
- *Sociální interakce a participace*
- *Projevy osobních zájmů, preference*

#### **3) Přístup k tradičním médiím**

- *Dominance digitálních médií*
- *Omezený přístup k tradičním médiím vzhledem k dostupnosti a formátu*

#### **4) Využívání více účtů**

- *Účel vytváření více účtů a motivace respondentek*
- *Rozšíření možností interakce s obsahem*

Z výzkumu vyplývá, že **nejčastěji používanými formami médií** jsou sociální sítě a streamovací platformy, následované televizí a internetovými stránkami. Respondentky uváděly, že **konzumaci médií** tráví průměrně 4 hodiny denně, přičemž většina z tohoto času

je věnována online aktivitám. Jedním z hlavních důvodů je dostupnost a snadná přístupnost internetu a digitálních médií.

#### Karolína (14 let)

*„Sociální sítě používám každý den, určitě to je několik hodin. Koukala jsem se na ty statistiky, hlavně u TikToku trávím hodně času. Je to takovej zlozvyk. To stejný Instagram. Prostě potřebuju se na to koukat. Navíc je to hrozně jednoduchý. Jako kdo nemá v dnešní době data? Je to jednoduchý, jak trávit čas.“*

#### Alžběta (13 let)

*„Já jsem vlastně jenom online, i když na televizi, a tak taky občas koukám. Hlavně když jsem doma s mamkou. Je to pro mě takovej únik, víš? Ty sociální sítě. Jsem pak jakoby v jiným světě, co mě víc baví. Třeba 5 hodin denně to je určitě. Jsou tady telefony a tak, je hrozně snadný si cokoliv najít a zabavit se.“*

Dnešní **digitální éra** zpřístupňuje širokou škálu obsahu prostřednictvím chytrých telefonů, počítačů a tabletů, což umožňuje snadné procházení sociálních sítí, streamování videí a hudby nebo sledování filmů a televize, a to kdekoliv, kde je přístup k internetu.

Z analýzy rozhovorů s dívkami dále vyplývá, že média využívají především pro **zábavu** nebo **vyhledávání informací**, dále **sociální činnosti** (jako například komunikace s kamarády), **sledování a participace** na sociálních sítích v takzvaných rychlých obsazích<sup>13</sup> nebo **inspiraci**. Pomocí sledování médií projevují své **zájmy** s ohledem na vlastní osobnostní rysy. Vyhledávají především posty a videa. Mimo sociální sítě byla jako hlavní obsah uváděna **hudba** následovaná **filmy a seriály**.

#### Aneta (17 let)

*„Na YouTube koukám, když se chci něco dozvědět, typicky když se něco učím do školy a nejsem schopná na to přijít sama. Na tohle mimochodem používám i TikTok, jen trochu jinak.“*

#### Petra (14 let)

*„Třeba Instagram mám fakt jen na fotky a videa. Jakoby kdo to tak dneska nemá. Pak Messenger, tam si píšeme s holkama. Pinterest mám pro inspo, třeba když nevím, jak si něco*

---

<sup>13</sup> Reels videa na Instagramu, TikTaková videa, stories na Instagramu, případně sdílení statusů a aktuálních poznámek.

*upravit v pokoji nebo hledám, co na sebe. Spotify, Netflix, to je asi jasný.“*

Výše jsem zmiňovala používání především sociálních sítí, avšak je taktéž důležité zmínit, že **tradiční média** dívky považují také za významné zdroje informací, jen k nim nemají tak snadný přístup „kdekoliv a kdykoliv“ a z tohoto důvodu uváděly především digitální média – sociální sítě – jako ta, která nejčastěji využívají.

#### Markéta (17 let)

*„Já mám ale ráda i jiné typy médií, než jen socky. Třeba hrozně ráda čtu nebo poslouchám rádio, když někam jedu. Prostě v těch rádoby starších a tradičnějších (asi?) věcech je mnohem míň podprahovejch informací. Neútočí na tebe všude reklama a nějaký bannery nebo vyskakovací cosi. Je to takový osobnější. Ale co si budem, mít u sebe ten telefon a scrollovat někde je jednodušší, než tahat knížku nebo poslouchat praskání rádia, i když na mobilu, protože jedeš vlakem, kde je horší signál.“*

#### Lora (13 let)

*„A teď asi budu působit jak vykopávka, ale co. Babička má na chatě takový starý rádio. Hrozně ráda ho poslouchám. Když se něco stane, tak ti to tam řeknou. Takže ty důležitý věci mám a zbytkový detaily, když chci, tak si někde přečtu.“*

Dívky konzumací médií a v jejich rámci participací a vytvářením obsahu tráví **značné množství času**. V tomto prostředí se snáze dostanou k obsahům, které je nejvíce zajímají, což je vidět i ve výňatcích z rozhovorů. Některé uvedly, že rozlišují sítě a média, která používají, podle účtů, které na nich mají. Na základě těchto účtů se potom snaží **rozdělovat a odlišovat obsahy**, se kterými interagují – které je zajímají.

#### Hedvika (15 let)

*„Já těch účtů mám hrozně moc. Ono ti to pak zobrazuje líp to, co chceš, a nemáš to najednou. Samozřejmě mám svoje vlastní. Pak jeden pro pejska, tam dávám, jak se má a co děláme. Pak mám další na Harryho Stylese, protože omg, ho mám hrozně ráda a prostě harries<sup>14</sup> drží při sobě. Jo a další mám na tancování. Tam nic ale nedávám, jen lajkuju, aby mi to ukazovalo tancování.“*

#### Alena (18 let)

*„Mám víc účtů. Všude. E-maily třeba. Hlavně na Instagramu, tam mám vlastní, jeden, kde*

---

<sup>14</sup> Respondentka odkazuje na fanouškovskou základnu Harryho Stylese, která se nazývá „harries“.

*sdílím cestování, a další anonymní, který používám, když chci něco najít, ale aby nebylo jasné, že jsem to já. Na TikToku mám také dva. Jeden scrollovací, jen kvůli For You page, a další můj, kam přidávám svoje videa.“*

**Tvorba a používání více účtů** vede k tomu, že dívky tráví v prostředí sociálních médií více času a konzumují vyšší množství obsahu, než by tomu bylo u jednoho účtu. Z toho vyplývá, že se zvětšuje prostor a rozsah, v němž mohou přijít do styku s obsahy, které nesou informace, jež samy dívky nevyhledávají. Z rozhovorů implicitně vyplynulo, že tyto obsahy dívky vnímají jako zcela přirozené a normální, a to včetně obsahů, které jsou pro mladistvé a děti nevhodné.

## **6.2. Frekvence a kontext sexuálních obsahů**

*V rámci tohoto tematického okruhu jsem identifikovala následující podtémata:*

### **1) Výskyt sexuálních obsahů**

- *Růst výskytu sexuálních obsahů*
- *Hlavní nosná média*

### **2) Kontext v rámci forem mediálních obsahů**

- *Způsob prezentace sexuálních obsahů*
- *Kontext prezentovaných forem*

### **3) Frekvence vystavování**

- *Desenzibilizace a přijetí*
- *Nepřiměřené zjednodušování*
- *Schopnost kritického hodnocení a reflektování*

### **4) Věkové a individuální rozdíly**

Všechny respondentky uvedly, že v rámci médií přicházejí stále častěji do styku se sexuálními obsahy, **explicitními i implicitními**, ačkoliv je samy nevyhledávají, případně nesledují tvůrce nebo nevyužívají média využívající sexuální obsahy. To dokazuje, že sexuální a erotické prvky a motivy médií prostupují **komplexně s rostoucí frekvencí** a

nejsou tedy jen součástí sexuálních médií. Jako hlavní **nosné obsahy** sexuálních prvků a motivů byly označeny fotografie a videa. Televize, filmy a hudba byly také identifikovány jako časté zdroje, avšak s menší intenzitou ve srovnání se sociálními sítěmi. Zmíněny byly i knihy nebo tisk.

#### Petra (14 let)

*„Na sociálních sítích se s tím setkávám vlastně pokaždé, co na nich jsem. Když procházím Instagram nebo TikTok, tak vždycky narazím na fotky nebo videa, co jsou nějakým způsobem sexuální. Na YouTube je to taky. Texty písniček. Klipy. Hrozně moc videí má narážky na sex, jsou o něm, nebo na něj odkazují. Nebo když ne na to, tak na něco, co s tím souvisí.“*

**Kontext a frekvence** sexuálních obsahů v médiích jsou zásadní pro porozumění jejich dopadům na dospívající dívky, jelikož právě tyto faktory ovlivňují, jak často a jakým způsobem jsou těmto obsahům vystaveny.

Sexuální obsahy se v médiích vyskytují v různých formách a kontextech. Z rozhovorů vyplynulo, že pro dívky je důležité, **jak je tento obsah prezentován a jaký má vztah** k reálnému životu. Například **romantické sexuální scény** ve filmech dívky uváděly jako „v pořádku“, jak uvádí například Daniela (16 let): *„Když se to udělá hezky, třeba ve filmech nebo seriálech, a fakt tam ty věci patří v rámci děje, tak je to hezký.“*, kdežto **explicitní a surový obsah** jim připadal příliš přímý a nevhodný, o tom hovořila Lucie (18 let): *„Šokovat nebo vyvolat reakci je fajn, ale když to skončí u brutálního znásilnění, nebo něčeho, co zobrazuje všechno a až moc na sílu, tak to je až moc.“*

**U filmů a seriálů** dívky nejčastěji zmiňovaly obsahy zahrnuté do děje jako součást romantických vztahů, intimních momentů nebo jako prostředek pro kontextuální vykreslení situace: *„Dokreslí to tu atmosféru a přenáší se to do reality. Skrz to, že se s tím můžeš setkat a nějak tě to trochu formuje.“*; *„Je to o tom, jak se to pojme. Do romantiky to patří. Bez toho by tam nebyl ten kontext.“* Dívky tyto situace vnímaly jako přirozenou součást příběhu, zároveň ale reagovaly na jejich prezentaci a realističnost vzhledem k vlastním zkušenostem a hodnotám.

