



Soutěž psychologických prací
Katedra psychologie
FSS MU

SOUTĚŽNÍ TEXT

**M A S A R Y K O V A
U N I V E R Z I T A**

FAKULTA SOCIÁLNÍCH STUDIÍ

Emoční prožívání matek prvorodiček ve třetí dekádě života v kontextu sociálního srovnávání na sociálních sítích

Bakalářská práce

TEREZA PRCHALOVÁ

Vedoucí práce: doc. Mgr. Lenka Lacinová, Ph.D.

Katedra psychologie
Program Psychologie

Brno 2025

MUNI
FSS

Bibliografický záznam

Autor:	Tereza Prchalová Fakulta sociálních studií Masarykova univerzita Katedra psychologie
Název práce:	Emoční prožívání matek prvorodiček ve třetí dekádě života v kontextu sociálního srovnávání na sociálních sítích
Studijní program:	Psychologie
Vedoucí práce:	doc. Mgr. Lenka Lacinová, Ph.D.
Rok:	2025
Počet stran:	105
Klíčová slova:	Mateřství, Prvorodičky, Mateřská identita, Mateřské sebehodnocení, Ideály mateřství, Digitální mateřství, Sociální sítě, Sociální srovnávání, Emoční prožívání, Tematická analýza

Bibliographic record

- Author:** Tereza Prchalová
Faculty of Social Studies
Masaryk University
Department of Psychology
- Title of Thesis:** Emotional Experiences of First-Time Mothers in Their Third Decade of Life in the Context of Social Comparison on Social Media
- Degree Programme:** Psychology
- Supervisor:** doc. Mgr. Lenka Lacinová, Ph.D.
- Year:** 2025
- Number of Pages:** 105
- Keywords:** Motherhood, First-time mothers, Maternal identity, Maternal self-esteem, Ideals of motherhood, Digital motherhood, Social media, Social comparison, Emotional experience, Thematic analysis

Anotace

Na sociálních sítích je dostupné velké množství obsahu zaměřeného na mateřství, který cílí na těhotné ženy a na matky. Tento typ obsahu vytváří ženám prostor pro sociální srovnávání, které může mít pozitivní i negativní vliv na well-being, emoční prožívání, mateřské sebehodnocení a vnímání vlastní mateřské role. Tato práce pomocí polostrukturovaných rozhovorů zkoumá emoční prožívání matek v kontextu sociálního srovnávání s jinými ženami na sociálních sítích. Výzkumu se zúčastnilo dvacet žen ve třetí dekádě života, které vychovávaly dítě mladší tří let a které aktivně používaly sociální sítě. Získaná data byla analyzována metodou reflexní tematické analýzy, která vedla k identifikaci šesti témat s potenciálním přínosem pro další výzkum i praktickou práci s matkami.

Abstract

Social media platforms offer a vast amount of content focused on motherhood, targeting pregnant women and mothers. This type of content provides women with opportunities for social comparison, which can have both positive and negative impacts on their well-being, emotional state, maternal self-evaluation, and perception of their maternal role. This study explores mothers' emotional experiences in the context of social comparison with other women on social media through semi-structured interviews. The research involved twenty women in their third decade of life who were raising a child under the age of three and who were actively using social media. The collected data were analyzed using reflexive thematic analysis, which led to the identification of six themes that may contribute to further research and practical work with mothers.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma **Emoční prožívání matek prvorodiček ve třetí dekádě života v kontextu sociálního srovnávání na sociálních sítích** zpracovala sama. Veškeré prameny a zdroje informací, které jsem použila k sepsání této práce, byly citovány v textu a jsou uvedeny v seznamu použitých pramenů a literatury.

V Brně 1. května 2025

.....
Tereza Prchalová

Poděkování

Na tomto místě bych v první řadě ráda poděkovala doc. Mgr. Lence Lacinové, Ph.D., za odborné vedení mé bakalářské práce, za veškerý čas, který mi věnovala a za cenné rady a připomínky, které mi poskytla.

Dále děkuji všem ženám, které mi poskytly rozhovory, za jejich ochotu, otevřenost a čas. Také bych ráda poděkovala všem přátelům a (ne)známým, kteří mě s těmito ženami ochotně propojili.

Na závěr bych ráda z celého srdce poděkovala svým rodičům za ohromnou podporu v průběhu celého studia a při psaní této práce, nezměrně si toho, a především vás, vážím. Děkuji také celé své rodině, partnerovi, přátelům a všem svým nejbližším. Bezmezně si vážím toho, jak jste podporující a milující, a toho, že vás mám ve svém životě.

Obsah

1	Úvod	13
1.1	Mateřství	13
1.2	Mateřské sebehodnocení, pocit sebeúčinnosti v mateřství.....	15
1.3	Moderní ideály mateřství.....	15
1.4	Diskrepance mezi ideály mateřství a žitou realitou	17
1.5	Adaptace na mateřství za použití sociálních sítí.....	18
1.6	Sociální srovnávání prostřednictvím sociálních sítí	22
1.7	Současná studie	24
2	Metoda	27
2.1	Design výzkumu	27
2.2	Výzkumný vzorek	27
2.3	Tvorba dat.....	30
2.4	Etika výzkumu.....	33
2.5	Analýza dat	36
3	Výsledky	39
3.1	Idealizovaný obsah.....	40
3.2	Normalizující obsah	46
3.3	Nešťastný obsah	54
3.4	Šťastný obsah	59
3.5	Dobré rady	64
3.6	Špatné rady.....	69
4	Diskuze	76
4.1	Shrnutí a reflexe hlavních výzkumných zjištění	76
4.2	Limity.....	80
4.3	Přínosy	83
	Použité zdroje	89
	Příloha A Pozvánka k účasti na výzkumu	96

Příloha B	Informovaný souhlas	97
Příloha C	Demografický dotazník, schéma rozhovoru	98
Příloha D	Schematický nákres z výzkumného deníku	102

1 Úvod

1.1 Mateřství

Narození dítěte je jedna z největších a nejzásadnějších změn, která velmi výrazně mění životní styl a fungování rodiny (Nyström & Öhring, 2004). Psychosociální přechod ženy k mateřství, včetně plného přijetí nové identity a role, může trvat několik měsíců až let (Gleeson et al., 2019). Tato změna je nejvýraznější především v psychosociální oblasti, kdy žena redefinuje své já, vztahuje se nově k sobě i ke svému okolí a začleňuje novou mateřskou roli do své identity (Mercer, 2004). Výrazné dopady má mateřství i v profesní oblasti, ve které dochází k dočasnému nebo trvalému přerušení kariéry. Tato změna se také často odráží v ekonomické rovině (Nomaguchi & Milkie, 2020). Narození dítěte také přináší změny v partnerském vztahu rodičů dítěte (Bogdan et al., 2022; Williamson et al., 2022).

Pro prvorodičky představuje nastávající role matky zcela novou životní etapu, která vyžaduje adaptaci a přizpůsobení. Tento proces je spojen s intenzivním úsilím a zkoumáním vlastního sebeobrazu i identity (Masopustová et al., 2018). Narození dítěte a péče o něj totiž vyžaduje u prvorodiček přijetí nové životní role a ztotožnění se s ní (Mercer, 2004).

Porod a období krátce po porodu bývá často vyobrazováno jako nešťastnější období v životě ženy (Mary et al., 2024). Tento idealizovaný obraz je často podporován a rozšiřován médii a sociálními sítěmi (Kirkpatrick & Lee, 2022). Nicméně v poporodním období čelí žena nejen fyzickým, psychickým a sociálním změnám, ale také novým povinnostem a rolím. Výzvy spojené s příchodem prvního dítěte vyžadují emoční, kognitivní a behaviorální přizpůsobení, což může být zdrojem stresu (Razurel et al., 2011).

Rozhodnutí, která ženy činí během prvního těhotenství a přechodu k mateřství, mohou být ovlivněny tlakem na splnění kulturních očekávání a vlastních nároků (Johnson, 2014). Tato rozhodnutí se mohou týkat mnoha oblastí, ať už se jedná o zdraví ženy a dítěte, výchovu, kariéru nebo další oblasti, které jsou příchodem dítěte na svět ovlivněny. Dnešní matky mohou být vystaveny většímu a také kvalitativně odlišnému tlaku než dříve, což může ztížit adaptaci na jejich novou životní roli. Jsou na ně kladena vysoká očekávání ze strany nejbližší rodiny a přátel, ze strany celé společnosti a v neposlední řadě i ze strany jich samotných. Tato očekávání kladená na rodiče odpovídají morálnímu a emocionálnímu významu, který je přisuzován dětem a péči o ně. Vzhledem k tomu, že děti jsou vnímány jako nesmírně cenné a důležité, je na jejich výchovu vyžadována značná investice času, energie a zdrojů. Současně ale, v kontextu, kde mnoho rodičů žije daleko od starších a zkušenějších členů rodiny, musí rodiče vychovávat děti bez následování bezprostředních vzorů a bez jistoty, jak ve výchově nejlépe postupovat (Pedersen & Lupton, 2016). Výzkumy z českého prostředí ukazují, že skoro polovina žen v dnešní době nemá přímou zkušenost s péčí o malé děti předtím, než se

samy stanou matkami (Masopustová et al., 2018). U žen, kterým tato zkušenost chybí, mohou být představy o mateřství založeny především na nepřímých zdrojích, jako jsou masová média a sociální sítě. Tyto zdroje mohou pro budoucí matky získávat stále větší význam, protože vzory zobrazované v těchto médiích pro ně představují významný zdroj informací, podpory a inspirace (Lupton et al., 2016; Moon et al., 2019; Onishi et al., 2024). Ženy tedy ve svém vnímání mateřské role a při posuzování vlastní úspěšnosti v oblasti mateřství nejsou ovlivňovány pouze tím, co pozorují ve svém nejbližším okolí nebo co samy prožily. To, jak matky vnímají nepsané normy týkající se mateřství, je utvářeno prostřednictvím digitálních technologií a interakcí mezi matkami za použití těchto technologií (Gleeson et al., 2019). Masová média a sociální sítě poskytují širokou škálu pohledů a představ o mateřství, jež mohou ovlivnit očekávání, názory i sebehodnocení budoucích nebo novopečených matek (Masopustová et al., 2018). Výzkumy navíc ukazují, že současné matky přikládají informacím z digitálních médií velký význam (Lupton et al., 2016; Moon et al., 2019).

To, zda žena vnímá pozitivně mateřství v období krátce po porodu, je predikováno tím, jestli vnímá pozitivně těhotenství (DiPietro et al., 2015). Matky mohou cítit rozčarování, pocity nedostatečnosti a další negativní emoce, když zjistí, že jejich očekávání od mateřství a realita mateřství se liší (Razurel et al., 2011). Představy o mateřství a o tom, jaké změny narození prvního dítěte přinese, se vytvářejí již v průběhu těhotenství a mnohdy dokonce ještě dříve (Masopustová et al., 2018). Realita péče o děti a rodičovství vyvolává u žen mnoho otázek, jak tuto novou roli co nejlépe zvládnout. Mateřství tak přináší vedle pocitů radosti a smysluplnosti také mnoho pochybností, obav, strachu a nejistoty. Tuto ambivalentní povahu, která je charakteristická pro přechod k mateřství a jeho rané fáze, dokládají i české výzkumy. Například ženy dotazované v nedávném výzkumu Návratové et al. (2024) uváděly, že jim mateřství na jedné straně přináší pocity lásky a naplnění, na druhé straně ale nedostatek času, který by měly samy pro sebe, pochybnosti o tom, jestli naplňují mateřské ideály a pocity zahlcení množstvím dostupných informací o mateřství pocházející z mnoha různých zdrojů. V kvalitativní studii, kterou provedly Prikhidko a Swank (2018), ženy uváděly, že když se staly matkami, cítily zahlcení informacemi o rodičovských teoriích a postupech. Konkrétně hovořily o tom, že se potýkaly s hledáním „správného“ způsobu výchovy svého dítěte a že cítily kvůli informačnímu zahlcení velkou nejistotu.

Psychosociální zdraví matek může být také ohroženo sociální izolací a osamělostí (Onishi et al., 2024). Prvorodičky, které poprvé zažívají těhotenství a rodičovství, jsou pravděpodobně více ohrožené pocity sociální izolace a stresem spojeným s výchovou dětí než vícerodičky s většími zkušenostmi (McDaniel et al., 2012). Protektivní faktor, který snižuje stres během těhotenství, poporodního období a počátků rodičovství, je sociální podpora (Emmanuel et al., 2011).

1.2 Mateřské sebehodnocení, pocit sebeúčinnosti v mateřství

Výzkumy ukazují, že mateřské sebehodnocení po porodu a v počátcích mateřství je ovlivněno mateřským sebehodnocením v období těhotenství (DiPietro et al., 2015; Miller, 2016). Během těhotenství si ženy vytváří sebehodnotící představy o svých mateřských schopnostech. Mateřské sebehodnocení (*maternal self-esteem*) je definováno jako sebehodnocení rodičovských schopností ženy a pocit sebeúčinnosti v mateřství (*maternal self-efficacy*) je definován jako pocit, že je žena v mateřské roli schopna dostát požadovaných očekávání a chtěných výsledků. Oba tyto konstrukty ovlivňují rodičovské chování matky, její psychické rozpoložení a její duševní zdraví (Miller, 2016). Ženy, které mají nízké mateřské sebehodnocení a pocit sebeúčinnosti, jsou obvykle méně spokojené se svou mateřskou rolí (Studts et al., 2019). Naopak vyšší mateřské sebehodnocení a pocit sebeúčinnosti bývá spojován s vyšším well-beingem matek a s větší spokojeností s mateřskou rolí (Botha et al., 2020).

Nedávný výzkum Masopustové et al. (2018) z českého prostředí ukazuje, že mateřské sebehodnocení prvorodiček v období krátce po narození dítěte je silněji predikováno jejich mateřským sebehodnocením v těhotenství, než je tomu u vícerodiček. Vnímání mateřského sebehodnocení krátce po porodu je tedy u prvorodiček více propojeno s tím, jak své mateřské schopnosti hodnotí již během těhotenství. Zkoumané prvorodičky, které měly nízké mateřské sebehodnocení v průběhu těhotenství, ho obvykle měly nízké i po porodu, zatímco u vícerodiček častěji došlo po porodu v nárůst důvěry v jejich rodičovské schopnosti. To znamená, že zatímco u vícerodiček s nízkým mateřským sebehodnocením během těhotenství mohlo po narození dítěte dojít k jeho zlepšení, prvorodičky s nízkou důvěrou ve své rodičovské schopnosti během těhotenství hodnotily své rodičovské schopnosti negativně i po porodu. Je tedy možné, že předchozí zkušenosti s péčí o děti mohly u vícerodiček působit jako protektivní faktor před nízkým mateřským sebehodnocením, jelikož vícerodičky nemusely po narození dítěte čelit tolika nejistotám jako prvorodičky. Další studie naznačují, že jedním z klíčových faktorů podporujících vyšší pocit mateřské sebeúčinnosti je skutečnost, že matky více dětí se cítí kompetentnější v širší škále rodičovských dovedností (Fang et al., 2021). Dalo by se tedy říci, že to, že má žena své první dítě, by mohlo být rizikovým faktorem pro pocit mateřské sebeúčinnosti a pro mateřské sebehodnocení.

1.3 Moderní ideály mateřství

Generace žen, která se v dnešní době stává matkami a mají své první dítě, se řadí mezi tzv. *digital natives*. To znamená, že od narození vyrůstají v době digitálních technologií a jsou zvyklé je přirozeně a hojně využívat (Prensky, 2001). Moderní ideály mateřství, které mají výrazný vliv na představu žen o mateřství a na jejich vnímání sama sebe mateřské roli, jsou ve velké míře prezentovány pomocí digitálních technologií

(Wagstaff et al., 2024; Wegener et al., 2022). Dalo by se tedy předpokládat, že ženy, které se v dnešní době stávají matkami a řadí se mezi digital natives, budou těmto moderním ideálům mateřství vystaveny a budou jimi ovlivněny, což představím v této podkapitole.