**U reklam** vypověděly, že sexuální prvky a motivy často mají podle nich sloužit k přitahování pozornosti diváků a k asociování produktů se sexualitou a přitažlivostí, například Markéta (17 let) uvedla: *„Napadají mě parfémy nebo šperky. Tam je to jak přes kopírák. Je nádherná sexy ženská nebo chlap. Pak ta reklama prohlašuje, že osobitost, sex*

*appeal, a tak, a zase je tam záběr na ty herce nebo modely... Na oko to funguje.*“ Dívky se s těmito obsahy setkaly v rámci procházení sociálních sítí u monetizovaného obsahu nebo bannerových reklam, dále při sledování televize nebo procházení časopisů (i když ty nebyly zmíněny jako stěžejní nosný prvek těchto obsahů).

V rámci reklam odkazovaly i na **sociální sítě a internet**. „*Když koukám na film online, tak vyskakují reklamy. Často to jsou sprosté hry nebo různé nápisy.*“; „*V televizi se to hlídá po desátý, ale proč na internetu mám reklamy na sexuální pomůcky normálně během dne, i když je nehledám.*“ To jsou zároveň hlavní prezentanti sexuálních obsahů. Dívky vyjmenovávaly různé obsahy, ve kterých lze sexuální a erotické prvky i motivy vysledovat, od explicitních fotografií a videí po rozhovory, podcasty a sdílení zkušeností v rámci internetových diskuzí nebo komentářů u příspěvků. Dívky se s těmito obsahy setkávají záměrně i neúmyslně.

**U hudby** dívky řekly jako zdroj texty písní i videoklipy. U těch uvedly, že často míří na lásku, vztahy a sexualitu, což u nich má tendence „*zvyšovat standardy*“ a „*ovlivňovat jejich očekávání*“. (o tom více viz část vnímání a vlivy sexuálních obsahů, kapitola 6.4.)

**Frekvence**, s jakou jsou dívky vystaveny sexuálním obsahům v médiích, je různá, zároveň se zdá, že má vliv na jejich vnímání a reakce. Dívky, které uvedly vyšší frekvenci vystavování a vnímání sexuálních obsahů vykazovaly vyšší **desenzibilizaci a přijetí** sexuálních obsahů jako běžných jevů (a to i více explicitních, surových či násilných) než dívky, které uváděly nižší frekvenci. Možným vysvětlením je, že dívky s nižší frekvencí vystavování těmto obsahům mají možnost je lépe zpracovat a kriticky hodnotit. Dále dívky s vyšší frekvencí během rozhovorů vykazovaly zvýšenou tendenci k nepřiměřenému zjednodušování sexuálních vztahů a k nerealistickým očekáváním, jak vyplývá z odpovědi Barbory (16 let): „*Mám úplně vysněný, jak bych to všechno chtěla. Kytky, dárky, výlety, romantický pečení perníčků, tancování v dešti...* (respondentka na chvíli utichla a zasnila se s úsměvem) ... *kdo takovej nebude, toho nechci. Chtěla bych přesně to, co je všude vidět. Nic míň, pak to za to nestojí.*“ Nebo Aleny (18 let): „*Bez hádek, konfliktů... aby to bylo jak procházka růžovou zahradou, tak to musí podle mě fungovat. Já chci být ta princezna, jestli mi rozumíš. První láska, co vydrží do smrti a pořád se budeme milovat stejně a neomrzí se to. Sleduju lidi, co tak vypadají. Chci to taky, je to tak správně.*“

Oproti tomu dívky, které jsou vystaveny sexuálním obsahům v médiích s nižší frekvencí, vykazovaly schopnost lépe rozeznat stereotypní zobrazení sexuality, dokázaly lépe rozumět marketingovým strategiím značek a fyzických osob (například influencerů), o tom hovořila

Eva (15 let): „Zrovna nedávno jsem viděla na Instagramu reklamu na oblečení od Veronicy Biasiol<sup>15</sup>, co bylo prezentovaný až přehnaně sexuálně. Dobrý den, \*\*\*\* ven... Ale jasně, Verča v tom vypadá dobře, zaujme, holky budou chtít taky... Pak se ale už nezamyslí nad tím, že je to schválně takhle, jinak by nezaujmula a nikdo to nechtěl.“ Zároveň další dívky měly tendenci identifikovat možné problematické aspekty mediálních sexuálních obsahů, například Laura (15 let): „Influenceri jezdí do Turecka<sup>16</sup>, udělají si zuby a nos a prsa nebo nevím a hoděj ti tam hashtag natural beauty a tyhle blbosti. ... Ne, jen mají peníze, není to realita. Nevypadaly tak. Například Kardash klan<sup>17</sup>? Ha, dřív vypadaly jinak. Zase. Žádná realita. To jsou věci, co se musí brát do úvahy, když se to sleduje.“

Samozřejmě určitou roli hrál i **věk**, bylo ale zajímavé pozorovat, že dívka, které bylo 14 let a na základě jejích vypovědí byla sexuálním obsahům vystavena značně méně než dívka, které bylo 18 let, dokázala sexuální obsahy lépe kriticky zhodnotit, popsat a vnímat realističtěji. Některé další dívky, které splňovaly hledisko menšího vystavení sexuálním obsahům, vykazovaly taktéž výše uvedené, tedy že bylo více schopné kriticky analyzovat a reflektovat prezentované obsahy.

### **6.3. Sexuální obsahy a pohled dospívajících dívek**

*V rámci tohoto tematického okruhu jsem identifikovala následující podtémata:*

#### **1) Normalizace sexuálních obsahů v médiích**

- Sexuální obsahy jako normalita, přirozená část mediálního světa

#### **2) Rozlišování mezi sexuálním a erotickým**

- Zaměnitelnost a podobnost významů

- Schopnost respondentek rozlišovat mezi těmito pojmy

#### **3) Rozmanitost sexuálních a erotických prvků**

- Explicitní a implicitní motivy a prvky

#### **4) Postoje respondentek**

---

<sup>15</sup> Česká influencerka

<sup>16</sup> Turecko je vyhledávanou zemí z hlediska plastických operací.

<sup>17</sup> Rodina Kardashianových

- *Pozitivní postoj*

- *Negativní postoj*

### **5) Role komunikace o sexuálních obsazích v médiích**

- *Důležitost komunikace mezi dívkami*

- *Rozdíly skrze vnímání u respondentek v rámci sexuálních obsahů*

Jak jsem již uvedla v kapitole 6.1., z výzkumu vyplývá, že sexuální obsahy se v médiích vyskytují běžně a mladé dívky je vnímají jako **normu, přirozenost**.

#### Barbora (16 let)

*„Pro mě je normální vidět v médiích sexuální obsahy. Když si projdu Instagramem, tak tam je takových fotek, videí a reklam na všechno plno. Je to prostě součástí toho, jak to v mediálním světě chodí, aspoň si myslím, že to tak je.“*

Dokonce se některé z respondentek pozastavily nad myšlenkou, že by tyto obsahy nebyly součástí médií a připadalo jim to **zvláštní až nepředstavitelné**. Jedna z respondentek uvedla, že si nedokáže představit, co by bylo součástí mediálních obsahů, jelikož jí připadá, že sexuální a erotické prvky nebo motivy lze najít ve všem: *„Já nevím... Je něco, v čem to není? Já si ani neumím představit, že bych na internetu, v televizi nebo někde i venku na ulici, kde máš plno reklam a různých zvuků, neviděla nebo neslyšela něco, co má sexuální nebo erotický podtext.“*

Z rozhovorů implicitně vyplynulo, že dívky **nerozlišují** mezi sexuálním nebo erotickým a prvky nebo motivy. Což potvrzuje tvrzení z kapitoly 3.1., kde je uvedeno, že jsou tyto pojmy často zaměňovány a používány v podobných kontextech, i když je mezi nimi **rozdíl**. Zároveň ale na základě rozhovorů bylo poznat, že dívky **podvědomě dokážou** alespoň základní rozdíly rozeznat, což bylo viditelné především u výpovědí, kde samotné prvky nebo motivy explicitně nazývaly „sexuální“ nebo „erotické“.

*„Když se mluví o erotice, tak to má takový ten romantický nádech, zatímco sexuální je to víc jen o... no, samotném aktu. Ale třeba u filmů nebo knih, kde se mluví o sexu, jsem začala rozlišovat, jestli tam jde o ten romantický prvek nebo jen o samotný sex.“*

*„Erotické... spíš ten romantický nebo vášnivý moment. Jakoby emočně to bylo tak.“*



*„Ty sexuální věci jako scény nebo prostě ty věci, který se týkají sexu jako takovýho.“*

Mezi tyto prvky a motivy dívky řadily jako první ty explicitní (a tedy sexuální). Jako příklad byly uváděny sexuální scény, akty, sexuální nebo provokativní chování, dost často respondentky zmiňovaly i násilné scény, konkrétně znásilnění.

Dále se uváděly například různé erotické scény nebo romantická videa, provokativní nebo sensuální snímky na Instagramu (nejvíce byly zmiňované účty různých influencerek), reklamy, fotky v časopisech či novinách, části knih (červená knihovna, erotické romány), případně konkrétní názvy písní (provokativní texty).

Obsahy, ke kterým se respondentky **nestavěly negativně** a zmiňovaly je jako „*spíše se mi líbí*“, jsou erotické kontexty a skryté prvky, případně motivy, které nějakým způsobem souvisejí s romantickou atmosférou, případně „*každodenními záležitostmi*“, jako například objetí, polibek, oční kontakt nebo úsměvy.

#### Daniela (16 let)

*„Já bych řekla, že si docela užívám ty romantické momenty. Je to taková změna oproti těm „až moc“ věcem, co se tak různě objevují.“*

Dvě respondentky uvedly i poklony nebo komplimenty, jako příklad řekly pochvalu úsměvu nebo barvu očí, což se neřadí mezi sexuální ani erotické prvky či motivy. Podobné zmínky zaznívaly implicitně i od několika dalších respondentek, například z výpovědi Lory (13 let): „*Ráda si prohlížím ty hezké romantické fotky s objetím, pusou nebo tak. Často k tomu holky na TikToku dávají takový hezký písničky romantický, to je pak tak kouzelný!*“

To by mohlo odkazovat na pravdivost tvrzení o přesexualizované společnosti, o čemž mluví Attwoodová (2017), tedy že především v západních společnostech mají lidé tendenci hledat erotické a sexuální tendence i tam, kde nejsou, což občas může vést ke zbytečným nedorozuměním nebo problémům. Erotické motivy, které dívky povětšinou uváděly jako ty, ke kterým se staví **spíše pozitivně**, byly vnímány spíše jako osvěžení ve spojitosti s explicitním sexuálním obsahem. Tento trend může být důsledkem **normalizace sexuálních a romantických témat** ve společnosti – jejich vnímání jako přirozených a běžných jevů.

Jinak dívky k sexuálním obsahům zaujímaly **neutrální až negativní postoj**. Neutrální typicky u reklam nebo motivů či prvků vyskytujících se v tisku, případně fotek nebo videí, které nebyly prvoplánově vytvořeny se sexuálním nebo erotickým podtextem. Negativně se

respondentky stavěly k násilným sexuálním scénám ve filmech nebo seriálech, o tom mluvila Rachel (16 let): „*Například násilné scény, kde je typicky nějaká holka brutálně znásilněná rádoby jen proto, že má krátkou sukni a tím se z ní udělá \*\*\*\*\*, co si o to říkala, tak to fakt nedávám. To není nic normálního, co by se mělo prezentovat. Pak máš pocit, že nemůžeš mít sukni, když jsi venku, aby se ti něco nestalo.*“ Dále dívky zmiňovaly explicitní videa na Instagramových profilech (velmi často zaznívaly meme profily<sup>18</sup>, které jako placené spolupráce sdílí kromě klasického obsahu například reklamy na erotické hračky pro dospělé, OnlyFans<sup>19</sup> pornohvězd nebo výňatky z porno videí: „*Není těžký na ig najít výřezy z porna a tak.*“)

Z rozhovorů vzešlo, že **komunikace o těchto obsazích je klíčová** především pro **starší dívky** (16–18 let), a to s jejich **vrstevníky** (typicky stejného pohlaví). Žádná z dívek sama o sobě nezmínila někoho z rodiny nebo okolí. Po doptání pár z nich uvedlo například starší sestry, případně matku (u toho byla odpověď, že je dívka: „*s mamkou kamarádka a občas s ní něco probírá, ale rozhodně ne tak moc, jako s kamarádkami.*“).

#### Lucie (18 let)

„*Diskuze o sexuálních obsazích vedeme s holkama. Porovnáváme si, jak to vidíme, díky tomu mám například pocit, že nejsem úplně pozadu, jak to vypadá podle toho, co vidím na sockách*<sup>20</sup>.“

Zjištění o věku potvrzuje informace, o kterých mluví Vágnerová (2005), Nakonečný (1997) nebo Pelcák (2019). Ve stádiu adolescence obecně dochází k **intenzivnímu formování identity** a hledání vlastního místa ve společnosti skrz vnitřní zmatek. Starší dívky jsou obvykle více uvědomělé své sexuality, a proto jsou ochotnější mezi sebou diskutovat a porovnávat své zkušenosti a očekávání.

Starší dívky během rozhovorů ukázaly ve výsledku **vyšší kognitivní schopnosti** na základě výpovědí, které se týkaly orientace v mediálních obsazích a jejich **kritického hodnocení**. Měly **schopnost rozlišovat** mezi různými perspektivami a reflektovat své vlastní postoje a pocity ve vztahu k sexuálním obsahům, což některým mladším dívkám dělalo problémy.

---

<sup>18</sup> Termín používaný pro účet na sociálních médiích, který se specializuje na sdílení a tvorbu memů. Meme profily se zaměřují na humor, satiru nebo komentování aktuálních událostí pomocí memů – obrázků, videí nebo textů, které jsou často doprovázeny humorným nebo ironickým komentářem.

<sup>19</sup> OnlyFans je online platforma, která umožňuje tvůrcům obsahu sdílet placený obsah přímo se svými fanoušky. Uživatelé mohou získat přístup k exkluzivnímu obsahu za měsíční poplatek nebo platit za jednotlivé příspěvky. Tato platforma je známá zejména v oblasti obsahu pro dospělé.

<sup>20</sup> Sociálních sítích

Zároveň je ale třeba zmínit zjištění, že tomu tak **nebylo ve všech případech**. Především v těch, kdy starší dívky vykazovaly vyšší frekvenci vystavování sexuálním obsahům. Takové dívky měly s kritickým hodnocením a analýzou větší problémy jak dívky mladší, vykazovaly vyšší tendence k nereálným představám a očekáváním.

To potvrzuje, jak je každý rok během adolescence kritický a význačný z hlediska velkého počtu vnitřních změn včetně důležitosti správné prezentace mediálních obsahů a jejich kritického hodnocení z hlediska reality v kontextu frekvence konzumace těchto obsahů.

Z rozhovorů taktéž implicitně vyplynulo, že starší dívky mají pocit častějšího vystavování **většímu sociálnímu tlaku a normám** týkajícím se sexuality a mezilidských vztahů. To by mohlo souviset s tím, že na mladší dívky nejsou ve společnosti kladeny takové nároky v tomto kontextu, jelikož mají stále status dítěte, a zároveň nejsou zobrazovány v rámci sexuálních obsahů, ve kterých začínají figurovat postavy dívek starších 15 let. Zároveň ale nejspíše skrz přílišný důraz na „dospělost“ mladší dívky uváděly, že mají pocit, jak jsou „pozadu“ a „nestíhají“ vrstevnice, což u nich vyvolává negativní pocity, mezi tyto dívky patří kupříkladu Karolína (14 let): *„Když se s holkama bavíme o těchhle věcech, tak si připadám ztracená. Holky se o tom baví jinak, vědí víc, mají vlastní názory. ... Mám strach, že jsem pozadu, nebo že je se mnou něco špatně.“*

#### **6.4. Vnímání a vlivy sexuálních obsahů na sebeobraz dívek**

*V rámci tohoto tematického okruhu jsem identifikovala následující podtémata:*

##### **1) Rozmanité reakce respondentek na zobrazení sexuálních obsahů v médiích**

- Zábava, nové poznatky

##### **2) Vliv na standardy a očekávání respondentek**

- Vliv na mezilidské vztahy

##### **3) Vliv sexuálních obsahů na respondentky v kontextu vnímání genderových otázek, stereotypů a norem**

- Edukace respondentek na základě sexuálních obsahů v médiích

- Gender, stereotypy, normy

- Sexualita, erotika a sexuální zdraví a pomůcky

#### 4) Vlivy na sebeobraz respondentek

- *Emoční vnímání*

- *„Sebevnímání“*

- *Důsledky v rámci negativních a pozitivních zjištění vyplývajících z rozhovorů v kontextu sebeobrazu*

Dívky, se kterými rozhovory proběhly, mají **rozmanité pohledy** na zobrazení sexuálních obsahů v médiích. Některé v nich našly **zábavu a zaujetí**, vnímají je jako **formu rozptýlení** nebo příležitost **poznání nových věcí**. Nejvíce typický byl příklad romantických scén, který tu byl zmiňován už ve více různých kontextech. Z výpovědí implicitně vyplývá, že je to tak z důvodu vnímání těchto scén jako přirozené součásti reálného života. Právě tyto scény a jejich kontexty byly zároveň zmiňovány jako jedny z těch, které mají na dívky vliv, a to **v ohledu standardů a jejich očekávání v současných i budoucích vztazích**. Dívky uváděly, že v těchto scénách (dále romantických videích nebo fotkách) nalézají podněty, které se jim líbí a chtějí je „*samy zažít*“. Právě tyto důsledky mohou být jedny z těch kritických vzhledem k časté nemožnosti realizování a přílišných očekávání od partnerů. Dívky, které mají partnery, uvedly, že „*často mají pocit, jak se jim nedostává toho, co vidí*“ například na sociálních sítích, a z toho důvodu jsou nespojené, jelikož také chtějí „*ta pohádková videa*“ a „*nádherné fotky*“, které by následně mohly sdílet.

##### Monika (18 let)

*„Máš pocit, že by tvůj vztah měl být takový, jako ve filmech, ale pak si uvědomíš, že realita je jiná a složitější. Chceš, aby tvůj partner dělal víc, ale možná to jsou jen nerealistická očekávání, ne chyba na té druhé straně. I když ten svět představ je krásný a v leccems to dokáže nasměrovat.“*

Tyto dívky dále uvedly, že tato očekávání jim občas **narušují jejich vztahy**, jelikož vyvolávají hádky, popřípadě neshody. Jedna z dívek explicitně uvedla, že si myslí, že právě z důvodu přebírání těchto obsahů, které následně měnily její **očekávání, názory a chování**, se rozešla se svým partnerem, jelikož měla na základě sociálních sítí pocit, že „*se jí nedostává toho, čeho by mělo a co mají ostatní*“.