V posledních letech můžeme pozorovat výraznou proměnu společenské představy o dobré matce. Dobrá matka by měla být dobrá v mnoha oblastech – co se týče péče o dítě, svého vzhledu, domácnosti, partnerského života, sociálního života, kariéry a mnoha dalších oblastí života. Výzkumy ukazují, že sebehodnocení novopečených matek a jejich spokojenost s mateřskou rolí mohou zhoršovat současné mateřské ideály, které v nich mohou vyvolat pocity viny za to, že nejsou v otázkách mateřství dokonalé (Liss et al., 2012; Wagstaff et al., 2024). Tato nerealistická a idealizovaná představa mateřství bývá popisována koncepty jako je *Celebrity Mother*, *Alpha Mother*, *Yummy Mummy*, *InstaMum* nebo intenzivní mateřství (Masopustová et al., 2018). Tyto koncepty mapující moderní ideál mateřství postupně představím v následujících odstavcích.

Fenomén *Celebrity Mothers* se týká slavných žen, které jsou matkami a jejichž životy jsou intenzivně sledovány médii. *Celebrity Mothers* bývají prezentovány jako vzory dokonalého mateřství z hlediska vzhledu, rodičovství a celkového životního stylu (Chae, 2015).

Oproti tomu fenomén *Alpha Mother* nesleduje celebrity a veřejně známé osobnosti, ale běžné ženy. Popisuje vysoce ambiciózní a dominantní matky, které usilují o dokonalost ve všech oblastech života, ať už se jedná o rodičovství, kariéru, sociální a osobní život nebo o jakoukoli jinou oblast. Tento koncept je spojen s vysokými očekáváními a nároky, které žena klade jak na sebe, tak na své děti a okolí (Chae, 2015).

Další výrazný fenomén v oblasti moderních ideálů mateřství se nazývá *Yummy Mummy*. Významným aspektem konceptu *Yummy Mummy* je důraz na fyzickou atraktivitu ženy. Žena naplňující ideál *Yummy Mummy* by měla být v průběhu těhotenství a mateřství za každých okolností štíhlá, upravená a přitažlivá (Masopustová et al., 2018).

Koncept intenzivního mateřství (*intensive mothering*) může být vnímán jako zastřešující pojem pro tyto koncepty. Jedná se o paradigma moderního mateřství, které stojí na třech základních principech – vyhledávání a využívání odborných znalostí v oblasti výchovy dětí, naprosté zaměření na dítě a plné a oddání se mateřské péči, která je považována za nenahraditelnou (Hays, 1998). Tento model tedy předpokládá, že dítě je středobodem zájmu matky a jeho potřeby a zájmy mají přednost před potřebami matky, přičemž matka musí být do své mateřské role plně zapojená, být v ní naplněná a spokojená. Dalo by se říci, že matky, které se řídí výše zmíněnými trendy, které předkládají *Celebrity Mothers*, *Alpha Mothers* a *Yummy Mummies*, se snaží naplňovat jeden nebo více principů, které předkládá intenzivní mateřství.

V západních společnostech převládá model intenzivního mateřství jako mainstreamový vzor toho, jaká by měla být dobrá matka (César et al., 2018). V dnešní době představují média stále významnější zdroj pomáhající utvářet obraz ideální matky a s

ním spojená očekávání a nároky (Wegener et al., 2022). Ideologii intenzivního mateřství podporují a dále rozšiřují idealistické obrazy mateřství na sociálních sítích, které prezentují Celebrity Mothers a InstaMums (Wagstaff et al., 2024). Pojem *InstaMum* je termín, který označuje matky, které získaly popularitu na Instagramu prostřednictvím pravidelného sdílení obsahu týkajícího se svých zkušeností, prožitků a pocitů souvisejících s mateřstvím (Moujaes & Verrier, 2021). Ačkoliv se prezentují jako obyčejné matky, podobně jako jiní influenceři na sociálních sítích vytváří značně idealizovaný obraz své osoby a vytváří nový typ vzoru pro dnešní matky. Taková ideální matka je na sociálních sítích často prezentována jako šťastná, emocionálně vyrovnaná, sebevědomá, následující rady odborníků a dobře navazující vztah s dítětem, což je v souladu s ideologií intenzivního mateřství (César et al., 2018).

To, že jsou ženy více vystaveny obsahu, který v online prostředí prezentují Celebrity Mothers a InstaMums, souvisí s jejich přijetím ideologie intenzivního mateřství, orientací na sociální srovnávání a soutěživostí (Chae, 2015). Nedávný navazující výzkum zjistil, že mateřská soutěživost zvyšuje tendenci k sociálnímu srovnávání, což následně zvyšuje internalizaci ideologie intenzivního mateřství a používání sociálních sítí (Wagstaff et al., 2024). Výzkumy také ukazují, že matky, které mají internalizované ideály intenzivního mateřství a mají pocit, že nejsou schopné jim dostát, mohou cítit pocit viny, studu a obavu z odsuzování ze strany svého okolí (Liss et al., 2012), hněv vůči sobě či svému okolí (Rizzo et al., 2013) a mohou mít nízký pocit sebeúčinnosti v mateřství a nízkou celkovou spokojenost s mateřskou rolí (Wagstaff et al., 2024). Z toho vyplývá, že koncept intenzivního mateřství představuje mateřské ideály, které mohou výrazně ovlivňovat emocionální prožívání matek usilujících o jejich dosažení. Zranitelné jsou obzvláště prvorodičky, jelikož nemají dostatek zkušeností s rodičovstvím a mohou čelit dosud nepoznanému sociálnímu tlaku v oblasti mateřství (Gunderson & Barrett, 2017), jak jsem již zmiňovala v odstavcích výše.

1.4 Diskrepance mezi ideály mateřství a žitou realitou

To, že se ženy snaží dostát ideálům moderního mateřství, mají dojem, že se jim to nedaří a v důsledku toho zažívají negativní pocity a stavy ve vztahu k sobě a svému okolí, může být nahlédnuto optikou teorie sebediskrepance. Teorie sebediskrepance zkoumá, jak nesoulad mezi různými aspekty sebepojetí ovlivňuje emoce. Higgins (1987) identifikuje tři klíčové složky sebepojetí – skutečné já (*actual self*), tedy to, jak jedinec vnímá, kým skutečně je, ideální já (*ideal self*), tedy to, jaký by jedinec chtěl být, a požadované já (*ought self*), tedy to, jaký by jedinec měl být na základě svých povinností a očekávání druhých. Nesoulad mezi těmito složkami sebepojetí může vést k různým negativním emocím.

Když tuto problematiku přeneseme na mateřství, můžeme definovat, že skutečné já matky se vztahuje k tomu, jaká matka ve skutečnosti je – jak vnímá sama sebe, své

chování, myšlenky a emoce v mateřské roli. Ideální já odkazuje na to, jak žena vnímá ideální matku a jaká by žena chtěla být v mateřské roli. Skutečné já matek se může lišit od jejich ideálního já. Tento stav popisují Prikhidko a Swank (2018) ve svém kvalitativním výzkumu matek batolat. Matky v tomto výzkumu popisovaly rozdíl mezi tím, jak vnímají ideální a skutečnou představu matky. Jako „ideální matku“ popisovaly ženu, která zvládá dokonale vyvažovat více rolí a která je tedy schopna věnovat dostatek času a energie svým dětem, partnerovi i sobě. Ve svých výpovědích tedy ženy popisovaly představu matky, která odpovídá konceptu intenzivního mateřství, kterou jsem definovala výše. Jako „skutečnou matku“ ženy popisovaly matku, která se snaží těmto očekáváním dostát, ale není toho schopná to, což jí způsobuje negativní pocity ve vztahu k sobě a svému okolí. Výzkumy ukazují, že pokud se toto reálné já matky významně liší od jejího ideálního já, může trpět pocity studu a viny (Rizzo et al., 2013), nedostatečnosti, selhávání v mateřské roli a sníženou sebehodnotou (Prikhidko & Swank, 2018), což je v souladu s teorií sebediskrepance. Pokud ale mají ženy realističtější očekávání ohledně mateřství, není diskrepance mezi jejich ideálním a skutečným já tak velká a jsou méně náchylné k těmto negativním pocitům a prožitkům (Rizzo et al., 2013). Rizzo et al. (2013) navíc ve svém výzkumu zjistili, že u matek je vztah mezi sebediskrepancí a studem moderován strachem z negativního hodnocení ze strany okolí.

1.5 Adaptační na mateřství za použití sociálních sítí

Celospolečenské vnímání rodičovství a jeho hodnocení prochází výraznými změnami. Od rodičů se očekává vysoká míra zapojení do života dítěte. Nároky a očekávání, které společnost na rodiče klade, jsou v různé míře prezentovány také v médiích (Mary et al., 2024; Masopustová et al., 2018).

V masových médiích je mateřství mnohdy idealizováno. Setkáváme se s filmy, seriály a knihami, ve kterých je těhotenství, porod a přechod k mateřství zobrazováno v téměř nerealisticky pozitivním světle, a naopak negativní stránky této životní změny bývají upozaděny. Tyto zdroje mohou formovat sdílené společenské očekávání, které vnímá přechod k mateřství jako bezproblémové období. Digitální technologie poskytují ženám online prostor pro sdílení informací, představ, zkušeností a názorů, čímž dochází k digitální (spolu)konstrukci konceptu mateřství. V tomto kontextu lze mateřství v digitálních médiích vnímat jako kulturní fenomén, který poskytuje příležitost reflektovat veřejnou reprezentaci mateřství a otevřít diskusi o jejích důsledcích (Orton-Johnson, 2017).

Další online prostředek, který může mít výrazný vliv na idealizaci mateřské role, jsou sociální sítě. Používání sociálních sítí může posilovat normativní představy o mateřství a zároveň potvrzovat specifické formy mateřství, které jsou právě populární (Capdevila et al., 2022). K tomu přispívá i množství profesionalizovaných účtů, jejichž

hlavním obsahem jsou témata týkající se těhotenství, mateřství a rodičovství, jejichž nárůst je v poslední době možné na sociálních sítích sledovat. Tyto účty svým obsahem výrazně přispívají k formulaci online reprezentace ideálu mateřství (Jorge et al., 2021).

Internet a sociální sítě se v poslední době rychle stávají důležitými a důvěryhodnými zdroji informací o rodičovství, ke kterým se matky čím dál tím častěji obracejí v otázkách týkajících se rodičovství a péče o děti (Moon et al., 2019). Nedávný výzkum z českého prostředí ukazuje, že i u nás je nejčastějším zdrojem informací o rodičovství internet (Masopustová et al., 2018). Webové stránky, diskusní fóra, aplikace a další internetové zdroje zaměřené na poskytování informací o těhotenství a rodičovství jsou však jen minimálně regulovány, nebo jim dokonce úplně chybí jakákoli kontrola sdíleného obsahu (Tripp et al., 2014). Subjekty, které poskytují informace týkající se rodičovství prostřednictvím online platform, jsou velmi různorodé. Mezi ty hlavní patří například zdravotníci, psychologové, firmy propagující své produkty, celebrity a obyčejní lidé sdílející své zkušenosti (Lupton, 2016). Výzkum Lupton (2016) ukázal, že nejpopulárnější online zdroje pro získávání informací ohledně těhotenství a rodičovství jsou webové stránky (57-60 %), diskusní fóra (26-28 %) a sociální sítě (22-33 %).

Internet a sociální sítě jsou v dnešní době stejně vlivné jako rodina a přátelé při formování chování, vytváření norem a ovlivňování rozhodování v oblasti rodičovství (Moon et al., 2019). Stabilní sociální zázemí a podpora je klíčem ke zvládnutí rodičovského stresu a pomáhá k dobrému přechodu k rodičovství (Cooper et al., 2009). Jedním z prostředků, který mohou v dnešní době novopečené matky využívat k hledání sociální opory, jsou stále dostupnější možnosti, které jim poskytuje právě internet, a to ať už se jedná o blogy, sociální sítě či jiná média. Sociální sítě, jako jsou Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest a další, nabízí rodičům nové způsoby, jak se spojit s ostatními rodiči online a vyměňovat si osobní informace o rodičovství díky možnosti nahrávat vlastní obsah a reagovat na obsah ostatních pomocí komentování, označování, sdílení a mnoha dalších možných interakcí (Lupton et al., 2016). Sociální sítě a aplikace používají v souvislosti s mateřstvím zejména ženy, které jsou poprvé těhotné nebo které vychovávají své první dítě (Wallwiener et al., 2016). Ženy v období krátce po porodu navíc obecně tráví více času na sociálních sítích (Tomfohrde & Reinke, 2016). Tento trend zvýšeného používání sociálních sítí pokračuje v prvních devíti měsících života dítěte (Bartholomew et al., 2012). Názory na to, zda je používání sociálních sítí v raných fázích mateřství spíš protektivní nebo rizikový faktor, se různí.

1.5.1 Negativní vliv sociálních sítí

Některé výzkumy tvrdí, že používání sociálních sítí má negativní vliv na těhotné ženy a novopečené matky. Vystavování se online obsahu, který se týká mateřství, může novopečené matky stresovat a negativně ovlivňovat jejich pocity ohledně přechodu k mateřství a rodičovských schopností a kompetencí (McDaniel et al., 2012). Matky, které používají sociální sítě uvádějí, že se cítí zahlceny různými zdroji a přístupy k výchově

dětí, které jsou prezentovány na sociálních sítích, což přispívá k pocitům nejistoty (Prikhidko & Swank, 2018). Sociální sítě navíc často prezentují nereálné idealistické představy o mateřství, které mohou negativně ovlivnit well-being matek, když se jim nedaří těmto ideálům dostat (Wagstaff et al., 2024). Tvůrci obsahu na sociálních sítích týkajícího se mateřství tak formují představu o tom, co znamená být dobrou matkou a zároveň posilují sociální tlak na ostatní matky (DeGroot & Vik, 2019). Výzkum Germic et al. (2021) tvrdí, že vystavení žen obsahu na sociálních sítích, který je zaměřen na mateřství, zásadně snižuje mateřské sebevědomí (*maternal self-confidence*). Zajímavé je, že tento efekt platil pro obsah, ve kterém se matky prezentovaly jako Alpha Mothers, ale i pro obsah zobrazující méně idealizovaný a soutěživý obraz mateřství. Časté sociální srovnávání prostřednictvím sociálních sítí vede u žen ke sníženému pocitu sebeúčinnosti v mateřské roli, nižší emoční stabilitě a častějším pochybnostem o vlastních rodičovských schopnostech (Wagstaff et al., 2024). Tato zjištění jsou v souladu s teorií sociálního srovnávání a teorií sebediskrepance, jelikož na sociálních sítích často dochází k tomu, že lidé srovnávají své skutečné já s ideálním já ostatních (Coyne et al., 2017). To vede k častějšímu sociálnímu srovnávání směrem nahoru (Chou & Edge, 2012). Protože se v takových případech jedinci na sociálních sítích srovnávají s idealizovaným, nedosažitelným standardem, může to vést ke sníženému sebehodnocení, well-beingu a pocitům nedostatečnosti (Lowe-Calverley, 2019; Midgley et al., 2021).