Právě tento příklad odkazuje na část, kterou blíže rozebírám v kapitole 2.1.2. Setkávání se

sexuálními obsahy, ať už explicitními nebo implicitními, v různých kontextech, může dívky ovlivnit emocionálně, skrze jejich chování nebo v jejich názorech. V rámci rozhovorů toto implicitně vyplynulo mnohokrát. Dívky uváděly, že setkávání se sexuálními prvky a motivy stále více vnímají jako **normu**, i když to tak dříve neměly. Uvedly, že „*se cítí být více liberální a otevřené*“. Něco, co dříve odsuzovaly, k čemu se stavěly negativně nebo s „*lehkým odporem*“, nyní berou buď neutrálně nebo až pozitivně (například používání takzvaných pronouns<sup>21</sup> a celkově genderu, volnost z hlediska oblečení nebo makeupu – směrem na **gender a genderovou identitu** nebo **sexuální edukace** z hlediska sexuálního zdraví i sexuálních pomůcek, jelikož „*se probírá sex jako takový a už to není tabu, takže je v pořádku mluvit o objevování a tom, že si prostě někdo hraje, na toho člověka se nekouká jako na abnormalitu, s holkama se normálně bavíme o vibrátorech a tak.*“

Alena (18 let)

„*Myslím, že jsem více tolerantní, i když jsem dřív měla negativní názor na dost věcí.*“

Iveta (14 let)

„*Určitě to pomáhá přebírat nové věci a učit se. Ono si dost starších z té naší generace dělá srandu, že kluci nosí šaty a růžovou a holky si hrajou s autama, ale myslím, že by to tak určitě bylo i dřív, jen prostě se to rádoby nesmělo, protože to tak bylo nadiktované.*“

**Otevřenost** dívky zmiňovaly i u získávání nových informací (například v rámci různých sexuálních směrů) a pohledů na sexualitu a erotiku (a to i skrze umění).

„*Jsem ráda, že se prezentují různé věci, co se lidem líbí, sama mám tendenci to zkoumat. Je překvapující, kolik rádoby úchylek lidi maj.*“

„*Už to není jen o vanilce a misionáři večer v posteli.*“

„*Začalo to už dřív Věstonickou Venuší. Akty se taky už malovaly v období xy. Bralo se to jako umění. Je to umění. Nekoukala bych na to přes prsty.*“

„*Záleží na kontextu a prezentaci. Jsou i sexuální a erotická umělecká díla. Není to jen o tom, co je teď na sockách, i když ten negativní směr převažuje.*“

V tomto případě se jedná o **pozitivní důsledky**, které přímo i nepřímo souvisí se

---

<sup>21</sup> Myšleno v kontextu pohlaví. V moderní době se objevuje u zájmen větší variabilita na základě uznávání více identit a pohlaví, což vede k používání alternativních „pronouns“, jako je „oni“, „ony“, „ona“, „ono“ a podobně.

sebeobrazem dívek, jelikož vlivy a důsledky spadají do kategorií emocí, vnímání, chování, a dalších.

Vlivy nejsou v těchto kontextech jen pozitivní. Dívky v rámci rozhovorů uváděly například to, že se často **cítí nepohodlně**, mají **pocit studu** („*Občas to vyběhne, když jsem někde, kde se to nehodí a mně je z toho nepříjemně.*“<sup>22</sup>) nebo dokonce strachu („*Někdy mě to děsí, to se fakt dělá s bičema a tak? Mám strach, že to po mně bude někdo chtít.*“<sup>22</sup>) při velmi surových a explicitních obsazích, se kterými se typicky setkávají poprvé (v tomto kontextu jedna dívka uvedla příklad videa, na kterém byl pár, který praktikoval těžký sadomasochismus. Patřilo by se uvést, že dívce je pouhých 14 let a na tento obsah podle svých slov narazila neúmyslně během procházení TikToku na For You page<sup>22</sup>).

Pocit studu nebo nepohodlí uváděly v kontextech setkávání se s těmito obsahy a jejich rozebírání s dospělými nebo s někým, kdo se těmito obsahům vysmíval (a dívkám se například daný obsah „*líbil*“, v důsledku čehož si připadaly „*trapně a zahanbeně*“).

#### Alžběta (13 let)

„*Mezi náma a lidma v mém věku je to ok, ale asi nejsem schopná se o tom bavit například s učitelkama a tak. To se stydím. Mám pocit, že je to jinak nastavený pro mě a pro ni. Nechci, abych se cítila nepříjemně, tak to radši nedělám.*“

Některé dívky uvedly (dívky mladší 15 let), že především explicitní sexuální obsahy v nich „*vyvolávají úzkost*“ a některé jsou pro ně přímo tabu, jelikož se cítí „*nepřipravené*“ nebo „*neochotné přicházet s nimi do styku*“. Reakce dívek mohou být ale opět silně ovlivněny prostředím, ze kterého pochází.

#### Eva (15 let)

„*Občas jsou ty věci až moc. Myslím, že by se to mělo nějak hlídat. Na Instagramu a tak stačí kolikrát jen napsat, že je to pro edukativní účely a už najednou můžeš koukat na nahý prsa a penisy a zadky a já nevím co všechno.*“

V rámci vlivů byly zmíněny také **stereotypy a genderové normy**. Sexuální obsahy

---

<sup>22</sup> "For You" stránka na TikToku je personalizovaná domovská stránka, která zobrazuje obsah vybraný algoritmem TikToku na základě uživatelových interakcí, jako jsou sledování videí, „lajkování“, komentování a sdílení. Algoritmus analyzuje uživatelovy preference a chování, aby mu poskytl obsah, který by ho mohl zajímat, občas se ale stává, že se mezi vybranými videi zobrazí ta, která s dříve konzumovaným obsahem vůbec nesoúvisí, typicky se jedná o nevhodné obsahy, které ještě nebyly staženy, ale na základě využívání „trendů“ – hashtagy, zvuky... – se propisují na „For You“ uživatelů.

v médiích mají často tendenci reflektovat a posilovat existující normy a stereotypy (Valdrová, 2001; Perlof, 2014; Reedová, 2013). Více tuto problematiku popisují v kapitolách 3.3.2., 3.3.4. a 4.

Dívky uvedly, že na základě prezentovaných obsahů mají pocit „*předem nastavené role*“ ve společnosti s „*předem danými představami*“, i když vnímají, že se tento trend pomalu mění.

Tyto představy a očekávání se týkaly **vztahů a fungování ve společnosti**. Například, že žena má zvládat roli nejen matky a manželky, ale i živitelky rodiny. Některé z dívek uvedly, že jsou z tohoto očekávání úzkostné a mají strach z toho, jak všechny tyto a další role mohou zvládat.

Dále zmiňovaly **vzhled**. Vágnerová (2005) hovoří o tom, že především dívky jsou během dospívání na svůj vzhled citlivé a velmi kritické. Z tohoto důvodu není dobré jim přednastavovat konkrétní ideály a normu, přesně to je ale v rámci sexuálních obsahů v médiích nadefinováno. Ať už skrze vysoká a štíhlá těla, bezchybné pleti – v tomto kontextu v aktuální době lze pozorovat přehnaný trend starostlivosti o pleť (například trend Sephora Kids<sup>23</sup>) – nebo čím dál tím dřívější snahu o „dospělost“. „*Mladé dívky se často oblékají a líčí jako mnohem starší, čímž se snaží vypadat a působit dospěleji, zatímco přicházejí o své dětství.*“

Výše zmíněné u dívek způsobuje **nedostatek sebedůvěry**. Z rozhovorů vyplynulo a několikrát bylo explicitně zmíněno, že se mají „*tendenci porovnávat*“ s tím, co vidí nebo čtou v médiích. A to nejen z hlediska vzhledu, ale například i mezilidských vztahů. Z toho vychází další poznatek, a to **vliv na sebeúctu**, jelikož dívky na základě prezentovaných standardů mají pocit, že jsou v nějakých ohledech „*nedostatečné*“.

Čtvrtina dívek dokonce uvedla, že někdy během svého života měly **pocit deprese** v důsledku toho, co viděly jako prezentovaný obsah v médiích.

„*nejsem dost krásná*“

„*nemám žádná prsa, z toho mám hrozný mindrák*“

„*několikrát jsem slyšela, že mám zadek jako palačinku, holky ho na fotkách mají krásně*“

---

<sup>23</sup> Trend Sephora Kids odkazuje na rostoucí poptávku po kosmetických produktech, které ale nejsou určené pro mladistvou pleť, což vede k tomu, že si děti a dospívající nevhodnými přípravky svou kůži ničí. Tento trend vychází z rostoucího zájmu dětí o kosmetiku a módu, který je podporován sociálními médii a vlivnými osobnostmi.

*kulatý a já ne“*

*„mám pocit, že nevypadám dost jako holka“*

*„mám odpornou pleť, jak se můžu někomu líbit“*

*„nevím, jak zvládnou to, co se ode mě očekává“*

*„na ženy je toho kladeno hodně, ale to nejde všechno zvládat, všemu vyhovět“*

*„nikdy nebudu vypadat jako holky na Instagramu“*

*„chce se po mně toho tolik, ale já často nezvládám ani existovat, mám pocit“*

*„mám pocit, že jsem hrozně tlustá, i když podle váhy ne“*

*„myslím, že asi jsem měla tendenci k PPP<sup>24</sup>, protože jsem viděla to, že nejsem hubená jak ostatní“*

...

Dívky, které se rozhovorů zúčastnily, uvedly, že konzumace sexuálních obsahů v médiích jim pomáhá **normalizovat** téma sexuality, díky čemuž získávají **větší sebedůvěru v diskuzích**, které se týkají sexuálních témat. Například se cítí pohodlněji vyjadřovat své pocity ohledně toho, jak se cítí, co se jim líbí, nebo co by chtěly. Nemají problémy vyslovovat slova, která se týkají sexuality nebo erotiky a lidských těl. Díky sexualizaci mediálního prostoru a společnosti se pro ně sex stal ve většině **netabuizovaným tématem**, což vede k pozitivnímu důsledku, že se ve většině nebojí vyhledávat informace, které potřebují pro svůj sexuální život.