1.5.2 Pozitivní vliv sociálních sítí

Některé výzkumy naopak uvádí, že používání sociálních sítí může mít na ženy v mateřské roli pozitivní vliv. V současné době matky stále častěji využívají online platformy, zejména skupiny na sociálních sítích, aby navázaly kontakt s dalšími ženami a sdílely spolu záležitosti týkající se mateřství. Sociální sítě tak poskytují matkám možnost vytvářet online komunity, které jim poskytují prostor pro socializaci a vytváření blízkých vazeb (Gleeson et al., 2019). Online mateřské komunity ženám mohou poskytovat bezpečný prostor pro sdílení intimních témat. Často poskytují ženám přístup k sociální opoře a radám od ostatních matek, což je obzvláště důležité pro těhotné ženy a novopečené matky, protože se mohou cítit izolované a omezené svou novou rolí. Ať už vytvářejí svůj vlastní online obsah nebo čtou již existující, účast na online aktivitách jim může poskytnout rozptýlení, kontakt s ostatními matkami a ujištění, že nejsou samy (McDaniel et al., 2012). Vzhledem k tomu, že těhotenství a narození prvního dítěte představuje novou zkušenost, která zasahuje do mnoha životních oblastí ženy, online komunity se stávají klíčovým zdrojem sociální opory, protože poskytují prostor pro sdílení zkušeností a rad s ostatními ženami v podobné situaci (Johnson, 2014). Díky online prostředí, které není omezeno fyzickou blízkostí, je taková podpora mnohem rozmanitější, protože pochází od širší skupiny lidí než jen od bezprostředních osobních kontaktů, se kterými se žena fyzicky stýká (Johnson, 2014). Sociální sítě mohou sloužit jako doplňkový podpůrný mechanismus k opoře, kterou novopečeným matkám

poskytuje rodina a přátelé a přispívat tak k pozitivnímu emočnímu stavu (Onishi et al., 2024). Těhotné ženy a novopečené matky si navíc vysoce cení informací a podpory, kterou jim poskytují internetové zdroje a sociální sítě (Lupton, 2016). Některé ženy dokonce využívají online prostředí jako způsob, jak se vyrovnat s negativními emocemi spojenými s různými aspekty mateřství (Pedersen & Lupton, 2016). Využívání benefitů sociálních sítí tak může přispívat k vyššímu well-beingu matek (Hall & Irvine, 2008).

Studie McDaniel et al. (2012) rámuje pozitivní vliv sociálních sítí na well-being matek pomocí ekologické teorie životního prostoru. Tato teorie popisuje, jak se lidé vyvíjejí v různých systémových kontextech: mikrosystému, mezosystému, exosystému a makrosystému (Bronfenbrenner, 1986), přičemž pro popis interakce matek a sociálních sítí považují McDaniel et al. (2012) mikrosystém a mezosystém za klíčové. Mikrosystém zahrnuje přímé vztahy a interakce mezi matkou, dítětem a partnerem, zatímco mezosystém odkazuje na propojení mezi matkou a institucemi, v tomto případě blogy a sociálními sítěmi. Tyto platformy, které reprezentují mezosystém, mohou matce pomoci zlepšit vztahy v mikrosystému prostřednictvím sdílení zkušeností, získávání zpětné vazby a sociální podpory od ostatních uživatelů. Tyto pozitivní interakce podle výsledků studie McDaniel et al. (2012) pomáhají snížit stres matky a zvýšit její well-being i kvalitu duševního zdraví, protože se matka cítí méně izolovaná a více propojená se světem mimo svůj domov prostřednictvím online prostředí.

1.5.2.1 Pozitivní vliv online mateřských komunit

Konkrétní příklad toho, jak může fungovat online mateřská komunita, poskytuje obsahová analýza britského diskusního fóra Mumsnet, kterou provedly Pedersen a Lupton (2016). Tato analýza přinesla zajímavé výsledky týkající se sdílení negativních zkušeností s mateřstvím. Přestože Mumsnet je fórum, ve kterém je obecně uznáván a podporován obraz mateřství, který prezentuje ideologie intenzivního mateřství, ženy zde díky anonymitě, kterou jim fórum poskytuje, sdílí i negativní myšlenky, zážitky nebo zkušenosti v oblasti mateřství, které neodpovídají tomuto stereotypnímu ideálnímu obrazu matky. Většina negativně laděných příspěvků, které byly součástí analýzy, došla od ostatních uživatelů komentáře plné útechy, podpory a empatie. Typická reakce na příspěvky tohoto typu často obsahovala odkazy na vlastní zkušenosti a pocity s cílem ujistit autorku příspěvku, že její pocity jsou normální, sdílené a pochopené, a že neodporují onomu ideálnímu obrazu matky. Mumsnet tedy poskytuje uživatelkám pochopení a přijetí ambivalentních nebo negativních pocitů spojených s mateřstvím oproti tradičním mainstreamovým médiím nebo sociálním sítím.

Studie César et al. (2018), která se zaměřovala na sdílení emocí souvisejících s mateřstvím na sociálních sítích a došla k závěru, že matky sdílí pozitivní emoce ve veřejných online skupinách a personalizovaných příspěvcích. To, že ženy sdílí na sociálních sítích obsah týkající se především pozitivních aspektů mateřství může být vnímáno jako prostředek, kterým si ženy upevňují vlastní mateřskou identitu tím, že veřejně demonstrují své jednání v souladu se společenskými normami (Wegener et al. 2022).

Negativní emoce související s mateřstvím naopak častěji sdílí v uzavřených online skupinách a anonymně (César et al., 2018), což dokládá i výše zmíněný výzkum Pedersen a Lupton (2016).

1.6 Sociální srovnávání prostřednictvím sociálních sítí

Když žena dítě porodí, stává se pro ni porovnávání mateřských kompetencí novou doménou, která může být podrobena sociálnímu srovnávání (Coyne et al., 2017). Vzhledem k tomu, že lidé mají tendenci se srovnávat s podobnými jedinci (Festinger, 1954), je pravděpodobné, že se matky srovnávají s jinými matkami. Taková sociální srovnání mohou mít významné emocionální důsledky, které mohou ovlivnit well-being matek (Tate, 2023).

Teorie sociálního srovnávání se snaží vysvětlit, jak a proč se lidé porovnávají s ostatními. Jedinci se porovnávají s ostatními, protože chtějí získat objektivní měřítko pro hodnocení svých vlastních schopností a postojů. Teorie sociálního srovnávání představuje dva hlavní typy porovnávání. Porovnávání směrem nahoru je porovnávání s lidmi, kteří jsou považováni za lepší nebo úspěšnější, což může navodit motivaci ke zlepšení nebo naopak pocity nedostatečnosti, závisti, viny nebo úzkosti. Porovnávání směrem dolů, tedy porovnávání s lidmi, kteří jsou považováni za horší nebo méně úspěšné, může zvýšit sebedůvěru a vést k pocitům úspěchu, nebo naopak k pocitům lítosti a soucitu. Porovnávání tedy může mít různé dopady na psychiku jedince a může vést k emocím jak s negativní valencí, tak s pozitivní valencí (Festinger, 1954).

Jelikož jsou se sociálním srovnáváním spojeny situační faktory, jako je například nejistota (Gibbons & Buunk, 1999), je možné, že prvorodičky budou k sociálnímu srovnávání více náchylné než vícerodičky, jelikož jsou stále v procesu utváření mateřské identity (Chae, 2015). Spíše mladší než starší rodiče a spíše matky než otcové se zapojují do vyhledávání většího množství informací o rodičovství (Walker et al., 2011). Generace žen, které jsou v dnešní době novopečenými mladými matkami, se navíc řadí mezi digital natives a jsou tedy zvyklé ve velké míře využívat digitální technologie (Prensky, 2001). Vzhledem k tomu, že pro dnešní rodiče je nejčastějším zdrojem informací o rodičovství internet (Masopustová et al., 2018), lze usuzovat, že novopečené mladé matky se budou více zapojovat do vyhledávání informací o mateřství online, a tedy budou častěji zapojené do sociálního srovnávání. Tímto se zabývá studie Chae (2015), která našla souvislost mezi orientací na sociální srovnání a používáním sociálních sítí u novopečených matek. Když se matky zapojují do sociálního srovnávání prostřednictvím sociálních sítí, jsou vystaveny mateřskému diskurzu o tom, jaké rodičovské postupy jsou ideální, jak by správná matka měla vypadat a co by měla dělat. Vzhledem k tomu, že sociální vazby hrají klíčovou roli v životě novopečených matek, může touha zapadnout a snaha získat v (online) komunitě matek vyšší sociální status vést k internalizaci prezentovaných rodičovských ideálů (Wagstaff et al., 2024). Matky se

tedy mohou na sociálních sítích nejen porovnávat s ostatními prostřednictvím sociálního srovnávání, ale také ukazovat svůj vlastní sociální status a tím se strategicky sebezprezentovat (Ouvrein, 2022). Wagstaff et al. (2024) tvrdí, že ženy s vyšší mírou soutěživosti do sebezprezentace na sociálních sítích a do sociálních sítí obecně investují více energie a času. Zjistili, že se tyto ženy také častěji sociálně srovnávají s ostatními ženami.

Sociální srovnávání směrem nahoru prostřednictvím sociálních sítí často snižuje spokojenost se životem a možnost inspirace objektem sociálního srovnávání kvůli pocitům nedostatečnosti a žárlivosti. Naopak sociální srovnávání směrem dolů prostřednictvím sociálních sítí častěji vyvolává pozitivní emoce a větší spokojenost s vlastním životem. Lidé jsou tedy sociálním srovnáváním na sociálních sítích ovlivněni jak pozitivně, tak negativně (Park & Baek, 2018). Kvalitativní výzkum Tosun et al. (2020) se zaměřil na emoce, které matky prožívají, když jsou vystaveny sociálnímu srovnávání prostřednictvím sociálních sítí. Výzkum zjistil, že matky popisují pozitivní i negativní emoce při sociálním srovnávání směrem nahoru i směrem dolů. Ženy uváděly, že v rámci sociálního srovnávání směrem nahoru cítily nejčastěji nespokojenost, smutek, lítost a hněv. Méně ochotněji zmiňovaly, že cítí závist směrem k osobě, se kterou se srovnávaly. Některé ženy zmínily, že v situacích sociálního srovnávání směrem nahoru pocítily inspiraci osobou, se kterou se srovnávaly, což je v souladu s tím, že sociální srovnávání směrem nahoru může vést k pocitům optimismu, obdivu a inspirace, pokud vyvolá proces asimilace (Smith, 2000). Účastnice výzkumu Tosun et al. (2020) tedy v souvislosti se sociálním srovnáváním směrem nahoru popisovaly jak pozitivní, tak negativní emoce. Emoce s negativní valencí však převládaly. Co se týče sociálního srovnávání směrem dolů, většina emocí, které ženy popisovaly, byla pozitivní valence – nejčastěji zmiňovaly radost z vlastního úspěchu. V souvislosti se sociálním srovnáváním směrem dolů ale zmiňovaly ale i negativní emoce, mezi kterými nejčastěji zazněly lítost a soucit vůči ženám, se kterými se srovnávaly. V závěru studie Tosun et al. (2020) tvrdí, že sociální srovnávání směrem nahoru vyvolává primárně touhu být jako objekt sociálního srovnávání, zatímco sociální srovnávání směrem dolů vyvolává soucit a ochotu pomoci objektu sociálnímu srovnávání, přičemž oba dva případy mohou být doprovázeny negativními i pozitivními emocemi.

Nedávný výzkum Onishi et al. (2024) se zaměřil na propojení sociálního srovnávání novopečených matek prostřednictvím sociálních sítí a osamělosti. Výzkumný tým identifikoval čtyři kategorie mateřského sociálního srovnávání na sociálních sítích – negativně zaměřené srovnávání, intenzivní srovnávání, ambivalentní srovnávání a pozitivně zaměřené srovnávání. Navíc také popsali pátou kategorii žen, které tvrdily, že se na sociálních sítích s ostatními matkami nesrovnávají nebo že v nich toto srovnávání nevyvolává žádné emoce. Ženy zařazené do skupiny negativně zaměřeného srovnávání v porovnání s ostatními ženami častěji popisovaly negativní emoce při srovnávání se s ostatními na sociálních sítích. Popisovaly například pocity méněcennosti, závisti nebo frustrace, což podle Onishi et al. (2024) mohlo vést ke zvýšenému pocitu

osamělosti a ke sníženému sebevědomí. Skupina žen, která byla zařazena do kategorie intenzivního srovnávání, se vyznačovala častým a intenzivním srovnáváním s ostatními matkami. I v této kategorii převládalo negativní prožívání v důsledku sociálního srovnávání. Třetí kategorie, kterou Onishi et al. (2024) popsali, je ambivalentní srovnávání. Ženy v této kategorii zažívaly pocity s negativní i pozitivní valencí při srovnávání se s ostatními matkami. V poslední kategorii, kterou Onishi et al. (2024) nazvali pozitivně zaměřené srovnávání, ženy vnímaly srovnávání na sociálních sítích převážně pozitivně a popisovaly pozitivní emoční reakci.

Tyto a další studie ukazují, že sociální srovnávání mezi matkami na sociálních sítích probíhá a že v ženách budí různorodé reakce na emoční úrovni (Onishi et al., 2024; Prikhidko & Swank, 2018; Tosun et al., 2020; Wagstaff et al., 2024). Sociální srovnávání s ostatními matkami na sociálních sítích může mít navíc vliv na well-being matek a jejich mateřské sebehodnocení (McDaniel et al., 2012) a celkovou spokojenost s mateřskou rolí (Wagstaff et al., 2024). Z toho jednoznačně vyplývá, že se jedná o důležité téma, kterému by měla být věnována větší pozornost.

1.7 Současná studie

Tato práce na studie zabývající se mateřským sociálním srovnáváním na sociálních sítích naváže. Vzhledem k některým limitům těchto studií je vhodné provést výzkum zabývající se touto problematikou a přispět tak k dosavadním poznatkům a rozšířit existující vědění v této oblasti.

V rámci studie Tosun et al. (2020) byly ženy dotazovány na dvě otázky s otevřenou odpovědí prostřednictvím počítače. Jejich odpovědi byly následně kvalitativně zkoumány prostřednictvím tematické analýzy. Jsem toho názoru, že tento způsob dotazování a odpovídání skýtá značné množství nevýhod. Za prvé, při dotazování pomocí strukturovaného dotazníku na počítači může dojít k nepochopení otázky a respondent nemá možnost ujistit se, že otázku chápe správně. Za druhé, písemná odpověď může být stručnější a může být tedy obsahově chudší než mluvená odpověď. Z tohoto důvodu může uniknout velké množství dat, které by bylo jinak možné zahrnout do analýzy. Za třetí, mluvený rozhovor poskytuje prostor pro doplňující otázky, které mohou být předpřipravené v rámci podkladů pro polostrukturovaný rozhovor a které mohou dále rozšířit obsahový potenciál materiálu získávaného k analýze.

Jako další nedostatek vnímám to, že v rámci studie Tosun et al. (2020) byly respondentkám položeny pouze dvě otázky – jedna na sociální srovnávání směrem dolů a druhá na sociální srovnávání směrem nahoru prostřednictvím sociálních sítí. Otázky byly položeny tak, že byla podrobně popsána situace, ve které by se ženy mohly na sociálních sítích srovnávat směrem dolů nebo nahoru a byly dotázány, jaké emoce by v takové situaci cítily. Jsem toho názoru, že otázky by bylo vhodné pokládat takovým způsobem, aby měly respondentky větší prostor samy charakterizovat reálné situace,

kteřé zažívají na sociálních sítích, a popisovat jaké emoce v důsledku toho cítí. Jak jsem již zmínila výše, jako problematické vnímám i velmi nízké množství otázek a chybějící možnost ptát se na doplňující otázky, ať už předpřipravené, nebo vyplývající z konkrétního rozhovoru.

Limit, který zmiňují Tosun et al. (2020) sami ve svém výzkumu, je ten, že se všech respondentek ptali na otázky ve stejném pořadí – nejprve na otázku týkající se sociálního srovnávání směrem nahoru, poté na otázku týkající se sociálního srovnávání směrem dolů. Tvrdí, že vzhledem k tomu, že některé výzkumy ukazují, že sociální srovnávání směrem nahoru ovlivňuje negativně náladu, zařadili ho na začátek, aby chránili respondentky. Zároveň ale tvrdí, že pořadí otázek mohlo ovlivnit jejich odpovědi a vyústit tak v efekt pořadí. Doporučují, aby navazující výzkumy pořadí otázek střídaly a uplatnily tzv. *counterbalancing*, aby předešly zkreslení dat.