Aneta (17 let)

*„Pomáhá mi to víc věci pochopit. Vidím příběhy lidí, to, co je pro ně normální a tak. Takže víc respektuju to, že je někdo jiný nebo má něco jinak. Zároveň se toho hrozně moc dá dozvědět. To mě baví.“*

Velmi často zaznívalo **téma antikoncepce, menstruačních pomůcek, sexuálního zdraví, prevence sexuálních nemocí** a u starších respondentek i **otevřenost vůči sexuálním pomůckám**. Vzhledem k tomu, že školní sexuální výchova často není dostatečně komplexní, relevantní, nebo není vůbec, přebírají edukaci právě sexuální obsahy. Pokud jsou dívky schopny analyzovat a kriticky reflektovat tyto obsahy a tím filtrovat relevantní a reálné

---

<sup>24</sup> Porucha příjmu potravy.



informace, může tato edukace vést k zodpovědnějšímu sexuálnímu chování i péči o vlastní sexuální zdraví případně prevenci nechtěných těhotenství a lepší edukaci z hlediska tématu menstruace.

#### Barbora (16 let)

*„Pro mě je sex normální téma. Díky tomu, co vidím nebo čtu v médiích, se necítím ohledně většiny věcí trapně. Například téma antikoncepce nebo menstruace? Mamka mi povídala, jak to fungovalo za nich. Jsem hrozně ráda, že se to teď bere mezi námi jako normální. Dost věcí to usnadňuje.“*

Některé z dívek sdělily, že sexuální obsahy v médiích, konkrétně témata sexuality u některých influencerů, jim pomáhají **lépe porozumět** vlastní sexualitě a objevovat své vlastní preference. Díky tomu si budují **silnější a zdravější vztah** k sobě samým a vlastní sexualitě. Většina dívek z představy, že by byly jinak než heterosexuálně orientované, nemá negativní pocity z hlediska případného coming outu.

Z rozhovorů dále vyplynulo, že konzumace kvalitních sexuálních obsahů může **podpořit sebeuvědomění dívek a pozitivní sebeobraz**. Například v kontextu realistických zobrazení těl, což dívkám pomůže a pomáhá překonat přednastavené společenské normy a očekávání v ideálech krásy. Některé dívky uvedly, že se pokouší sledovat obsahy, které podporují zdravý proces sebepřijetí a pozitivní self a body image.

#### Hedvika (15 let)

*„Snažím se sledovat obsah tak, abych se cítila dobře sama se sebou, i když je to občas hrozně těžký, být spokojená, jak jsou všude ty vysoký a krásný, a tak, a já to nejsem. Ale je hrozně fajn, jak se positive body image dostává všude možně, takže jde vidět holky, co vypadají různě. Třeba teď ta inovace u andělků z Victoria Secret. Jsem si jistá, že dost holkám pomůže vidět modelky, co jsou tlustší.“*

Zároveň se mluvilo o **emocionální podpoře**, kterou jsem částečně rozebírala v kontextu komunikace mezi dívkami a jejich vrstevnicemi. Již dříve jsem zmínila větší liberálnost, otevřenost a v neposlední řadě empatii, kterou konzumace různých sexuálních obsahů pomáhá rozvíjet. Sexuální obsahy reprodukují různé sexuální orientace, identity nebo témata spojená s genderem. Právě tato různorodá zobrazení vedou k podpoře tolerance mezi mladými lidmi, kteří i díky globálnímu sdílení těchto informací vykazují **vyšší míru respektu** k odlišnostem a schopnosti vnímání z perspektivy jiných lidí.

## 6.5. Diskuze

Na základě výzkumu lze dojít k závěru, že dospívající dívky využívají především sociální sítě a internet, popřípadě streamovací platformy. Konzumací, participací nebo tvorbou obsahu na tato média tráví velké množství času, několik hodin denně. Hlavním důvodem je snadná dostupnost prostřednictvím chytrých technologií – telefonů, počítačů a tabletů. Zmíněná média využívají především pro zábavu, komunikaci a vyhledávání informací. Dívky rozlišují mezi různými sociálními sítěmi podle obsahu, který nabízejí, a vytvářejí i používají více účtů, čímž se snaží rozlišovat zobrazený obsah.

V rámci médií se dívky často setkávají se sexuálním obsahem, i když ho samy nevyhledávají. Sexuální prvky a motivy jsou v mediálním prostředí zastoupeny explicitně i implicitně, s rostoucí frekvencí. Nejčastěji přicházejí s těmito obsahy do styku v rámci sociálních sítí skrze fotografie a krátká videa, případně v rámci filmů nebo hudby. Přicházení do styku s těmito obsahy má na dospívající dívky neoddiskutovatelný vliv, u kterého jsou klíčovými faktory kontext a frekvence.

Závěry plynoucí z rozhovorů naznačují, že způsob prezentace sexuálního obsahu a frekvence jeho vystavení mají významný dopad na reakce a vnímání dívek. Dívky vystavené vyšší frekvenci sexuálního obsahu vykazují tendenci k desenzibilizaci a přijímání těchto obsahů jako běžných jevů. Naopak dívky, které jsou těmito obsahům vystavovány méně často, vykazují lepší schopnost kriticky hodnotit a rozeznávat problematické aspekty těchto obsahů. Dále vyplývá, že věk dívek může hrát určitou roli, přičemž mladší dívky mají tendenci vnímat sexuální a erotické prvky a motivy realističtěji a více je projektovat do reálného života než starší dívky. Tyto zjištění naznačují, že vnímání dívek může být ovlivněno různými faktory, včetně jejich expozice sexuálnímu obsahu, věku a prostředí, avšak další výzkum je nezbytný k hlubšímu porozumění těmto interakcím.

Sexuální obsahy jsou běžnou součástí mediálního prostředí a mladé dívky je vnímají jako normální a přirozenou součást života. V rámci těchto obsahů rozlišují termíny sexuální a erotické motivy a prvky. Existuje tendence zaměňovat tyto termíny. Dívky mezi nimi často nerozlišují explicitně, avšak z rozhovorů bylo implicitně poznat, že rozdílům mezi nimi v základu podvědomě rozumí. V tomto kontextu se dostávám ke zjištění, že velmi záleží na tom, zda dívky prošly, případně prochází, nějakými formami studia sexuální výchovy nebo mediální gramotnosti.

Dívky k sexuálním a erotickým obsahům zaujímají různé postoje. Některé je vnímají jako osvěžení ve spojitosti se zábavným, i když explicitnějším obsahem (například mnohokrát zmiňované romantické scény ve filmech nebo romantické aspekty a kontexty v rámci sociálních médií), jiné se k nim staví negativně, zejména k sexuálním obsahům ve spojitosti s násilím. U vnímání těchto obsahů opět hraje roli věk. Starší dívky jsou více uvědomělé z hlediska vlastní sexuality, díky čemuž jsou schopny lépe kriticky hodnotit tyto obsahy skrze reálné podněty a zkušenosti. Mladší dívky více pocítují nejistotu, připadají si více ztracené a pocítují více tlak okolí. Právě v tomto ohledu byly nejvíce poznat rozdíly v rámci adolescentního vývoje, kterým se více věnuji v kapitole 2.

Jak jsem již zmiňovala, z rozhovorů vyplynulo, že dívky mají na zobrazení sexuálních obsahů v médiích různé pohledy. Některé je vnímají více jako zábavu a zdroj nových poznatků, jiné pocítují strach, úzkost nebo deprese. Záleží na kontextu daných sexuálních a erotických prvků a motivů, s nimiž dívky přicházejí do styku. Na základě rozhovorů jsem došla k závěru, že konzumace sexuálních obsahů může mít negativní i pozitivní důsledky v rámci uvědomění a sebeobrazu dívek, což je v souladu se zjištěními z teoretické části práce.

Pozitivním důsledkem může být normalizace tématu sexuality, to přispívá k vyšší sebejistotě a sebedůvěře. Dívky jsou si například jistější v komunikaci ohledně sexuálních témat nebo v přístupu k zodpovědnému sexuálnímu chování. Kvalitní sexuální obsahy mohou dívkám poskytnout prostor k lepšímu porozumění vlastní sexualitě a objevování svých preferencí. Tímto způsobem se podporuje pozitivní sebeobraz a sebeuvědomění, čímž se přispívá k emocionálnímu růstu a osobnímu rozvoji dospívajících dívek. Díky konzumaci různorodých sexuálních obsahů v rámci globálního měřítka dochází k rozvoji tolerance a empatie vůči odlišným sexuálním orientacím, identitám nebo zvykům, což má pozitivní vliv na formování respektu a porozumění.

Na druhou stranu, dívky během rozhovorů uváděly, že v kontextech některých obsahů pocítují stud, stres, úzkosti nebo dokonce deprese, zejména pokud jsou vystaveny velmi explicitním nebo až nereálným obsahům, které nesouhlasí s jejich vlastními hodnotami, přesvědčeními nebo fyzickými aspekty. Tyto obsahy mají tendenci představovat ideály krásy a genderových rolí. To u dívek má dopady v mezilidských vztazích, v rámci sebeúcty, snižování sebedůvěry, negativního vnímání vlastního těla i sebe sama. Jedním z důvodů, proč tomu tak je, je nedostatečná kritická reflexe a filtrace konzumovaných obsahů.

Lze říci, že konzumace sexuálních obsahů má neoddiskutovatelné vlivy na sebeobraz mladých dívek v pozitivním i negativním smyslu. Zároveň se ale ukázalo, že sexuální obsahy mohou být využívány a dále používány jako nástroj pro osobní růst a sebeuvědomění, při zachování ochrany a podpory emocionálního zdraví mladých lidí.