Jako další limit zmiňují to, že do svého výzkumu zahrnuli respondentky s příliš různorodě starými dětmi (zmiňují, že děti zkoumaných žen byly narozeny mezi lety 1992-2017, nejstaršímu dítěti tedy bylo kolem 25 let, nejmladšímu kolem 1 roku. Přesný věk dětí nezmiňují.). Tvrdí, že další výzkumy by se měly soustředit na matky kojenců a batolat, jelikož tyto matky mohou být náchylnější k sociálnímu srovnávání v oblasti mateřství. Toto jejich tvrzení je v souladu s tím, co zmiňuji výše, a to že novopečené matky jsou k sociálnímu srovnávání více náchylné než vícerodičky, jelikož jsou stále v procesu utváření mateřské identity (Chae, 2015). Jsem toho názoru, že by se v navazujícím výzkumu neměl věkově ohraničit jen věk dětí, ale i matek. Výzkum Tosun et al. (2020) zahrnuje matky ve věku mezi 20 a 48 lety ($M = 36,36$; $SD = 6,91$). Dle mého názoru by bylo vhodné zkoumat věkově homogennější vzorek novopečených matek.

Další limit, který vnímám ve studii Tosun et al. (2020), je ten, že se jejich výzkum týká pouze jedné specifické kultury. Zmiňují, že turecká kultura je kolektivistická a klade důraz na vztahy a emoční propojenost mezi lidmi. Z toho vyvozují, že mnoho respondentek mělo tendenci hodnotit situaci nejen ze svého vlastního pohledu, ale také z pohledu osoby, které se situace týkala, a to i přes to, že byly požádány, aby popisovaly své vlastní emoce. Jsem toho názoru, že vzhledem k tomu, že česká kultura je pravděpodobně na pomezí mezi čistě kolektivistickými a čistě individualistickými kulturami (Lacko et al., 2021), zjištění ze zkoumání české populace by mohly přispět nejen ke komparaci s tureckou kulturou, ale navíc především k větší reprezentativnosti a zobecnitelnosti výzkumných zjištění.

Z výše zmíněného vyplývá, že modifikovaný navazující výzkum je potřebný, jelikož rozšíří a částečně redefinuje doposud zjištěné poznatky v této oblasti. Jak již bylo uvedeno, přechod ženy k mateřství představuje významnou životní změnu. Mateřství se stává novou složkou identity, která může být podrobena sociálnímu srovnávání (Coyne et al., 2017). Sociální srovnávání s ostatními matkami může mít zásadní dopad na emoční prožívání ženy, což se může promítnout do jejího psychického rozpoložení, duševního zdraví (Miller, 2016), well-beingu (Kirkpatrick & Lee, 2022; Tate, 2023),

subjektivní spokojenosti v mateřské roli (Botha et al., 2020; Studts et al., 2019) i dalších klíčových oblastí. Vzhledem k tomu, že tendence k sociálnímu srovnávání je ovlivněna situačními faktory, jako je například nejistota (Gibbons & Buunk, 1999), lze předpokládat, že prvorodičky budou k sociálnímu srovnávání více náchylné než vícero-dičky, jelikož jsou stále v procesu utváření mateřské identity (Chae, 2015).

Výrazný prostor pro sociální srovnávání v dnešní době poskytují sociální sítě (Chae, 2015), které jsou významným zdrojem informací v oblasti mateřství (Lupton, 2016; Moon et al., 2019) i reprezentací mateřství (Capdevila et al., 2022). Sociální sítě a aplikace používají v souvislosti s mateřstvím zejména ženy, které jsou poprvé těhotné nebo které vychovávají své první dítě (Walker et al., 2011; Wallwiener et al., 2016). Současná generace mladých matek navíc patří mezi digital natives, jelikož vyrůstaly v době digitálních technologií a běžně je každodenně ve velké míře využívají (Prensky, 2001). Výzkumy navíc ukazují, že období krátce po porodu bývá spojeno se zvýšeným využíváním sociálních sítí (Tomfohrde & Reinke, 2016), a tento trend přetrvává i v prvních devíti měsících života dítěte (Bartholomew et al., 2012).

Z tohoto důvodu se tato práce zaměří na ženy ve třetí dekádě života, které jsou matkami svého prvního dítěte ve věku 0 až 3 roky. Tento výběr odpovídá předpokladu, že tyto ženy budou častěji používat sociální sítě a zároveň budou v procesu formování mateřské identity. Hlavní výzkumná otázka, kterou si tato práce klade, zní: *Jakým způsobem probíhá proces sociálního srovnávání na sociálních sítích u matek prvorodiček ve třetí dekádě života a jakou roli hraje v jejich emočním prožívání?*

2 Metoda

2.1 Design výzkumu

Výběr účastnic proběhl metodou sněhové koule vzhledem k tomu, že tato metoda je vhodná zejména v situacích, kdy je obtížné získat přístup k osobám s požadovanými charakteristikami (Naderifar et al., 2017; Valerio et al., 2016). Zkoumaná populace v tomto výzkumu jsou prvorodičky ve věku 18 až 29 let. Průměrný věk prvorodiček v Česku byl v roce 2023 30,4 let (Český statistický úřad, 2024), což je vyšší věk než horní věková hranice zkoumaného vzorku v této práci. Proto lze požadovaný vzorek považovat za obtížně získatelný, a tudíž je metoda sněhové koule vhodným postupem pro oslovení účastnic. Na tomto místě je nutné zmínit, že vzhledem ke způsobu získání výzkumného vzorku je nezbytné brát v úvahu potenciální riziko homogenity vzorku, a tudíž i omezenou zobecnitelnost výsledků. Této problematice je věnována bližší pozornost v kapitole Diskuze.

Sběr dat proběhl metodou polostrukturovaných rozhovorů. Příprava schématu rozhovorů (viz Příloha C) proběhla podle pěti kroků, které doporučují Kallio et al. (2016). Tato metoda byla vybrána především proto, že zároveň poskytuje závazné schéma, kterého se výzkumník drží, ale také poskytuje dostatek volnosti a prostoru pro zaměňování pořadí tematických okruhů. Takováto možnost přizpůsobení aktuální situaci a potřebám rozhovoru umožňuje zvýšit jeho informační přínos.

Vzhledem k povaze zkoumaného tématu byl zvolen kvalitativní design výzkumu, jelikož poskytuje prostor pro hluboké porozumění lidskému prožívání, chování, postojům a významům, které lidé přisuzují svým zkušenostem (Percy et al., 2015). V rámci kvalitativních výzkumných designů byla zvolena reflexní tematická analýza, jelikož umožňuje napříč daty identifikovat opakující se významy, které obsahují odpověď na výzkumnou otázku (Braun & Clarke, 2006; 2022). Analýza dat proběhla podle šesti kroků, které doporučují Braun a Clarke (2022).

2.2 Výzkumný vzorek

Potenciální účastnice výzkumu byly osloveny pomocí pozvánky (viz Příloha A), ve které bylo popsáno, čeho se výzkum týká, jaké jsou podmínky účasti a co ženy čeká, pokud se rozhodnou do výzkumu zapojit. Kontaktováno bylo celkem 43 žen prostřednictvím emailu, Messengeru, Instagramu a WhatsAppu. Z toho 14 žen neodpovědělo, 9 žen odpovědělo, ale nesplňovaly některou z podmínek výzkumu a 20 žen odpovědělo a splňovaly všechny podmínky výzkumu. Těchto 20 žen se zúčastnilo výzkumu. Jejich výběr proběhl metodou sněhové koule, 3 ženy byly kontaktovány výzkumníci na

základě osobní známosti, na 11 žen opatřili kontakt a souhlas k oslovení známí výzkumnice a na 6 žen opatřily kontakt a souhlas k oslovení ženy zahrnuté ve výzkumu.

19 žen, které se zúčastnily výzkumu, splňovaly všechny podmínky výzkumu, a tedy byly matkami svého prvního dítěte ve věku 0 až 3 roky, bylo jim mezi 19 a 29 lety a používaly sociální sítě. Jedna matka byla matkou dvojčat, a tudíž nesplňovala první podmínku účasti ve výzkumu. Vzhledem k tomu, že tato podmínka neměla za cíl ošetřit počet dětí, ale to, aby žena byla prvorodičkou, byla tato žena do výzkumného souboru zahrnuta.

Ženy zahrnuté ve výzkumném souboru byly ve věku 21 až 29 let ($M = 25,3$; $SD = 2,45$). Děti jejich děti byly ve věku 2 až 35 měsíců ($M = 14,05$; $SD = 9,08$). Další demografické údaje a údaje týkající se používání sociálních sítí shrnují Tabulky 1 až 4.

Tab. 1: Demografické údaje

Údaj	Kategorie	Počet žen
Partnerský status	Vdaná za otce dítěte	13
	Nesezdaná v partnerském stavu s otcem dítěte	7
Složení domácnosti	Ve stejné domácnosti jako biologický otec dítěte	20
Dosažené vzdělání	ZŠ	1
	SOŠ s maturitou	5
	Gymnázium	2
	VOŠ	1
	VŠ – Bc.	5
	VŠ – Mgr.	6
Stav	Rodičovská	7
	Rodičovská + studium VŠ	6
	Rodičovská + práce na částečný úvazek	6
	Práce na plný úvazek	1
Velikost bydliště	2 000 - 15 000 obyvatel	5
	15 000 - 80 000 obyvatel	2
	80 000 - 1 000 000 obyvatel	11
	Nad 1 000 000	2

Tab. 2: Používané sociální sítě

Název sociální sítě	Počet žen
Facebook	20
Messenger	20
Instagram	19
WhatsApp	19
YouTube	19
Pinterest	14
TikTok	7
Threads	5
BeReal	3
Mamio	3
SnapChat	2
Signal	1
Telegram	1
LinkedIn	1

Tab. 3: Čas strávený používáním sociálních sítí

Čas denně	Počet žen
<1 h	3
1-2 h	2
2-3 h	9
>3 h	6 (z toho dvě 4 h, tři 5 h, jedna 7 h)

Tab. 4: Aktivita na sociálních sítích

Aktivita	Denně	Týdně	Měsíčně	Ročně	Nikdy
Prohlížení obsahu	20	×	×	×	×
Sdílení vlastního obsahu	2	8	8	1	1
Komentování obsahu	2	4	8	1	5
Lajkování obsahu	14	4	1	×	1

2.3 Tvorba dat

Rozhovory probíhaly podle předem připraveného schématu (viz Příloha C). Vzhledem k tomu, že se jednalo o polostrukturovaný rozhovor, každý rozhovor obsahoval doplňující otázky, jejichž cílem bylo zvýšit informační přínos rozhovoru. Průběh každého rozhovoru tak byl unikátní.

Setkání s ženami a výzkumné rozhovory proběhly vždy na místě, které daná žena preferovala a považovala za pohodlné a příjemné. 6 rozhovorů proběhlo v kavárně, 5 na procházce, 5 online, 2 doma, 1 v dětské herně a 1 v uměleckém ateliéru. 12 rozhovorů proběhlo za přítomnosti dítěte, 8 bez. 2 rozhovory proběhly za přítomnosti partnera.

Rozhovory proběhly mezi 19.2.2025 a 25.3.2025. S každou z žen jsem se potkala na smluveném místě podle jejího přání, představily jsme se a chvíli jsme se věnovaly seznamování a běžné konverzaci. Poté jsem přivedla řeč na svůj výzkum a podrobněji jsem jim představila, čím se výzkum zabývá a jak bude probíhat rozhovor. Dále jsem vysvětlila, jakým způsobem bude probíhat anonymizace, uchovávání a zpracovávání dat. Zdůraznila jsem také, že nemusí odpovídat na všechny otázky, pokud nebudou chtít a že rozhovor mohou kdykoliv ukončit bez udání důvodu. Seznámila jsem je také s možností zpětně odstoupit od výzkumu bez udání důvodu do doby, než přepíšu rozhovor do textové anonymizované podoby. Nechala jsem jim prostor na dotazy. Poté, co jsem je zodpověděla, jsem jim dala k přečtení a podepsání informovaný souhlas (viz Příloha B). Teprve poté jsem začala nahrávat rozhovor. Průměrná doba trvání rozhovoru byla 57 minut (Min = 37 minut, Max = 85minut).

2.3.1 Příprava sběru dat

Před samotným zahájením sběru dat byly připraveny demografické otázky pro zmapování vzorku a otázky do rozhovoru, které byly zapracovány do předpokládaného schématu polostrukturovaného rozhovoru (viz Příloha C). Schéma bylo konzultováno s kolegyní, která nenavrhlala žádné úpravy. Poté bylo schéma konzultováno s vedoucí této práce, která navrhla přeformulování pěti otázek tak, aby byly psány méně odborným jazykem a aby byly pro účastnice srozumitelnější. Tyto úpravy byly zapracovány. Dále navrhla přidání posledních dvou otázek, které byly zařazeny na konec rozhovoru. Tyto otázky neměly za cíl získávat další data, ale poskytnout účastnicím prostor pro reflexi rozhovoru a případné sdílení negativních pocitů a jejich ošetření.

2.3.2 Pilotní rozhovor

Po nachystání schématu rozhovoru proběhl pilotní rozhovor. Rozhovor proběhl se ženou, kterou jsem neznala osobně, aby se situace co nejvíc podobala většině nadcházejících rozhovorů a abych předešla případným zkreslením. Po domluvě jsme se setkaly,

seznámily jsme se, obeznámila jsem ji s tím, čeho se týká můj výzkum a jak bude rozhovor probíhat a zodpověděla jsem její otázky. Poté jsem jí dala k přečtení a podepsání informovaný souhlas (viz Příloha B). Poté jsem spustila nahrávání a začaly jsme s výzkumným rozhovorem. Po skončení rozhovoru jsem se ženou ústně dotázala na demografické otázky. Po oficiálním ukončení rozhovoru jsem se ženou ještě asi hodinu zůstala na její přání a pokračovaly jsme v konverzaci o mateřských tématech.

Na základě pilotního rozhovoru jsem se rozhodla zařadit demografické otázky na začátek rozhovoru, a to ze dvou důvodů. Prvním důvodem bylo to, že jsem nabyla dojmu, že zařazení demografických otázek na začátek rozhovoru navodí formálnější a oficiálnější atmosféru. Považovala jsem za nutné tento krok udělat, protože jsem si v průběhu pilotního rozhovoru nebyla jistá, že žena i přes předcházející formality chápe, že probíhá výzkumný rozhovor, a nejen obyčejná konverzace, jelikož se vyjadřovala velmi neformálně a často odbíhala od tématu. Druhým důvodem bylo to, že žena, se kterou jsem vedla pilotní rozhovor, vypadala, že je poněkud v rozpacích, když jsem se jí po skončení rozhovoru začala dotazovat na demografické údaje. Myslím, že vzhledem k tomu, že rozhovor probíhal nenuceně a přirozeně, jí série demografických otázek na konci překvapila. Zařazení demografických otázek na začátek rozhovoru se u následujícího rozhovoru osvědčilo, a tudíž jsem takto postupovala u všech zbývajících rozhovorů.

Vzhledem k tomu, že pilotní rozhovor zahrnoval všechny předpřipravené otázky, probíhal stejně, jako následující rozhovory a poskytl cenná data, rozhodla jsem se ho zahrnout do analýzy.

2.3.3 Potenciální problémy v průběhu tvorby dat a práce s nimi

Vzhledem k povaze kvalitativního výzkumu a tvorby dat formou polostrukturovaných rozhovorů vznikaly v průběhu sběru dat potenciální problémy, které jsem se snažila ošetřit nejlépe, jak dovedu. Považuji za důležité v této kapitole problémy a jejich řešení krátce reflektovat. Výzkumné reflexi se podrobněji věnuji v kapitole Reflexe výzkumnice.