V souvislosti s výzkumem bych chtěla uvést poznámku k rozhovorům, které s dospívajícími dívkami proběhly. Některé z rozhovorů probíhaly kvůli vzdálenosti nebo nedostatečným časovým možnostem pro prezenční setkání skrze online platformy. V rámci těchto rozhovorů nebyly ideální podmínky, jelikož během některých rozhovorů nastaly problémy s připojením, což vedlo k tomu, že jsem potřebovala dívky požádat o zopakování jejich odpovědí, případně jsem se ubezpečovala, že jsem jejich odpověď slyšela správně. Takováto narušení znamenala komplikace pro plynulý a nepřerušovaný přirozený rozhovor. Zároveň jsem u rozhovorů musela přizpůsobovat jejich délku na základě věku, především u mladších respondentek (13–14 let) bylo totiž poznat, že po delší době (odhadem dvacet minut až půl hodiny) mají tendenci ztrácet pozornost a vnímat více jiných věcí, což mělo za důsledek sníženou kvalitu odpovědí. V některých případech byly rozhovory dlouhé několik desítek minut, v několika případech došlo k rozsáhlému dialogu, kdy rozhovor trval přes dvě hodiny. U celkem tří případů byl rozhovor kratší jak půl hodiny.

Dalším z možných limitů, které výzkum mohly ovlivnit, bylo rozhodnutí nedoptávat se na prostředí, ze kterého dívky pochází. Vzhledem k tomu, o jak delikátní téma se jednalo, jsem se rozhodla, že chci, aby dívky měly pocit, že jsou v co největší anonymitě, aby měly pocit bezpečí. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla nezjišťovat informace o pozadí respondentek, jako je jejich rodinné prostředí, úroveň vzdělání rodičů nebo opatrovníků, počet sourozenců atd.

Dalším z limitů bylo složité téma, především pro mladší dívky. Hlavně u otázek, které se explicitně týkaly sexuálních obsahů bylo u některých respondentek složité získat odpověď v souladu s mou otázkou. Některé respondentky řekly, že na některé z otázek nemají jak odpovědět, jelikož nad daným tématem nepřemýšlí, nebo ho berou „normálně“. Na vině může být například věk respondentek (zde se ale hodí uvést, že se mi ve třech případech stalo to stejné i u starších dívek). Dále to může být mnou jako badatelkou – výzkumnicí a mým přístupem, případně položením otázky. Bohužel ale to je jedním z úskalí kvalitativních rozhovorů, o kterých se zmiňuji v metodologii, konkrétně v kapitole 5.3.

V tomto ohledu ale může být důvodem i to, o čem hovořím v rámci teoretické části a co se

potvrdilo během rozhovorů – že se sexuální obsahy staly normou a běžnou součástí našich životů a společnosti. Z tohoto důvodu je proto možné, že dívky na některé otázky neodpověděly proto, že si neuvědomují vztahy nebo vlivy v této problematice, jelikož ji mají vnitřně zafixovanou jako zcela normální součástí života a médií.

Především u otázek spojených s médii jsem se musela postupně dopracovat k tomu, zda dívky využívají i jiná média než internet a sociální sítě. V tomto ohledu jsem ale možný problém očekávala, jelikož dívky nejsou z oboru médií, nepohybují se v mediálních prostředích a nejsou seznámeny s historií médií, z těchto důvodů si nemusí uvědomovat, co všechno do médií spadá.

U mladších dívek (do 15 let) je překvapivě značné povědomí o terminologii spojené s sexualitou a erotikou. Tyto dívky jsou schopny otevřeně diskutovat, uvádět specifické pojmy a projevují relativně široký záběr znalostí. Je zřejmé, že velký vliv na jejich vnímání a porozumění má interakce s vrstevníky a komunikace s nimi. Není novou informací, že ve věku adolescence a dospívání jsou pro mladé jedince důležití přátelé. Ostatně o tom i sama pojednávám v rámci kapitoly 2. Během dospívání se jedinci snaží nalézt svou identitu a začlenit se do společenských skupin nebo komunit, především mezi vrstevníky. Sociální média se stávají místem, kde v dnešní digitální éře mohou tyto skupiny komunikovat a interagovat mezi sebou. Zájem dívek o sociální sítě, jejich vysoká participace a časté využívání pravděpodobně vychází z jejich touhy a potřeby zapojit se a být aktivní součástí společenských interakcí a komunit. Nicméně v tomto kontextu je důležité zmínit, že ačkoliv jsou mladí jedinci velmi schopní pohybu v digitálním prostředí a v komunikaci na sociálních platformách, není to totéž jako schopnost kritického hodnocení obsahu, který konzumují a sdílejí.

Pokud se zamyslím nad směrem, jakým se tento výzkum ubíral, co zjistil a kam by se mohl ubírat dál, je jisté, že potvrdil to, co rozebírám v teoretické části a o čem hovoří zdroje, například Karsay, Knoll a Matthes (2018); Reedová (2013) nebo Mukarom (2019). Další výzkum by mohl být zaměřen více na zjištění, na základě kterých by byla řešena zákonodárci a dalšími aktéry regulace sexuálních obsahů. Nespočtem studií a výzkumů je potvrzeno, že sexuální obsahy v médiích mají vliv nejen na mladé dívky. Málomterý výzkum se ale věnuje konkrétním poznatkům o tom, jak by se mohl sexuální obsah regulovat. Nejspíše je to tím, že je toto téma velmi těžké na zobecnění vzhledem k různým právním definicím a kulturám nebo společenským normám v dané zemi. Pokud bych se měla zaměřit přímo na Českou

republiku, zcela určitě zde chybí jakákoliv definice toho, co je „za hranou“. Během rešerše jsem například nebyla schopna najít ustálenou a jasně danou definici pornografie nebo obecně sexuálních obsahů či jejich regulace. V české legislativě není v tomto kontextu nyní nic platně definováno, čehož využívají tvůrci obsahů, kteří jsou ve své tvorbě limitováni jen vnitřními podmínkami platform, na kterých působí.

Ve své práci jsem se pokusila zachovat co největší anonymitu ve vztahu k dívkám. Některými jsem o to byla i výslovně požádána. Z tohoto důvodu v rámci práce neuvádím žádné kompletní doslovné přepisy rozhovorů a uvádím pouze výňatky, u kterých byla změněna jména respondentek. Zároveň jsem se pokusila zahrnout alespoň nějakou diverzitu mezi respondentkami tak, abych dodržela mnou dané podmínky a potřeby práce. Určitě se ale nedá hovořit o demografickém kontextu<sup>25</sup> pro tuto práci. I z tohoto důvodu pro další výzkumy doporučuji zahrnout do výzkumu nejen dospívající, ale také jejich rodiče (případně opatrovníky) spolu s prostředím, ze kterého všichni pochází a v jakém se vyskytují.

---

<sup>25</sup> Širší sociální a ekonomické faktory, které ovlivňují skupiny lidí nebo populace jako celek. Tento kontext zahrnuje různé demografické charakteristiky, jako jsou věk, pohlaví, etnická příslušnost, socioekonomický status, vzdělání, zaměstnanost, rodinný stav, místo bydliště a další.

## 7. Závěr

V této bakalářské práci jsem zkoumala vliv sexuálních obsahů – erotických a sexuálních prvků a motivů – v médiích na vnímání sebeobrazu u dospívajících dívek. Cílem práce bylo prozkoumat sebeobraz dospívajících dívek z hlediska vlivů sexuálních obsahů v médiích. V teoretické části práce jsem téma nejprve uvedla do kontextu, definovala pojmy a uvedla zjištění, které uvádí použité zdroje.

Metodologická část je věnována popisu cíle práce, výzkumným otázkám, metodologii a vybraným metodám výzkumu spolu s výběrem respondentek a pojednáním o etických aspektech výzkumu.

Ve výzkumné části představuji odpovědi na výzkumné otázky zjištěné prostřednictvím proběhlých rozhovorů s respondentkami. Z rozhovorů vyplynulo, že média hrají nezanedbatelnou roli v procesu formování sexuální identity a sebeobrazu u dospívajících dívek z důvodu vysoké četnosti sexuálních a erotických prvků a motivů, se kterými dospívající dívky přicházejí do styku. Analýza provedených rozhovorů umožnila identifikovat spektrum pozitivních i negativních důsledků na sebeobraz dospívajících dívek.

Jedním z hlavních zjištění tohoto výzkumu je potvrzení vlivů sexuálních obsahů na sebeobraz mladých dívek, zejména pokud se jedná o obsahy nereálné nebo silně explicitní. Dívky uvedly, že v případě takovýchto obsahů pociťují nepříjemné pocity a emoce. Mají pocit studu, úzkosti. Dokonce nezanedbatelné množství respondentek uvedlo, že někdy během svého života kvůli těmto obsahům měly pocit deprese.

Vnímání sebeobrazu u dospívajících dívek, se kterými proběhly rozhovory, je z velké části ovlivněno sexuálními a erotickými prvky a motivy v médiích, které často reprezentují idealizované a nereálné standardy. To se ukázalo jako faktor, který má značný dopad na jejich psychické i emocionální zdraví, názory, postoje i chování, a to zejména v negativním ohledu, pokud dívky nejsou schopny dostatečně kriticky hodnotit a reflektovat konzumované obsahy.

Vzhledem k těmto zjištěním je nezbytné přijmout komplexní přístup k tématu sexuálních obsahů v médiích. Je důležité poskytovat prostředky a podporu<sup>26</sup> pro kritickou reflexi a

---

<sup>26</sup> Různé iniciativy a nástroje, které mají za cíl pomoci mladým dívkám rozvíjet kritickou reflexi a schopnost filtrovat obsah, který konzumují. Příklady tohoto by mohly zahrnovat vzdělávací programy a předměty ve školách, bezpečné a podporující prostředí, podporu otevřených diskuzí o sexuálních obsazích a kontextech spolu s kritickým hodnocením v rámci mediální gramotnosti.

filtraci konzumovaných obsahů mladými dívkami, aby ve svém zájmu mohly rozvíjet schopnost rozpoznávat a odpovídajícím způsobem reagovat na nezdravé a nerealistické obrazy v rámci konzumovaných sexuálních a erotických prvků a motivů. Díky tomu mohou být dále rozvíjeny pozitivní dopady konzumace sexuálních obsahů v médiích.