2.3.3.1 Podmínky realizace rozhovorů

S účastnicemi jsem se setkávala na místech, které samy vybraly tak, aby pro ně bylo setkání co nejpříjemnější a nejpohodlnější. 6 rozhovorů proběhlo v kavárně, 5 na procházce, 5 online, 2 doma, 1 v dětské herně a 1 v uměleckém ateliéru. Každé místo mělo své nevýhody vzhledem k průběhu rozhovoru. Kavárny byly obvykle hlučné, na procházkách bylo nahrávání ztížené tím, že jsem musela držet nahrávací zařízení v ruce v úrovni hlavy účastnice, online prostředí postrádalo charakter osobního setkání, setkání v domácím prostředí byly narušovány přítomností dítěte a partnera a setkání v dětské herně bylo velmi hlučné a narušované přítomností dětí. Tyto faktory moly mít vliv na pohodlí a na pozornost žen, a tudíž mohly negativně ovlivnit průběh rozhovorů.

Všechna tyto negativa ale byly vyvážena tím, že místa si vybíraly samy ženy tak, aby pro ně bylo setkání co nejpohodlnější, co se týče prostředí, dostupnosti místa setkání a možnosti (ne)mít s sebou dítě. Věřím proto, že nepohodlí účastnice nepocítovaly a pokud ano, tak v nejmenší možné míře.

12 rozhovorů proběhlo za přítomnosti dítěte, 8 bez. Rozhovory, které probíhaly za přítomnosti dítěte, byly v případě, že bylo dítě vzhůru, obvykle přerušované jeho potřebami a tím, že účastnice nebo já jsme na dítě reagovaly. Následky takových přerušování jsem se snažila minimalizovat tím, že jsem se snažila si pečlivě zapamatovat, co byly poslední slova účastnice před přerušováním a ve chvíli, kdy jsme se vrátily k rozhovoru, jsem jí je připomněla. 2 rozhovory proběhly za přítomnosti partnera, který se staral o dítě, aby měla žena prostor vést rozhovor. Tyto rozhovory byly přerušovány dotazy partnera směrem k ženě. Na tyto přerušování jsem reagovala nabídkou pozastavení rozhovoru. Následky takových přerušování jsem se snažila minimalizovat stejným způsobem jako v případě vyrušení dítětem. Tyto vyrušení mohly mít ale i tak vliv na průběh rozhovoru a na získávání dat. Vzhledem k tomu, že celý vzorek tvořily matky dětí ve věku 0 až 3 roky ale výše popsaným situacím nebylo možné předejít.

2.3.3.2 Faktory ovlivňující průběh rozhovorů

Vzhledem k tomu, že účastnice výzkumu byly podobně staré jako já, byly stejného pohlaví a setkávaly jsme se na neformálních místech, 14 z 20 žen mi nabídlo tykání. Přestože je tykání méně formální než vykání, rozhodla jsem se ho přijmout, abych nenarušila budování důvěrné atmosféry, která byla k vedení rozhovoru nutná. Sama jsem však ženám tykání nenabízela. Jsem toho názoru, že způsob oslovení nenarušil vztah mezi výzkumníci a účastnicemi negativním způsobem. Vzhledem k tomu, že ho účastnice volily samy, věřím tomu, že jim naopak poskytl prostor pro komunikační styl, který jim byl příjemný.

V průběhu vedení rozhovorů s více hovornými účastnicemi vyvstával problém v tom, že odbíhaly od tématu rozhovoru a sdílely různé věci související s mateřstvím, jejich dítětem a rodinnými záležitostmi. Vzhledem k povaze polostrukturovaného rozhovoru a vzhledem k výrazné sociální izolaci žen to bylo u hovornějších žen nevyhnutelné. V takových chvílích jsem se rozhodla volit direktivnější přístup k vedení rozhovoru, ženám jsem poděkovala za sdílení, nabídla jsem jim, že se k dané záležitosti můžeme vrátit po skončení výzkumného rozhovoru a požádala jsem je, zda bychom se mohly vrátit k tématu (například v rozhovoru s Adélou proběhla tato situace takto „*To chápu, musí to být velmi náročné. Pokud o to budete stát, můžeme se k tomu vrátit po vypnutí nahrávání a po skončení výzkumného rozhovoru. Bylo by to tak pro vás v pořádku? Můžeme se vrátit k rozhovoru?*“). Všechny účastnice v takové situaci reagovaly souhlasně a v průběhu daného rozhovoru už se většinou další taková situace neopakovala.

V průběhu některých rozhovorů vyvstal problém v tom, že ženy hovořily o něčem, s čím jsem z osobních důvodů nesouhlasila a vyžadovaly můj souhlas s jejich

stanoviskem (například „*Chápete, ne?*“ nebo „*No nemám pravdu?*“). V takových chvílích jsem nechtěla vyjádřit souhlas s něčím, s čím nesouhlasím, ale zároveň jsem nechtěla vyjádřit nesouhlas a narušit tak důvěrnou atmosféru potřebnou pro vedení rozhovoru. Obvykle jsem v takových chvílích reagovala úsporně a neutrálně (například „*Rozumím tomu, co říkáte.*“).

2.3.4 Anonymizace dat

V rámci anonymizace dat jsem nahradila skutečná křestní jména žen smyšlenými jmény náhodného výběru. Jména osob, které v průběhu rozhovorů ženy zmiňovaly, jsem nahradila obecnými názvy (například „*Maruška*“ – „*jméno dítěte*“). Názvy konkrétních míst, které účastnice zmiňovaly, jsem rovněž nahradila obecnými názvy (například „*Olomouc*“ – „*název města*“). Některé ženy zmiňovaly datum narození svého dítěte. Tento údaj jsem také anonymizovala nahrazením konkrétního datumu obecným názvem (například „*20.4.2024*“ – „*datum*“). Některé ženy zmiňovaly názvy konkrétních instagramových profilů, které sledují nebo názvy konkrétních facebookových skupin, jejímiž jsou členkami. Konkrétní názvy jsem opět nahradila názvy obecnými (například „*Květnová miminka 2024*“ – „*název facebookové skupiny*“). Tímto způsobem jsem data anonymizovala tak, aby účastnice nebylo možné identifikovat.

Po konzultaci s kolegyní jsem se rozhodla nahradit vulgární výrazy, které některé ženy používaly, hvězdičkami (například „*vulgární výraz*“ – „*******“). Vzhledem k tomu, že ženy vulgarismy používaly při popisu svých emocí, na které se tato práce zaměřuje, jsem tyto výrazy nechtěla cenzurovat úplně, jelikož jsem toho názoru, že mají důležitou vypovídací hodnotu o obsahu sdělení. Zároveň jsem je ale vzhledem k povaze této práce nechtěla zahrnovat v plném původním znění. Jakákoliv jiná slova, nespisovné výrazy, nářeční výrazy nebo anglicismy jsem neměnila, abych zachovala v co největší míře původní autenticitu dat.

2.3.5 Uchování dat

Po skončení rozhovoru byla nahrávka uložena do nahrávacího zařízení a zabezpečena heslem. Následně byla nahrána do počítače, ve kterém byla rovněž zabezpečena heslem. Poté byla přepsána do textové anonymizované podoby.

2.4 Etika výzkumu

Při prvním kontaktu prostřednictvím pozvánky (viz Příloha A) bylo ženám představeno, kdo je výzkumnice, čím se zabývá její výzkum, jak bude výzkum probíhat a jaké jsou podmínky účasti. Pozvánka byla formulována jako prosba o pomoc s výzkumem a bylo zdůrazněno, že účast je dobrovolná a že je v pořádku, pokud odmítnou.

Před zahájením rozhovoru bylo každé účastnici podrobně představeno, čeho se výzkum týká a jak bude probíhat. Bylo jim vysvětleno, jakým způsobem je rozhovor strukturován, čím se zabývá a jak bude vypadat. Všechny jejich případné dotazy byly zodpovězeny. Poté dostaly k přečtení a k podpisu písemný informovaný souhlas (viz Příloha B). Svým podpisem účastnice poskytly souhlas s použitím dat pro účely tohoto výzkumu, souhlas s pořízením audionahrávky rozhovorů a souhlas s anonymizovaným přepisem těchto nahrávek do textové podoby. Já jsem se svým podpisem informovaného souhlasu zavázala k tomu, že účastnicím poskytnu anonymitu a bezpečné uchování dat, možnost neodpovědět na jakoukoliv otázku, možnost kdykoliv ukončit rozhovor a možnost odstoupit od výzkumu.

Po skončení rozhovorů jsem účastnicím poskytla prostor pro debriefing, aby měly prostor sdílet myšlenky a pocity související s výzkumným rozhovorem a s tématy, kterých jsme se v jeho průběhu dotkly. Ujistila jsem se, že účastnice neodchází s negativními pocity. Většina účastnic při této příležitosti projevila radost ze setkání. Část účastnic projevila touhu dále rozebírat témata související s mateřstvím a rodičovstvím i přes ukončení výzkumného rozhovoru a ukončení nahrávání. V takovém případě jsem souhlasila a upozornila jsem je, že vystupují z role výzkumnice a že formální část setkání skončila.

Etické hledisko výzkumu bylo konzultováno s vedoucí této práce, což zajistilo, že byly dodrženy veškeré relevantní etické zvyklosti a normy.

2.4.1 Reflexe výzkumnice

Reflexivní tematická analýza je neodmyslitelně spjatá se subjektivním pohledem výzkumníka na zkoumané téma a získaná data (Braun & Clarke, 2022). Z tohoto důvodu je důležité vědět, jakým způsobem a na základě jakých východisek výzkumník k práci s daty přistupoval. Cílem takovéto reflexe je kriticky zhodnotit, jak výzkumníková perspektiva a rozhodnutí mohly ovlivnit výzkumný proces (Wilkinson, 1988). Proto v této kapitole popíšu za pomoci návodu, který nabízí Braun a Clarke (2022) svou reflexi témat, ze kterých vychází teoretický základ této práce a popíšu, jak mé postoje mohly ovlivnit sběr dat, tvorbu analýzy a výsledky této práce.

2.4.1.1 Reflexe zkoumané problematiky

Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá mateřstvím, vnímám jako důležité reflektovat to, jaký je můj postoj k mateřství. Sama jsem bezdětná, ale vždy jsem si představovala, že budu mít děti a těším se na to, až sama budu matkou. I přes svůj kladný vztah k mateřství jsem si však vědoma toho, že se nejedná o bezproblémové období, byť je mnohdy v popkultuře a v mainstreamových zdrojích prezentováno v idealistickém světle. První kontakt s mateřstvím jako s výzkumným tématem jsem měla v rámci předmětu Vývojová psychologie, kde jsem se seznámila s konceptem Yummy Mummy. Pohled na mateřskou roli skrze sociální srovnávání a sociální sítě, který nabízí tato

práce, vnímám jako způsob, jak nahlédnout na žitou zkušenost matek jak v pozitivním, tak v negativním světle.

Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá sociálními sítěmi, vnímám jako důležité přiblížit, jak vnímám sociální sítě. Sociální sítě se snažím omezovat. Když je používám, tak jako prostředek k inspiraci a k udržení kontaktu s blízkými osobami a s přitažlivým obsahem. Uvědomuji si, že mohou mít negativní vliv na můj well-being a pokud tuto změnu zaznamenám, trávím na sociálních sítích méně času. Považuji za velice důležité reflektovat to, jakým způsobem se mi změnil obsah na sociálních sítích v průběhu tvorby této práce. Vzhledem k tomu, že jsem pro účely této práce vyhledávala na internetu velké množství knih, článků a prací zabývajících se mateřstvím, algoritmy mých sociálních sítí zaznamenaly, že je pro mě mateřství aktuálním tématem a začaly mi nabízet obsah související s těhotenstvím, porodem a mateřstvím. Odhadem obsah zabývající se těmito tématy po dobu tvorby této práce tvořil 50–80 % veškerého obsahu, který mi sociální sítě nabízely. Díky tomu jsem měla unikátní možnost nahlédnout do obsahu na sociálních sítích, kterému jsou vystavovány matky. V průběhu rozhovorů mi to tedy poskytlo jistou výhodu, jelikož jsem věděla, o jakém typu obsahu ženy mluví. Měla jsem ale na paměti, že jejich zkušenost je jiná než ta moje a snažila jsem se přistupovat k dotazování tak, jako bych s mateřským obsahem na sociálních sítích neměla žádnou zkušenost.

2.4.1.2 Reflexe vedení rozhovorů

K vedení rozhovorů jsem díky sebereflexi přistupovala s vědomím toho, jaký je můj vztah k mateřství a k sociálním sítím a s vědomím toho, že účastnice mohou mít odlišné názory, které je potřeba respektovat a zkoumat.

Před samotným vedením jednotlivých rozhovorů jsem si o ženách nehledala žádné informace, abych si nevytvářela domněnky o tom, jaké budou a abych k nim nezačala cítit sympatie nebo antipatie dřív, než je osobně potkám. Vzhledem k tomu, že s většinou žen jsem navazovala první kontakt přes sociální sítě, neprohlížela jsem si tedy z tohoto důvodu jejich profily.

V průběhu vedení rozhovorů jsem se ženy snažila pochopit a vžít se do jejich prožívání. Jsem toho názoru, že můj upřímný zájem a empatie pomohly nastolit důvěrnou atmosféru, která ženám poskytla prostor pro sdílení pozitivních i negativních zkušeností. Sdílnost žen mohla být podpořená také tím, že jsme byly se všemi účastnicemi stejného pohlaví a podobného věku. Díky pilotnímu rozhovoru jsem si uvědomila, že je důležité, abych na ženy i přes svůj nízký věk a přátelské vystupování působila profesionálně. Na rozhovory jsem se tedy oblékala formálně a v průběhu rozhovorů jsem před sebou držela složku se schématem rozhovoru, do které jsem si čas od času něco poznamenala. Domnívám se, že mě tento způsob vystupování podpořil v roli výzkumnice. Myslím si, že jsem se i díky tomuto opatření dokázala držet této výzkumnice a vést rozhovory podle předem připraveného schématu. Pokud jsem cítila, že by nějaké téma stálo za bližší prozkoumání, kladla jsem související doplňující otázky. Pomocí

doplňujících otázek jsem se také ujistovala, že významy, které mě napadají, korespondují s žitou zkušeností účastnic a s jejich sdělením. V průběhu rozhovorů jsem se vyhýbala hodnotícím výrazům a souhlasným či nesouhlasným reakcím. Snažila jsem se reagovat chápavě a u toho si zachovávat neutralitu. V průběhu tvorby této práce jsem si z tohoto důvodu vedla psaný výzkumný deník, který je v kvalitativním výzkumu užitečným nástrojem pro reflexi výzkumníka (Nadin & Cassell, 2006). Po dobu sbírání dat jsem ho přetransformovala do mluvené podoby, abych si mohla své dojmy a myšlenky zaznamenávat bezprostředně po skončení rozhovoru ve větší rychlosti, kterou mluvené slovo poskytuje. Po každém rozhovoru jsem si nahrála několikaminutovou reflexi na diktafon ve svém mobilním telefonu, kde jsem krátce shrnula průběh rozhovoru, to, jak na mě daná účastnice působila a co ve mně vyvolala její osobnost a její zkušenosti. Tuto reflexi jsem si poté pustila v další fázi zpracovávání dat, kdy jsem kódovala textový přepis daného rozhovoru, abych si byla vědoma svých hodnotících tendencí a předešla zabarvení dat. Rovněž jsem si nechala časový odstup mezi sběrem dat, mezi jejich přepisem a anonymizací a mezi kódováním, aby můj první dojem z jednotlivých respondentek neovlivnil pozdější fáze analýzy.