## **8. Summary**

In this bachelor thesis I investigated the influence of sexual content - erotic and sexual elements and motifs - in the media on the self-image perception of adolescent girls. The aim of the thesis was to examine the self-image of adolescent girls in terms of the effects of sexual content in the media. In the theoretical work, I first put the topic in context, defined the terms and presented the findings as reported by the sources used.

The methodological part is devoted to a description of the aim of the thesis, the research questions”, the methodology and the selected research methods, together with the selection of the respondents and a discussion of the ethical part of the research.

In the research section, I present the answers to the research questions found through the interviews conducted with the respondents. The interviews revealed that the media plays a non-negligible role in the process of sexual identity and self-image formation in adolescent girls because of the high frequency of sexual and erotic elements and themes that adolescent girls come into contact with. The analysis of the interviews conducted allowed to identify a spectrum of positive and negative consequences on the self-image of adolescent girls.

One of the main findings of this research is the confirmation of the effects of sexual content on the self-image of young girls, especially when the content is unreal or highly explicit. Girls reported experiencing uncomfortable feelings and emotions in the case of such content. They feel shame, anxiety. Even a significant number of respondents said that at some point in their lives they have felt depressed because of such content.

The self-image perception of the adolescent girls interviewed is largely influenced by sexual and erotic elements and themes in the media, which often represent idealized and unrealistic standards. This has been shown to have a significant impact on their mental and emotional health, views, attitudes and behaviour, particularly in a negative way if girls are unable to critically evaluate and reflect sufficiently on the content they consume.

Given these findings, it is essential to adopt a comprehensive approach to the topic of sexual content in the media. It is important to provide resources and support for critical reflection and filtering of the content consumed by young girls so that they can develop the ability to recognise and respond appropriately to unhealthy and unrealistic images within the sexual and erotic elements and themes consumed. In this way, the positive impacts of consuming

sexual content in the media can be further developed.

## Použitá literatura

ATTWOOD, Feona. 2017. *Sex media*. [online] Polity Press, Newark. Dostupné také z ProQuest Ebook Central:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/reader.action?docID=5188199>

ATTWOOD, Feona. 2016. Sexed up: theorizing the sexualization of culture. *Sexualities* roč. 9, č. 1, 77–94. [online] Sheffield Hallam University Research Archive (SHURA).

Dostupné také z: <https://shura.shu.ac.uk/50/1/fulltext.pdf>

DELIGIORGIS, Dina a BENKIRANE, Manal. 2020. Entertainment and Creative Media

[online]. *Un Women*. Dostupné z: <https://www.endvawnow.org/en/articles/2031-entertainment-and-creative-media-.html>.

DENGLEROVÁ, Denisa. 2006. *Prezentace Sebepojetí a sebeobraz*. Masarykova univerzita, Úvod do studia psychologie osobnosti. Dostupné také z:

<https://is.muni.cz/el/1421/jaro2007/VIKBB12/um/OsobnostPartIII-Sebeobraz.ppt>

FREDERICKSON, B. L., a Roberts, T.-A. 1997. Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. [online] *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206. Dostupné také z:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>

GILES, David. *Psychologie médií*. 2012. Z pohledu psychologie. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3921-2.

GRABE, Shelly; WARD, L. Monique a HYDE, Janet Shibley. 2008. The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. [online] *Psychological Bulletin*, roč. 134, č. 3, s. 460-476. ISSN 1939-1455.

Dostupné z: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. 2009. *Masová média*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-466-3.

KARSAY, Kathrin; KNOLL, Johannes a MATTHES, Jörg. 2018. Sexualizing Media Use and Self-Objectification. [online] *Psychology of Women Quarterly*, roč. 42, č. 1, s. 9-28. ISSN 0361-6843. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0361684317743019>

LEBEDÍKOVÁ, Michaela. 2018. *Sexuální scénáře v současné pornografii: nejsledovanější snímky v Česku na serveru Pornhub.com*. Bakalářská práce. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Katedra sociologie. Vedoucí práce: doc. Kateřina Lišková, Ph. D

MIŠOVIČ, Ján. 2019. *Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor*. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). Praha: Slon. ISBN 978-80-7419-285-2.

MUKAROM, Zaenal. 2019. Media and Women (Analysis on Gender and Sexuality in Mass Media Construction). [online] *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, roč. 03, č. 10, s. 43-50, ISSN 2378-703X. Dostupné také z: [https://etheses.uinsgd.ac.id/37418/6/Article\\_MEDIA%20AND%20WOMEN%20%28Analysis%20on%20Gender%20and%20Sexuality%20in%20Mass%20Media%20Construction%29.pdf](https://etheses.uinsgd.ac.id/37418/6/Article_MEDIA%20AND%20WOMEN%20%28Analysis%20on%20Gender%20and%20Sexuality%20in%20Mass%20Media%20Construction%29.pdf)

NAKONEČNÝ, Milan. 1997. *Encyklopedie obecné psychologie*. 2., rozš. vyd., v Akademii vyd. 1. (1. vyd. v nakl. Vodnář pod náz. Lexikon psychologie). Praha: Academia. ISBN 80-200-0625-7.

VRTIŠKOVÁ NEJEZCHLEBOVÁ, Lenka. 2010. *Sex v reklamě. Jazyky a texty*. Liberec: Bor. ISBN 978-80-86807-83-1.

PELCÁK, Stanislav. 2019. *Psychologie obecná a osobnosti*, průvodce předmětem pro studijní program Sociální patologie a prevence, Hradec Králové, Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, Ústav sociálních studií. [online] Dostupné také z: <psychologie-obecna-a-osobnosti.pdf> (uhk.cz)

PERLOFF, Richard M. 2014. Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research. Online. *Sex Roles*, roč.

71, č. 11-12, s. 363-377. ISSN 0360-0025. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>

REED, A. Lauren. 2014. Sexuality and entertainment media. Online. *APA handbook of sexuality and psychology*, Vol. 2: Contextual approaches. Washington: American Psychological Association, s. 373-423. ISBN 1-4338-1372-6. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/283055317\\_Sexuality\\_and\\_entertainment\\_media#fullTextFileContent](https://www.researchgate.net/publication/283055317_Sexuality_and_entertainment_media#fullTextFileContent)

REICHERT, Tom a Jacqueline LAMBIASE. 2008. *Sex in advertising: Perspectives on the Erotic Appeal*. 3rd ed., New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 289 s. LEA's communication series. ISBN 0-8058-4117-2.

REICHERT, Tom a Jacqueline LAMBIASE. 2006. *Sex in consumer culture: the erotic content of media and marketing*. Hoboken: Taylor and Francis. ISBN 9781136684050.

SCOTT, Sue a Stevi JACKSON. 2010. *Theorising Sexuality* [online]. Open University press. Dostupné také z: [https://www.researchgate.net/publication/47365503\\_Theorising\\_Sexuality](https://www.researchgate.net/publication/47365503_Theorising_Sexuality)

VÁGNEROVÁ, Marie. 2005. *Vývojová psychologie I.: dětství a dospívání*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-0956-0.

VALDROVÁ, Jana. 2001. Gender Stereotypes and Clichés as Presented in the Media. *Czech Sociological Review* [online]. *Sociologický časopis*, roč. 37, č. 2, s. 183-205. Dostupné také z: <https://sreview.soc.cas.cz/pdfs/csr/2001/02/08.pdf>

WHO. 2006. *Sexual and Reproductive Health and Research (SRH)*. Online. World health organization. Dostupné také z: <https://www.who.int/teams/sexual-and-reproductive-health-and-research/key-areas-of-work/sexual-health/defining-sexual-health>.

# Teze bakalářské práce

**SCHVÁLENO** 25.3.23

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce											
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>											
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Dominika Koritinová	<b>Razítko podatelny:</b> <table border="1"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Univerzita Karlova</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Fakulta sociálních věd</b></td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;"><b>14 -03- 2023</b> -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;"><b>66</b> Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> </tr> </table>	<b>Univerzita Karlova</b>		<b>Fakulta sociálních věd</b>		Došlo dne:	<b>14 -03- 2023</b> -1-	Čj:	<b>66</b> Příloh:	Přiděleno:	
<b>Univerzita Karlova</b>											
<b>Fakulta sociálních věd</b>											
Došlo dne:		<b>14 -03- 2023</b> -1-									
Čj:	<b>66</b> Příloh:										
Přiděleno:											
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2021/2022											
<b>Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta:</b> 72096361@fsv.cuni.cz											
<b>Studijní program/speciálizace:</b> Komunikační studia speciálizace Mediální studia											
<b>Název práce v češtině:</b> Erotické a sexuální motivy v médiích a jejich působení na vnímání sebeobrazu dívek											
<b>Název práce v angličtině:</b> Erotic and sexual themes in the media and their impact on girls' self-image											
<b>Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023)</b> (diplomovou práci je možné obhajovat nejdříve šest měsíců od schválení tezí) LS 2023/2024											
<b>Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):</b> Cílem práce je prozkoumat sebeobraz dospívajících dívek skrze vlivy sexuálních a erotických motivů vyskytujících se v médiích. Zobrazování sexuality v různých formách médií, jako jsou televize, filmy, hudební videoklipy a sociální sítě, v posledních letech narůstá. Vzhledem k všudypřítomnosti médií je téměř nemožné se těmito sexuálními tématy a obrazy vyhnout. Způsob, jakým dospívající dívky tato sdělení vnímají a internalizují, může mít významný dopad na jejich vývoj, sebepojetí a sexuální chování. Práce se zaměří na zkoumání postojů a přesvědčení dospívajících dívek k sexuálním obrazům v médiích, na četnost jejich vystavení těmto obrazům a na to, jak tyto obrazy vztahují ke svému vlastnímu (sexuálnímu) sebepojetí.											
<b>Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):</b> Úvod Východiska a souvislosti: sexualizace v médiích a její vlivy na dospívající dívky Výzkumný problém, výzkumné otázky Význam a přínos  Teoretická část Definice a konceptualizace: definice sexualizace, sebeobrazu a pojmu dospívajících dívek v kontextu práce Teoretický rámec: - teoretické perspektivy vlivu médií na sebeobraz a sexuální vývoj - erotické a sexuální motivy v médiích + jejich regulace a vlivy  Metodologie Výzkumný design a přístup Vzorek Metoda sběru dat Etická hlediska Postupy analýzy dat: tematická analýza  Výsledky Přehled účastnic Zjištění ve vztahu k výzkumným otázkám: shrnutí zjištění z analýzy dat											

Ilustrativní citáty a výňatky z výpovědí účastnic: příklady citátů účastnic, které zdůrazňují klíčová témata a zjištění  
Podpůrné údaje a analýza  
Diskuze  
Závěr

**Vymezení zpracovávaného materiálu** (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):  
Výstupy z rozhovorů

**Postup (technika) při zpracování materiálu:**

Výzkum bude využívat kvalitativní přístup polostrukturovaných rozhovorů s dospívajícími dívkami (13-18 let) a kvalitativní analýzu dat

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2--5 řádků):

GILES, David. Psychologie médií. Praha: Grada, 2012. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2.

Kniha, která se zabývá vlivem médií na lidské myšlení a chování. V knize se autor zaměřuje na to, jak média ovlivňují náš vztah k realitě, jak formují naše postoje a názory, a jaký mohou mít vliv na naše emoce a chování.

ATTWOOD, Feona. Sex media. John Wiley & Sons, 2017. ISBN 978-15-095-1691-9

Kniha, která se zabývá vlivem médií na naše pojetí sexu a sexuality. V knize se autorka zaměřuje na to, jak média formují naše představy o tom, co je "normální" nebo "přijatelné" v oblasti sexu a sexuality, a jaký mohou mít vliv na naše chování v této oblasti.

SMITH, Clarissa; ATTWOOD, Feona; MCNAIR, Brian (ed.). The Routledge companion to media, sex and sexuality. Routledge, 2017. ISBN 978-03-675-8117-6

Kniha, která se zabývá vlivem médií na naše pojetí sexu a sexuality. Je to sbírka příspěvků od různých autorů, které se věnují různým tématům souvisejícím s médii, sexem a sexualitou.

DURHAM, M. Gigi. The Lolita effect: The media sexualization of young girls and what we can do about it. Abrams, 2009. ISBN 978-15-902-0063-6

Kniha, která se zabývá vlivem médií na pojetí dívek a žen v společnosti. V knize se autorka zaměřuje na to, jak média formují naše představy o tom, jak by měly dívky a ženy vypadat a chovat se, a jak mohou ovlivňovat naše chování vůči nim.

JEŽEK, Vlastimil a Jan JIRÁK. Média a my. V Praze: Akademie múzických umění, 2014. Management umění - umění managementu. ISBN 978-80-7331-304-3.

Kniha se zabývá pojmem médií, včetně jejich rolí a funkcí ve společnosti. Autoři se průřezově věnují vybraným momentům z historie médií, které považují za klíčové pro současný vývoj mediální komunikace. Text charakterizuje mediální komunikaci s důrazem na vztah médií a kultury a poskytuje přehled o hlavních českých kulturních a divadelních periodikách a webech. Součástí textu je také charakteristika práce s médii z pohledu marketingu.

**Diplomové práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let):

ZIELIŇSKÁ, Elise-Michelle. Využití sexuálních a erotických prvků napříč reklamními platformami [online]. Praha, 2021 [cit. 2022-12-29]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/20kars/>. Bakalářská práce. Vysoká škola kreativní komunikace, s.r.o. Vedoucí práce Ing. Petra Průšová.

JANOUSHKOVÁ, Anna. Erotika a sex v reklamě [online]. Zlín, 2019 [cit. 2022-12-29]. Dostupné z:



<https://theses.cz/id/3ft1qg/>. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce prof. PhDr. Pavel Horňák, Ph.D.

VUONG, Quynh Anh. Využití motivů erotiky a sexu v propagaci na sociálních sítích [online]. Praha, 2021 [cit. 2022-12-29]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/cby6jw/>. Bakalářská práce. Vysoká škola Newton, a.s., Vysoká škola NEWTON. Vedoucí práce Mgr. Klára Mouchová.

NINHOVÁ, Thi Nam Binh. Sex a erotika v reklamě [online]. Zlín, 2020 [cit. 2022-12-29]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/6291qb/>. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce prof. PhDr. Pavel Horňák, Ph.D.

LENGÁLOVÁ, Veronika. Naprosto nepřipustné, ale velmi úspěšné: Pornografie, erotika a sex ve veřejném diskurzu po roce 1989. [online]. Bmo, 2021 [cit. 2022-12-29]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/zp62o/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Šárka GMITERKOVÁ.

Datum / Podpis studenta/ky

*M. S. 2023*

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

*Zemanová Jana*

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU. A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTIŠKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1: Základní struktura rozhovoru (textový dokument)

## **Základní struktura – polostrukturovaný rozhovor**

### **1. Úvod**

Představení, poděkování, vysvětlení účelu, smyslu a obsahu rozhovoru, získání souhlasu s nahráváním rozhovoru a jeho použití pro účel práce – zákonný zástupce, ujištění respondentky, že rozhovor může kdykoli ukončit nebo odmítnout odpovédět na některou otázku, také by se měla vytvořit důvěrná a přátelská atmosféra, aby se respondentka cítila uvolněně

### **2. Obecné otázky:**

Jak se jmenuješ a kolik je ti let?  
Co studuješ/jaké je tvé studium?  
Jaké jsou tvé zájmy a koníčky?  
Jak se dnes máš/cítíš?

**3. Hlavní část rozhovoru** – tato část by se měla zaměřit na hlavní téma výzkumu, tedy vliv sexuálních obsahů na sebeobraz respondentek.

#### Média:

Jaká média nejčastěji sleduješ nebo používáš? (např.: televize, internet, sociální sítě, časopisy, knihy, hudba,...)

Proč tyto konkrétní?

Jak často je sleduješ/používáš?

Jaká jsou tvá oblíbená média?

Proč?

Jaký druh obsahu obvykle vyhledáváš?

Proč?

#### Sexuální obsahy:

Jaká je tvá představa (popis) sexuálních obsahů – prvků, motivů – v médiích? -> Co za ně považuješ, jak vypadají?

Jak často se se sexuálními obsahy setkáváš?

Kde je nejčastěji vidíš? (V jakých situacích - prohlížení soc médií, sledování filmů, hudba...)

Jaké jsou nejběžnější formy sexuálních obsahů, se kterými se setkáváš? (Co nejčastěji vidíš?)

Jsou nějaké typy sexuálních obsahů, které se ti líbí?

➔ Ano x Ne? Proč?

Jaké typy sexuálních obsahů tě nezajímají?

Proč?

Jaké typy sexuálních obsahů tě odrazují?

Proč?

Myslíš si, že sexuální obsahy v médiích ovlivňují tvé názory a chování?

➔ Ano x Ne? Proč?

Jak? V čem?

Pozitivní x negativní x neutrální?

Diskutuješ o těchto obsazích s někým?

- Kým?
- Proč?
- Jak často?
- Jakým způsobem?
- Myslíš, že tě to nějak ovlivňuje?

#### Vnímání sexuálních obsahů:

Jak vnímáš zobrazení sexuality a erotiky v médiích?

- Co tě na tom baví, ruší, vadí, zajímá, šokuje...?

Proč?

Jak se cítíš, když se setkáš se sexuálními obsahy?

Máš tendenci prozkoumávat více obsahů, které jsou podobné těm, které vídáš nebo se jim spíš vyhýbáš?

Proč?

Srovnáváš se se sexuálními obsahy v médiích? -> Porovnáváš to, jaká jsi ty/co vidíš?

- Jak tě to ovlivňuje?
- V čem?

#### Očekávání:

Jak se liší tvé skutečné sexuální a erotické zkušenosti od tvých vrstevníků, které vidíš/o kterých čteš v médiích?

- Jak tyto zjištění ovlivňují tvá očekávání?
  - Máš nějaké osobní zkušenosti s tím, jak sexuální obsahy v médiích ovlivnily tvůj pohled na xx?

Co je pro tebe důležité ve vztahu k sexualitě a romantice?

Jak se tvá očekávání liší od toho, co vidíš v médiích?

- Ovlivňuje to, co vidíš v médiích, nějakým způsobem to, co je pro tebe v tomto ohledu důležité?  
Jak?

**4. Závěrečná část** rozhovoru – Zde by se měl rozhovor ukončit, poděkovat respondentce za její odpovědi, účast a spolupráci, zjistit, zda má nějaké další dotazy nebo připomínky k rozhovoru, nabídnout možnost kontaktu pro případné další informace nebo zpětnou vazbu a rozloučit se.

Jak se ti líbil rozhovor? Cítila ses v něm pohodlně?

Máš něco, co bys chtěla ještě dodat nebo upřesnit k některé z otázek?

Máš nějaký dotaz nebo připomínku k rozhovoru nebo k tématu výzkumu?

Mohu tě v případě potřeby kontaktovat pro další informace nebo zpětnou vazbu?