2.4.1.3 Reflexe analýzy dat

Vzhledem k tomu, že získaný datový soubor byl velmi bohatý na různá zajímavá témata související s mateřstvím, bylo pro mě stěžejní soustředit se v pozdějších fázích analýzy na výzkumnou otázku. Znění hlavní výzkumné otázky a dílčích výzkumných otázek jsem si proto napsala na papír, který jsem si při práci lepila na notebook, abych měla směřování svého výzkumu stále na očích a na paměti.

2.5 Analýza dat

Analýza získaných dat byla provedena formou reflexivní tematické analýzy, která umožňuje identifikovat opakující se významy relevantní vzhledem k výzkumné otázce (Braun & Clarke, 2006; 2022). Analýza dat proběhla podle šesti fází, které popisují Braun a Clarke (2022).

V rámci první fáze analýzy jsem se postupně seznámila s celým datovým souborem, který jsem měla k dispozici. Tato fáze se částečně časově prolínala se sběrem dat a probíhala chronologicky podle pořadí jednotlivých rozhovorů. První kontakt s daty proběhl již při jejich vzniku v průběhu vedení rozhovorů. Bezprostředně po každém rozhovoru jsem si do výzkumného deníku pomocí audionahrávky zaznamenala průběh rozhovoru a své první dojmy a myšlenky. K této reflexi jsem se vracela v dalších fázích analýzy, abych si připomněla důležité poznatky, ale abych si zároveň byla vědoma možných zkreslení. Jakmile byl audiozáznam jednotlivých rozhovorů automaticky přepsán do textové podoby v MS Word, pustila jsem si zvukový záznam z rozhovoru a textový přepis jsem upravila a anonymizovala. V průběhu poslechu a úprav jsem si

v textovém přepisu barevně označovala pasáže, které mi přišly zajímavé a obsahově významné vzhledem k výzkumné otázce. Tento krok mi pomohl ve dalších fázích analýzy. Poté jsem si do výzkumného deníku zapsala, co mi přišlo důležité, jaký mám z rozhovoru dojem a poznamenala jsem si bezprostřední analytické vhledy a poznatky, které mě v danou chvíli napadly.

V průběhu druhé fáze analýzy jsem vytvořila kódy. Postupovala jsem opačným směrem než při přepisování rozhovorů, začala jsem tedy posledním rozhovorem a skončila jsem prvním. Každý rozhovor jsem kodovala dvoufázově. Detailně jsem procházela jednotlivé rozhovory a identifikovala jsem úseky, které jsem považovala za významné vzhledem k výzkumné otázce. Pomocí funkce vkládání komentářů v MS Word jsem označovala jednotlivé kódy a stručně jsem je popisovala. Popis vždy zahrnoval název kódu, emoce projevené v dané pasáži a analytickou poznámku. Názvy kódů a konkrétní emoce jsem si sepsala do dvou seznamů, abych si o nich udržela přehled. Abych měla v průběhu kódování výzkumnou otázku stále na paměti, napsala jsem si ji na papír, který jsem si při práci lepila mezi klávesnici a obrazovku notebooku.

V rámci postupu od druhé fáze analýzy do třetí jsem učinila rozhodnutí, že přesu svou práci z počítačového prostředí do fyzického s ohledem na vlastní well-being, na který by měl výzkumník během analýzy dbát (Braun & Clarke, 2022). Jednotlivé rozhovory jsem vytiskla a rozřezala na kódy, které jsem roztrídila do složek podle jednotlivých účastnic a na ostatní materiál, který jsem skartovala s ohledem na ochranu soukromí účastnic. Se zahájením třetí fáze analýzy jsem plně rozvinula úvahy o tom, které kódy by spolu mohly souviset a vytvářet témata. Postupovala jsem střídavě od prvního rozhovoru směrem k polovině a od posledního rozhovoru směrem k polovině. Díky tomu, že jsem měla v kódech přehled, se mi snadno rozřazovaly do souvisejících skupin. Vzhledem k tomu, že tato fáze analýzy probíhala ve fyzickém prostoru, jednotlivé kódy jsem třídila do významových celků na zemi. Pro lepší přehlednost jsem tyto celky tvořila na barevných papírech, na kterých bylo několika slovy popsáno, čeho se daný celek týká. Vzhledem k tomu, že se jednalo o fázi analýzy, ke které je nutné přistupovat velmi detailně, pozorně a soustředěně (Braun & Clarke, 2022), když jsem zaznamenala, že ztrácím pozornost a pečlivost, práci jsem přerušila nejméně na několik hodin.

Ve čtvrté fázi analýzy jsem se zaměřila na přehodnocení předběžně vytvořených témat a jejich další rozpracování. Ověřovala jsem, zda jednotlivá témata smysluplně reagují na výzkumnou otázku. V průběhu této fáze analýzy jsem byla v úzkém kontaktu s přepisem rozhovorů a s mými poznámkami k jednotlivým rozhovorům, abych se ujistila, že vznikající témata pokrývají datový soubor. Některá témata jsem sloučila, jelikož pokrývaly stejný významový celek. Některá témata jsem naopak rozdělila a zkonkretizovala. U jednoho tématu jsem vymezila podtémata, které souviselo s daným tématem, ale zároveň v rámci něj tvořilo vlastní významový celek. Přehled výsledných témat a podtémat je popsán v Tabulkách 5 a 6 v kapitole Výsledky.

V rámci páté fáze analýzy jsem se postupně přesouvala z fyzického prostředí zpět k počítači. Jednotlivým tématům jsem přisuzovala názvy a podrobné popisy tak, abych co nejlépe vystihla jejich obsah a přínos vzhledem k výzkumné otázce s ohledem na žitou zkušenost účastnic. Proto jsem v rámci této fáze analýzy čerpala z konkrétního znění kódů a konkrétních slovních spojení, které účastnice používaly. Také jsem pracovala s předběžnými názvy a popisy jednotlivých témat ze třetí a čtvrté fáze analýzy, s analytickými poznámkami k jednotlivým kódům z druhé fáze analýzy a s výzkumným deníkem.

Šestá fáze analýzy se zabývá popisem výsledků analýzy, který představuji v následující kapitole.

3 Výsledky

V rámci této kapitoly představím hlavní zjištění této práce a odpovím na výzkumnou otázku: *Jakým způsobem probíhá proces sociálního srovnávání na sociálních sítích u matek prvorodiček ve třetí dekádě života a jakou roli hraje v jejich emočním prožívání?*

Aby bylo možné popsat, jakým způsobem probíhá proces sociálního srovnávání na sociálních sítích, je nezbytné představit objekt sociálního srovnávání. Vzhledem k tomu, že objektem sociálního srovnávání jsou různé typy obsahu a jeho tvůrkyně, je zásadní jim porozumět, aby bylo možné lépe uchopit žitou zkušenost účastnic. Postupně tedy představím témata jakožto typy mateřského obsahu, se kterým se účastnice výzkumu na sociálních sítích setkávají. V rámci každého tématu popíšu typ obsahu, jakým způsobem v rámci něj probíhá proces sociálního srovnávání u účastnic výzkumu a jakou roli hraje v jejich emočním prožívání. Tímto způsobem představím šest témat a jedno podtéma. Přehled jednotlivých témat je uveden v Tabulce 5.

Na tomto místě je nutné zmínit, že výzkumný rámec pro tvorbu a modifikaci témat vznikl v průběhu analýzy na základě práce s daty. Vzhledem k tomu, že deduktivní povaha této práce, předem daný teoretický rámec, předchozí výzkumy a schéma rozhovoru nabízí jistou strukturovanost zkoumané problematiky, se však určitá návodná struktura v průběhu analýzy nabízela. Tato problematika je blíže představena v Diskuzi.

Tab. 5: Přehled témat a jejich popis

Název témat	Název podtémat	Stručný popis témat a podtémat
Idealizovaný obsah		Obsah idealizující mateřství.
Normalizující obsah		Obsah, který normalizuje to, že je v pořádku nenaplnovat moderní ideály mateřství.
	Vtipný obsah	Obsah, který humornou formou prezentuje, že je v pořádku nenaplnovat moderní ideály mateřství.
Nešťastný obsah		Obsah, který tematizuje emočně náročné nebo frustrující aspekty mateřství.
Šťastný obsah		Obsah, v rámci kterého ženy prezentují aspekty mateřství, které jim dělají radost.
Dobré rady		Obsah prezentující rady, které účastnice výzkumu považují za užitečné a nápomocné.

Název témat	Název podtémat	Stručný popis témat a podtémat
Špatné rady		Obsah prezentující rady, které účastnice výzkumu vnímají jako nevhodné, nefunkční, nerelevantní nebo škodlivé.

Pro lepší orientaci a přehlednost je navíc uvedena Tabulka 6, která u každého tématu uvádí, jaký je mechanismus sociálního srovnávání a jakou valenci mají emoce, které účastnice popisovaly.

Tab. 6: Sociální srovnávání a valence emocí v rámci jednotlivých témat a podtémat

Název tématu nebo podtématu	SS nahoru, emoce s pozitivní valencí	SS nahoru, emoce s negativní valencí	SS dolů, emoce s pozitivní valencí	SS dolů, emoce s negativní valencí
Idealizovaný obsah	✓	✓	✓	✓
Normalizující obsah	✓	×	✓	✓
Vtipný obsah	✓	×	✓	×
Nešťastný obsah	×	✓	✓	✓
Šťastný obsah	✓	✓	×	×
Dobré rady	✓	✓	×	×
Špatné rady	×	×	×	✓

3.1 Idealizovaný obsah

Nejčastěji zmiňovaným typem mateřského obsahu, který účastnice ve svých výpovědích reflektovaly, byl obsah prezentující mateřství a mateřskou roli v silně idealizované podobě. Tento typ obsahu implikuje představu bezproblémového zvládnání každodenních nároků péče, výchovy a seberealizace, čímž může přispívat k posilování ne-realistických očekávání vůči mateřské roli. Samy účastnice výzkumu tyto ženy nazývaly například „*super insta mámy*“ (Veronika) nebo „*načančané maminy co všechno zvládaj a všechno zalitý sluncem*“ (Barbora). Ve všech případech se jednalo o ženy, které účastnice neznaly osobně, ale pouze v online prostředí. Mnohdy se jednalo o ženy, které by bylo možné zařadit pod koncepty Insta Mum, Yummy Mummy nebo Alpha Mother, které popisují v Úvodu této práce.

Účastnice výzkumu popisovaly matky, které kladou vysoký důraz na sebepéči o sebe a svůj vzhled. To odpovídá konceptu Yummy Mummy, který klade vysoký důraz na atraktivitu ženy (Masopustová et al., 2018).

Jana: *„Poměrně často vídám takové ty profily, že prostě žena tři týdny po porodu, plochý břicho, krásná, namalovaná, uklizeno...“*

Tyto matky účastnice výzkumu vnímaly jako vysoce ambiciózní a usilující o excelenci napříč všemi oblastmi svého života – od rodičovských kompetencí, přes profesní kariéru, až po společenské a osobní sféry, což odpovídá konceptu Alpha Mother (Chae, 2015).

Hana: *„Přijde mi, že celkově je taková, že sdílí hodně hlavně právě ty svoje úspěchy a to, jak se má skvěle a to, jak všechno zvládá a prostě já nevím, jak chodí tady běhat a jak chodí tady cvičit a jak tady nevím, prostě může jít na party, protože to její dítě jako fakt dobře spí a usne tady ve dvou měsících samo, prostě ho nechá doma a může jít na večer ven.“*

Karolína: *„No nejmíc vždycky tam dají takové to ‚Pojď se mnou strávit ráno, já a moje pětiměsíční holčička.‘ a ted' jenom ‚Vstanu ve 4:30 a jdu si zaběhat.‘ a pak už jenom vrší, co všechno stíhá a zvládá.“*

Ema: *„Jo, nejčastěji vídám takový ty maminky typu ‚Já a moje tříměsíční dcera, tady si dám kafe, dítě spinká, jdu si zaběhat, dítě spinká, namaluju se, dítě spinká.‘ a tak no.“*

Klára: *„To jsem projížděla reels na Instagramu nebo na Facebooku a vyskočilo mi tam ty daily routine jejich, jakoby denní režim, co mají s dětmi. A třeba paní měla tříměsíční dítě a měla tam že v 3:50 vstává, ve 4:00 jde do fitka a normálně bylo natočené, jak sedá do auta, odjíždí do tělocvičny, za hodinu se vrací a v 6:00 ráno vlastně budí to miminko... Takže ona jako v noci cvičí, přes den maká, chodí na procházky, je s dítětem a toto.“*

Terezie: *„Sdílí tam takové ty videa, jakože ‚Můj den s třítýdenním miminkem.‘ a jsou tam zpravidla videa prostě jak vstanou, dají si kafčo, namalují se, osprchují se, a to mimino tam vůbec není. Pak to miminko uspí a je tam prostě stříh, jak spí, takže vyluxujou celý byt a je tam vlastně celý den vykreslený tak hezky.“*

Pro tento typ příspěvků, který účastnice výzkumu popisovaly téměř totožně a označovaly ho za velmi častý, je charakteristická výrazná idealizace mateřské role a

kladení vysokých nároků na ženu jak v mateřství, tak v mnoha dalších oblastech života. Stanovuje jakousi výkonnostní normu, která je ženám tímto způsobem implicitně předkládána a odráží tlak současné společnosti na naplňování moderních ideálů mateřství.

Pro účastnice byl tento typ obsahu objektem sociálního srovnávání směrem nahoru i směrem dolů a budil v nich emoce různé intenzity a valence. Některým ženám, které se srovnávaly s autorkami tohoto obsahu směrem nahoru, Idealizovaný obsah velmi imponoval. Uváděly, že se jim líbí, co tvůrkyně obsahu prezentují, že k nim cítí náklonnost, nebo že je dokonce obdivují a chtěly by být víc jako ony.

Matylda: *„Ta je boží. Jako tu mám fakt ráda.“*

Nikola: *„Ona chodí jakože fakt na výšlapy, víš, ale třeba na východ slunce, takže v kolik musí vyjít? Ve 4 ve 3 ráno, tak to je hustý no, to je drsný. A tohle zvládá se třema dětma a má je, víš co, na zádech v tom batůžku, teď ty svačiny dělá, a tak to si říkám, že to je hustý. To ju úplně obdivuju. A pak si říkám, co dělám já.“*

Veronika: *„Ale tady některé ty maminky třeba obdivuju, že to ve mně budí takový ten pocit, že jsou tady takové ty super hrdinky, které to fakt zvládají.“*

Tyto úryvky ukazují, že některé účastnice v procesu sociálního srovnávání směrem nahoru vnímaly ženy prezentující Idealizovaný obsah jako sympatické, cítily k nim náklonnost, nebo dokonce projevily přání být víc jako ony. Sociální srovnávání směrem nahoru v nich budilo pozitivní emoce. V některých případech navíc vnímaly inspiraci a sociální srovnávání směrem nahoru je aktivizovalo, aby ve svém životě něco změnily a přiblížily se tak objektu srovnávání.

Zuzana: *„Vede to k takovému chtění. Ke chtění a k pocitu, že když budu dělat tady tuhle tu věc, tak prostě bude můj život lepší.“*

V některých účastnicích ale tato inspirace a snaha přiblížit se objektu sociálního srovnávání budila negativní pocity. To popisuje například Marie.

Marie: *„To jsou věci... Jakoby nevinný, přesně takový feel good, jako že si jdeš odpočinout, vypnout a potom najednou zjistíš, že tady tyhle rá-doby feel good věci ti dávají prostě... Možná to porovnávání, potřebu přesně jakoby... Abych byla tady máma, která se mi zdá, že vypadá spokojená a tak, tak prostě potřebuju si k tomu koupit tenhle svetr, a dělat tyhle věci, což je totální *****.“*

Z tohoto úryvku je patrné, že Marie se s danou ženou srovnává směrem nahoru, vnímá ji jako spokojenou a šťastnou a touží být v některých ohledech jako ona. Tato touha v ní ale vzbuzuje pocit nedostatečnosti a tlak na konformitu s ideálem, který žena prezentuje. Úryvek demonstruje, že sociální srovnávání směrem nahoru vyvolává frustraci, což se objevuje i v dalších rozhovorech.

Zuzana: „Vlastně tytéž profily, který jsem si vybírala, protože se mi líbily vizuálně a říkala jsem si, že mě inspirují, tak přesně ty profily byly potom vlastně důvodem, proč jsem si ten Instagram zrušila... Protože později vedly vlastně fakt k porovnávání a k takovým jako pocitům, že naše domácnost a naše dítě není tak úžasně estetický jako tady na těch profilech, což mně po určité době začalo připadat tak absurdní, že jsem vnímala, že to na mě má spíš negativní vliv, že mě to prostě vede jako fakt k závidění a k nějakému porovnávání, který mi v životě nedělá dobře.“

Monika: „Právě dřív jsem viděla jenom ty ideální rodiny, a to jsem z toho vážně byla vždycky úplně špatná, že si nedokážu jako ani uvařit s tím malým. Bylo mi z toho tak jako hrozně úzko. Jakože jsem si říkala, že to nezvládám.“

Kateřina: „Jakože... Ty hodně idealizovaný mi zase přijdou takový hodně jako... Že si až questionuješ, jestli jako vůbec seš na tom prostě dobře, jako jestli to děláš dobře.“

Jana: „Ve chvíli, kdy to pro mě bylo aktuální, že jsem byla vlastně čerstvě po porodu, tak to bylo takové... No, nevím, jak to úplně popsat... Že i takovej pocit jako méněcennosti nebo něčeho takového, jakože ony jsou krásné, dokonalé, já tady jsem úplně vyřízená na gauči a nezvládám vůbec nic.“

Hana: „No je to prostě takový to... Že já dělám míň asi, nebo jako... Tak se mi daří hůř prostě. Nemám tak dobrou mateřskou, nebo nemám tak dobrý život, jako tady ta paní.“

Tyto úryvky popisují sociální srovnávání směrem nahoru, které v účastnicích vyvolává negativní emoce, zejména pochybnosti o vlastní kompetentnosti v mateřské roli, pocity nedostatečnosti, méněcennosti, úzkosti a selhání. Některé účastnice reflektují, že Idealizovaný obsah narušuje jejich sebeobraz a může mít negativní vliv na jejich well-being. Zuzana zmiňuje, že dokonce v důsledku negativních pocitů, které jí působilo srovnávání s Idealizovaným obsahem, přestala používat sociální sítě. Tendenci

vyhýbat se Idealizovanému obsahu v průběhu rozhovorů reflektovalo více žen, což demonstuje například úryvek z rozhovoru s Veronikou.

Veronika: „*Ale to se snažím vypouštět, je to takový moc načančaný. To mi jako není úplně příjemný. Takže to dávám pryč, co to jde.*“

Další emoce s negativní valenci, kterou účastnice popisovaly jako důsledek sociálního srovnávání směrem nahoru, je vztek. Účastnice ho často popisovaly jako vztek, rozčilení, rozhořčení, naštvaní nebo ho verbalizovaly za použití vulgárních výrazů.

Amálie: „*V těch doporučených reelsech na Instagramu se mi strašně často objevují nějaký účty, většinou je to podle mě z Ameriky, prostě je to anglicky mluvící a celkově to působí, že to je z Ameriky. A jsou to prostě takový to realistic morning with eight months old child nebo něco takového. A prostě to není vůbec realistic, je to prostě úplnej blábol, úplná *****. Ti lidi reálně vstanou třeba v 5 ráno, udělají si skin care, potom jdou do fitka, nevím vůbec, s kým je teda to děcko a potom třeba v 8 to dítě jako sami od sebe vzbudí, mezitím tam nebyli, prostě byli ve fitku, nebo si šli zaběhat ven, nebo nějak si sami jako zacvičili, pak to děcko prostě v 8 vzbudí, nakrmí, pak s ním jako chvilku třeba hážou do vzduchu nebo s ním dělají nějaký prostě ***** a pak ho zase položí, jakože jde spat. A to je jako realistický ráno. Je to úplnej nesmysl. Prostě úplná blbost. Je to prostě falešný. Ale jakoby... Jsem z toho prostě akorát tak naštvaná, když to vidím.*“

Amáliina výpověď ilustruje vzteklou reakci v důsledku sociálního srovnávání směrem nahoru s Idealizovaným obsahem. Tato reakce se objevuje ve chvíli, kdy vnímá nesoulad mezi Idealizovaným obsahem a její vlastní každodenní zkušeností. Míra, v jaké se vztek objeví, může být ovlivněna momentálním psychickým rozpoložením. Úryvek z rozhovoru s Johanou demonstuje, že například vyčerpání a únava může vnímanou diskrepanci mezi Idealizovaným obsahem a žitou zkušeností prohloubit a negativní reakci zesílit.

Johana: „*To taky záleží, jestli jsem třeba nevyspalá a naštvaná, tak jsem pak naštvaná o to víc, že to tak někdo zvládá.*“

Jak jsem zmínila na začátku této kapitoly, tento typ obsahu však vzbuzoval v účastnicích i sociální srovnávání směrem dolů. Spouštěčem pro tuto reakci byla obvykle nedůvěra v pravdivost Idealizovaného obsahu. Například Veronika svůj postoj shrnula takto:

Veronika: „Nevěřím tomu, absolutně ne. Absolutně ne. Samozřejmě, když jsem byla těhotná, líbilo se mi to, takové to miminko v tom mojíšově koši, teď ta maminka za tím notebookem, ta pracující, vydělávající těžký prachy, jezdící v tom Mercedesu, že jo, prostě úplně fitnesska hned po porodu. Ne, není to realita a nikdy nebude a ani ta fitnesska mi to prostě nenalže.“

Pro účastnice, které reagovaly na Idealizovaný obsah nedůvěřivě a odtažitě bylo typické sociální srovnávání směrem dolů. Matky sdílející Idealizovaný obsah považovaly za falešné a povyšovaly se nad nimi a jejich potřebou působit na sociálních sítích dokonalým dojmem. Veronika tyto pocity shrnula, když popisovala, situaci, kdy její dcera pomalovala stěny u nich doma pastelkami a společně je pak dávaly do původního stavu.

Veronika: „Super insta máma z tady tohoto nebude mít nikdy zážitek. Ale já mám prostě malou vyfocenou, jak ve dvou letech drží váleček a jede tu bílou zed' jako na bílo. A to ty perfektní mámy chudinky nevidijou nikdy, protože ony půjdou a vydrhnou to, aby to mohly znova vyfotit jako perfektní místo. A já mám prostě takový ten běžný život, který mám prostě ráda.“

V tomto úryvku je patrné, že se Veronika považuje za úspěšnější a matek, které se snaží působit dokonale, je jí líto. Další podobný příklad, kdy sociální srovnávání směrem dolů s Idealizovaným obsahem vzbudilo v účastnicích dobrý pocit ze sebe samé, demonstruje výpověď Kláry.

Klára: „To zase mám pocit, že jsem docela dobře na tom, protože než abych natáčela videa na osmkrát, tak se prostě radši věnuji tomu dítěti. Mobil mám položený a nezajímá mě... Ale jakoby jsem ráda za to, že moje dítě má to dětství, kde ta matka je přítomná a nevidí jenom prostě tu obrazovku nebo ten telefon. Že si v tu chvíli asi připadám líp než ta matka.“

Některé účastnice, které se s Idealizovaným obsahem srovnávaly směrem dolů, se nejenže vnímaly jako lepší matky a měly dobrý pocit ze sebe samé, ale navíc reagovaly výsměchem a pohrdáním směrem k dané ženě.

Vendula: „My s manželem se tady těm holčákům smějeme. Nebo ne že smějeme, ale... Je to prostě k smíchu. Je to prostě divný.“

Barbora: „*Já takové ty jako načančané maminy, co všechno zvládaj a všechno zalitý sluncem úplně nevyhledávám. Protože to je prostě směšný, nezvládaj to prostě takhle jak to ukazují.*“

Magdalena: „*Že se jí jako vnitřně skoro až směju, že se jí vůbec chce dělat takovýhle video, nebo že prostě se spíš směju té realitě, která je úplně jiná a vím to prostě.*“

Sociální srovnávání směrem dolů v těchto výpovědích může působit jako obranný mechanismus, který účastnice aktivují v reakci na konfrontaci s Idealizovaným mateřským obsahem. Tento typ obsahu v nich často nevyvolává obdiv či aspiraci, ale spíše nedůvěru, pohrdání či výsměch. Matky, které tento obsah zpochybňují, jej označují za nerealistický a neautentický, čímž se distancují od prezentovaného ideálu. Samy se pak stylizují do role úspěšnějších a lepších matek. Emoce, které tento srovnávací proces doprovázejí, zahrnují spokojenost se sebou samou, ale také pobavení a ironii. Sociální srovnávání směrem dolů tak v tomto případě slouží k posílení pozitivního sebehodnocení a ke kompenzaci tlaku, který Idealizovaný obsah na ženy může vytvářet. Na tomto místě je důležité zdůraznit, že přestože se jedná o typ obsahu, který prvoplánově vybízí k sociálnímu srovnávání směrem nahoru, pomocí kognitivního přerámování a aplikace obranných mechanismů byly účastnice schopné vnímat tento obsah jako objekt sociálního srovnávání směrem dolů a eliminovat tak jeho negativní vliv na svůj well-being a vnímání sama sebe v mateřské roli.

Téma Idealizovaný obsah ukazuje, jak účastnice výzkumu reflektují prezentované ideály moderního mateřství na sociálních sítích a jaké emocionální reakce v nich tento obsah vyvolává v souvislosti se sociálním srovnáním. Tento typ obsahu byl pro účastnice objektem sociálního srovnávání směrem nahoru i směrem dolů. Zatímco některé účastnice, které ženy prezentující Idealizovaný obsah vnímaly jako objekt sociálního srovnávání směrem nahoru, popisovaly tyto matky jako inspirativní a obdivuhodné, jiné pociťovaly tlak, frustraci, pocity nedostatečnosti či dokonce vztek. Naopak účastnice, které se s těmito ženami srovnávaly směrem dolů, Idealizovaný obsah zpochybňovaly, považovaly ho za nereálný a reagovaly výsměchem nebo pohrdáním, čímž si posilovaly pozitivní sebehodnocení.

3.2 Normalizující obsah

Tento typ obsahu, který jsem nazvala pro účely této práce Normalizující obsah, je charakteristický snahou o autentickou reprezentaci mateřství, která zahrnuje na rozdíl od Idealizovaného obsahu nejen pozitivní a harmonické aspekty, ale i každodenní výzvy a emočně náročné situace, kterým ženy v mateřské roli mohou čelit. Odpovídá konceptu „skutečné matky“, kterou ve svém výzkumu popsaly Prikhidko a Swank (2018).

Veronika: „A jako protipól jsou tam maminky, které normalizují právě ty běžné věci, ten reálný život, ukazují, že je normální mít v šestinedělí doma prostě bordel, je prostě normální nemít uvařený teplý jídlo. Je v pořádku si vzít jídlo, když prostě ho doveze tchýně, najíst se. Je normální, že dítě prostě pláče a nejde utiřit. Že je normální nebýt dokonalá máma z Instagramu.“

Karolína: „Umí tam říct tu realitu pro ně, že jako to není vždycky sluníčkové a že tohles to se jim třeba stalo a dávaj tam nějaký příklady, který se jim dějou dennodenně a říkají, že je to normální a běžné.“

Kateřina: „Tady ty real profily... Jakože takový ty reálný situace a tak. Ty lidi, který to sdílí, nejsou příliš vyumělkovaní, nejsou příliš nahrocení, nafocení a... Prostě se nebojí ukázat i tady tuhle druhou stranu, než je ta hodně idealizovaná.“

Klára: „Tam vyskakovaly videa, jakože ‚Ne, nebojte maminky, všechno je to normální.‘, že třeba jakoby po porodu člověk nemusí cítit bezpodmínečnou lásku k tomu miminku, že to prostě přijde a že je normální, že najednou prostě přesně se vyrovnává s tou ztrátou té role, s tou životní změnou... Hodně ukazovaly že prostě ano, miminka brečí a matky prostě vstávají každou půl hodinu a prostě ano, tam sedí a kojí a brečí a je to v pořádku. Takových videí bylo hodně.“

Zuzana: „A přijde mi, že minimálně v mojí bublině tomu i třeba přispívají ty sociální sítě, že to mateřství jako je takové, že začíná mít mnohem takovou realističtější fazónu.“

Matky vytvářející tento typ obsahu na sociálních se snaží narušovat estetizované a idealizované normy mateřství tím, že sdílí neupravené fotografie a záběry, kde ukazují emočně náročné momenty, pocity vyčerpání a selhání a osobní výpovědi o negativních, kterým v mateřské roli čelí. Obsah tohoto typu vytváří prostor pro destigmatizaci nenaplňování ideálů moderního mateřství (Orton-Johnson, 2017).

Část účastnic v souvislosti s tímto typem obsahu zažívala negativní emoce, které v nich vyvolávalo sociální srovnávání směrem dolů s tvůrkyněmi tohoto obsahu. Normalizující obsah v nich vzbuzoval dojem, že přehnaně akcentuje bezvýhodnost a negativní stránky mateřství, což mohlo vést k hodnocení těchto matek jako nekompetentních. Tyto účastnice vnímaly autorky Normalizujícího obsahu jako rezignované, demotivované a nešťastné. Příspěvky tohoto typu v nich vzbuzovaly nelibost, nesouhlas a potřebu se vůči obsahu vymezit.

Terezie: „Mně přijde, že si z toho tady ty maminky udělaly takový svůj vlastní obsah, jakože to právě není ideální to mateřství, jakože... Že to není ideální no. Moc se mi to nelíbí, ne vždycky s tím souhlasím.“

Magdalena: „Ba naopak mi přijde, že teďka v tom mateřství jako na těch sociálních sítích jede hodně tendence jako ‚Pojďme to uvádět na pravou míru, pojďme si říct, že to je na *****.‘ a já to vůbec nemám ráda. Podle mě, jaký si to uděláš, takový to máš.“

Kateřina: „To je obsah od takových jako... Já nevím, jak to mám říct... Unavených maminek... Co to moc nezvládají, co vlastně ukazují jenom tu stinnou stránku a vlastně neví, kudy kam.“

Negativní emoce v souvislosti se sociálním srovnáváním směrem dolů v kontextu Normalizujícího obsahu však pocívalo minimum účastnic. Naprostá většina kódů zařazených do této kategorie byla pozitivní. Nejčastější pocity, které účastnice v souvislosti s tímto obsahem popisovaly, bylo uklidnění a úleva. Při interakci s Normalizujícím obsahem většina účastnic vnímala, že dochází ke zmírnění tlaku na to, že by v mateřské roli měly být ve všem perfektní. Srovnání s ženami, které na sociálních sítích prezentují, že je pro ně mateřství mnohdy také náročné, účastnicím umožňovalo relativizovat své problémy a vnímat je jako normální a běžné, ne jako důkaz vlastního selhání a méněcennosti.

Marie: „Mám ráda takový ty jako feel good profily, že jako vidíš ty každodenní věci, a to jsou jako blbiny jo, ale že třeba vidíš, že ten člověk nemá vždycky doma uklizeno, nebo že to nejsou takové ty strojené storíčka, ale že jsou takové jako ze života. Člověka to tak jako uklidní, že se pak cítí líp.“

Klára: „Když jsem se na to podívala, tak jsem si řekla ‚Jasně, maminky to tak mají, prostě je to normální.‘ a uklidnilo mě to.“

Barbora: „Občas mě to tak jako třeba nabije, že si řeknu ‚Aha, nejsme jediní.‘ nebo tak, jakože to řeší víc lidí.“

Tento typ obsahu navíc mnohdy vnímaly jako komunitní podporu a popisovaly pocity sounáležitosti ve vztahu k tvůrkyním Normalizujícího obsahu a k ostatním ženám.

Zuzana: „Jsou to pocity takové... Sounáležitosti, bych to možná pojmenovala... Pocity... Takové úlevy, že to jakoby je všude stejný. Jako vnímala jsem, že to ze mě snímá takovej jako neviditelnej tlak, takovej jakoby... Takovou nějakou nepsanou normu nebo nějakou metu,

kteřou prostě jsem si sama nějak vytyčila, nebo u mě byla vytyčená, nebo prostě jsem ji nějak vnímala, tak jak kdyby to fakt ze mě snímalo takový břemeno bych jako řekla.“

Karolína: „Asi mi to dodává sebedůvěru v nějakém smyslu. A ujištění. Prostě to, že v tom nejsem sama no, že jako samozřejmě kamarádka tady super, ale to, že vidíte na sítích i další příběhy, a i lidi tam píšou svoje vlastní příběhy pod ty příspěvky, tak jako je to taková komunita asi v tu chvíli. V tu chvíli vidíte, že to je normální a že je to v pořádku a alespoň takhle na dálku se můžete podpořit.“

Některé účastnice dokonce zmiňovaly, že jim tento typ obsahu natolik vyhovoval, že ho na sociálních sítích vyhledávaly záměrně.

*Zuzana: „Asi jsem fakt intuitivně šla po něčem, kde jsem... Měla pocit, že mi to tu realitu ukazuje... Takovou ne až tak nablýskanou. Já jsem si pak asi i záměrně vybírala profily, který sdílely často různý jako ***** a různý negativní věci, protože mi to dávalo pocit, že... Že prostě není člověk jedinej, kterej tápe v tom mateřství. Takže to jsem si vybírala záměrně a takový profily jsem potom vyhledávala a konzumovala záměrně.“*

Uvedené úryvky z rozhovorů demonstrují, že účastnice, ve kterých Normalizující obsah vzbuzoval pozitivní emoce, obvykle popisovaly libost vůči tomuto obsahu a vůči jeho autorkám. Oceňovaly, že tyto ženy otevřeně sdílí realitu, i když to pro ně může být náročné v emocionální nebo sociální rovině. Účastnice popisovaly ve vztahu k těmto ženám především vděk, respekt, uznání a sympatie. Vnímaly je jako autentické a mnohdy reagovaly obdivně. Je důležité zdůraznit, že zde může docházet k ambivalentnímu sociálnímu srovnávání, které je velmi překvapivé. Autorky Normalizujícího obsahu sice sdílí to, že se jim nedaří, což je obvykle spouštěčem pro sociální srovnávání směrem dolů, ale tento akt je zároveň považován za inspirativní a obdivuhodný, což může naopak vést k sociálnímu srovnávání směrem nahoru. Kognitivní přerámování tak zde hraje důležitou roli v mechanismu sociálního srovnávání a v následné reakci na emoční úrovni.

Monika: „Nevím, jestli ti něco říká [název instagramového profilu]? Ne? Tak ta je moje nejoblíbenější, tu fakt miluju. Ta natáčí fakt jako realitu těch dětí, že to není žádná maminka, která se prezentuje, jak má doma naklizeno a každej den uvařeno a tak. Takže mám ráda takový ty nedokonalý životy, když prostě fakt je to jako reálný, že to není instagramová rodinka, ale fakt je to reálná rodina.“

Barbora: „Tady ty maminky, které tam sdílí i ty jako negativní stránky toho mateřství, jsou mi mnohem bližší, protože konečně někdo, kdo to se nebojí říct nahlas prostě, že ne všechno je úplně zalitý sluncem. Což jako není a jsem ráda, když o tom někdo takhle veřejně mluví. Člověk se pak cítí líp, že v tom není sám.“

Hana: „Přijde mi, že se o tom úplně jako netočí třeba reelska nebo se nedávaj příspěvky, ale do storíček nebo do blízkých to podle mě dává hodně maminek. A přijde mi, že já spíš sledu právě tyhle profily, který se neboje nějaký tý upřímnosti a sdílení i nepříjemný reality, protože prostě to je život... Takže za mě jako já třeba obecně sleduju asi lidi na Instagramu, kteří se nebojí tady toho ukazování nejenom načančanýho profilu, ale prostě i toho, že někdy se nedaří. Tenhle obsah se mi fakt líbí, fakt ho oceňuju. To jsou pro mě takový comfort profiles.“

Jana: „Když to vidím, pomyslím si něco jako ‚Jo, přesně tak, tohle by se mělo ukazovat!‘, protože jsem vždycky nadšená, že někdo je ochotný vlastně ukazovat až tolik svého soukromí, protože většinou je to hodně osobní. Jsem ráda, že někdo je jako ochotný jít až takhle za... Pro mě za hranu. Já bych prostě tolik svého soukromí asi nebyla schopná sdílet, ale je to vlastně strašně potřeba. Takže jsem byla vždycky nadšená, že někdo je jako schopný a ochotný tohle udělat.“

Marie: „A teď kon nedávno třeba jedna holčina, ale která vlastně mi přišla taková strašně jako pozitivní vždycky, řekla, že teď už je o tom schopná začít mluvit, že si zažila prostě poporodní depresi a začala o tom takhle veřejně mluvit... Přijde mi to důležitý a je skvělý, když to někdo dělá veřejně, že to není jenom něco schovanýho... Přijde mi to statečný, obdivuhodný, přijde mi to super, že to tam je a ráda takovou věc podpořím nebo pošlu dál.“

Část účastnic hodnotila Normalizující obsah natolik pozitivně, že se ho snažily na sociálních sítích aktivně vyhledávat a konzumovat, což dokládají například úryvky z rozhovorů se Zuzanou a Hanou, které jsou uvedené výše. Některé účastnice navíc vyjádřily přání, aby takových příspěvků bylo na sociálních sítích víc. Tyto účastnice vnímaly, že jim tento typ obsahu pomáhá zpracovat vlastní mateřskou zkušenost a eliminuje negativní pocity ze sebe samé a z mateřské role. Touha po větší četnosti tohoto typu obsahu ukazuje na jeho psychosociální funkci, kdy účastnicím slouží nejen jako prostředek ke zpracovávání emocí, ale i jako prostředek k formování podpůrné online komunity. Důležitost sociální opory a mateřských komunit zdůrazňují již dřívější výzkumy (Gleeson et al., 2019; Johnson, 2014; Onishi et al., 2024; Phillips & Broderick, 2014).

Anežka: „Myslím si, že by toho mělo být víc. Každý v mateřství to negativní zažívá a každý si myslím, že by potřeboval nějakou tu podporu, nějaký to ujištění právě v tom, že v tom není sám. A tak když nemá nějakou tu skupinku na Facebooku, jako mám já, tak to ujištění nenajde v tomhle dokonalým sociálním světě.“

Karolína: „Samozřejmě jako mám stavy, kdy prostě už nemůžu a chci skončit v tom mateřství, ale to je jako normální no. Jenom je blbý, že se o tom nemluví. No... Někdy. Ale to už se začíná, ale je to takové pořád jako tabu. A ty ženy, které to právě sdílí, hodně ráda sleduju.“

Zuzana: „Fakt si myslím, že to je dobrý zdroj. Všimla jsem si, že... Nebo minimálně v mojí bublině, že ty profily vznikají čím dál víc a víc takový právě jako reality check. Mám prostě pocit, že v tomhle se jakoby blýská na lepší časy, nebo mám z toho takovej dobrej pocit, že... Že třeba doufám, že tady tyhle profily a ten obsah takovejhle tam prostě bude růst, aby to těm mámám vytvářelo víc... Víc tu podporu než nějaký pocity frustrace z toho, že nejsou tak dobrý a úžasný mámy, takže... Kéž by to tak bylo.“

Normalizující příspěvky na sociálních sítích, jak je popsaly účastnice výzkumu, představují specifickou formu mateřského obsahu, který se odklání od idealizované prezentace mateřství a zaměřuje se na autentičnost. Z výše uvedeného je zřejmé, že tento typ obsahu má potenciál významně ovlivňovat, jak ženy vnímají samy sebe a svou roli matky prostřednictvím mechanismu sociálního srovnávání a ztotožnění se s autorkami tohoto obsahu. Sociální srovnávání s autorkami tohoto obsahu probíhá jak směrem dolů, tak směrem nahoru. Je důležité podotknout a zdůraznit, že má ambivalentní povahu. Autorky tohoto typu obsahu často sdílejí negativní a obtížné zkušenosti, což může být impulzem ke srovnávání směrem dolů. Zároveň je však jejich otevřenost a autenticita vnímána jako obdivuhodná a inspirativní, což může naopak vést k sociálnímu srovnávání směrem nahoru. Tentýž obsah tak může vyvolávat protichůdné emocionální a hodnotící reakce v závislosti na způsobu, jakým je interpretován. Emoce a pocity, které v souvislosti s tímto typem obsahu ženy popisují, jsou velmi různorodé. V případě negativního vnímání obsahu převládá kritičnost, odsuzování, odpor a potřeba se vymezit. Naopak v případě pozitivního vnímání obsahu převládá úleva, uklidnění, sounáležitost, vděk, libost vůči obsahu a jeho autorkám, obdiv nebo nadšení. Tyto pozitivní reakce, které mezi účastnicemi převládaly, ukazují, že Normalizující obsah může sloužit jako prostředek k emoční regulaci, který zmírňuje tlak idealizovaných obrazů mateřství a nabízí alternativní rámec pro sebepojetí matek. Normalizující obsah má navíc komunitní rozměr, jelikož se ženy mohou prostřednictvím srovnávání s ostatními utvrzovat ve své dostatečnosti a poskytovat si tak vzájemnou oporu.

3.2.1 Vtipný obsah

Typ obsahu, který jsem pro účely této práce nazvala Vtipný obsah, prezentuje Normalizující obsah humornou formou. Jedná se tedy o podtéma v rámci tématu Normalizující obsah.

Hana: *„Většinou je to nějaký trend, jako vysloveně třeba točený do nějakého zvuku, který zrovna trenduje. Prostě třeba to, že si dělá srandu z toho, jak probíhá den na mateřský, jakože z těch denních problémů, se kterými se mamka potýká.“*

Ema: *„Většinou to bývá zaměřený třeba na ty nepříjemný části mateřství, že si z toho lidi dělají srandu.“*

Tento typ obsahu humornou formou tematizuje každodenní realitu mateřství a jeho náročné aspekty. Na rozdíl od Normalizujícího obsahu se jeho autorky nestaví do pozice, kdy by ostatní ženy ujišťovaly, že také prožívají v mateřství těžkosti a poskytovaly jim oporu a útěchu, ale prezentují tyto těžkosti s nadsázkou a humorem. Tento obsah často využívá formátů příspěvků založených na populárních trendech (např. virální zvuky, scénky) a slouží tak jako prostředek, jak normalizovat prostřednictvím ironie a nadsázky běžné těžkosti spojené s mateřstvím. Na rozdíl od Normalizujícího obsahu účastnice na tento typ obsahu reagovaly výhradně pozitivně. Opět je nutné zdůraznit, že přestože autorky Vtipného obsahu sdílí těžkosti spojené s mateřstvím, docházelo zde k sociálnímu srovnávání směrem nahoru, jelikož účastnice vnímaly a oceňovaly, že autorky příspěvků zvládají obtížné situace s lehkostí a humorem. Účastnice navíc často vyjadřovaly libost a sympatie nejen k obsahu, ale i k jeho autorkám.

Barbora: *„Takové ty máme, co si z toho mateřství taky občas dělají srandu nebo něco, jako je třeba [název instagramového profilu], tu mám hrozně ráda. Ona všechny takové ty úskalí mateřství dokáže fakt jako vtipně pojmout.“*

Klára: *„Cokoliv, co se týká toho humoru nebo tak, tak je strašně super. To mě fakt baví, tenhle obsah mám ráda.“*

Monika: *„Třeba co se mi hrozně líbí, tak jestli znáš herečku, ona se jmenuje [jméno herečky], tak ta je prostě úplně boží. Ona točí takovej vtipnej content o mateřství a o dětech. Tak toto mě strašně baví.“*

Některé účastnice v souvislosti s Vtipným obsahem a sociálním srovnáváním směrem nahoru dokonce popisovaly, že v nich tento obsah a jeho autorky probouzí obdiv a motivaci také zkoušet v těžkých situacích nacházet radost a prožívat je s lehkostí.

Popisovaly, že je tento typ obsahu inspiruje k pozitivnějšímu přístupu k vlastnímu prožívání mateřské role.

Marie: „Potom mi přijde v pohodě, když je to transformovaný do nějaké zábavné formy. Že ten člověk se třeba má na ***** v tom smyslu, že je to matka samoživitelka, která prožívá neuvěřitelné těžkosti, ale není to o tom, že sedí a brečí, že má něčeho nedostatek, ale umí prostě s tím naložit tak, že to umí podat věcně, že je v těžké situaci. Zároveň na ní vidíš, že si dokáže nějakým způsobem užívat život a snaží se pracovat i s tím jakoby málem, nebo s tím *****, který dostala. Tak to mi přijde inspirativní, že... To, že se má někdo blbě, nebo jakoby generalizovaně blbě, že prostě... Že i tak si to mateřství umí užít.“

Stejně jako u Normalizujícího obsahu byly nejčastější reakcí pocity úlevy a uklidnění, že i jiné ženy v mateřské roli prožívají těžkosti, že je to normální a že to není důkazem vlastního selhání. Účastnice popisovaly pocity sounáležitosti a souznění ve vztahu k autorkám vtipného obsahu, což mohlo pramenit ze sociálního srovnávání směrem dolů a z identifikace s těmito ženami.

Ema: „Asi takovou trošku jako... Takovou sounáležitost. Jakože to má někdo stejně jako já. Protože většinou to bývá takový zaměřený třeba jako by na ty nepříjemné části mateřství, nebo jak to říct, že jako si se z toho lidi dělají srandu a já mám vždycky takový ten pocit jako ‚Uf, nejsem v tom sama.‘“

Jana: „Většinou mě to vlastně pobaví a jsem vděčná, že i někdo je ochotný to takhle jako sdílet, že se mu něco fakt nepovede. A je to takové, že si uvědomíte ‚Dobrý, nejsem v tom sama, i mně se dneska něco nepovedlo, a nejsem v tom sama, někdo taky umí takovýhle úplně strašné věci.‘, takže... Jo, pobaví to a uklidní.“

Vendula: „Ona tam právě dělá takové, jakože vtipná videa... Většinou mě to rozesměje. Mám ráda takové prostě vtipné maminy, který to tolik neřešej tak, jako já. To mě prostě pobaví a uklidní, protože si vybaujím, že je to vlastně všude stejný.“

Hana: „Tady tyhle vtipy na dětský spánek mě pobaví a je to určitě takový to, jako ‚Ježiš, to znám, to je prostě skvělý.‘ a posílám to třeba kamarádkám mámám, jakože ‚Hm, tak jsme na tom všichni stejně.‘, jako prostě... No... Jako asi nějaká ta sounáležitost nebo pocit toho, že v tom nejsem sama.“

Klára: „Takové nějaké vtipné věci, kde si člověk řekne, že ‚Jo, máme to taky a očividně se svět nehrouťí.‘, jakože to pobaví a utěší zároveň.“

Vtipný mateřský obsah na sociálních sítích je vzhledem k podobnosti náplně a podobným reakcím účastnic možné vnímat jako specifický typ Normalizujícího obsahu. Humorná forma, kterou je obsah podáván, plní funkci psychohygieny a zároveň působí jako narativní strategie, která zpochybňuje idealizované obrazy mateřství prostřednictvím přehánění, satiry a ironie. Účastnice v souvislosti s tímto obsahem popisovaly situace, ve kterých je možné sledovat výhradně prvky sociálního srovnávání směrem nahoru a identifikace a emoční reakci s pozitivní valencí. Je důležité zdůraznit, že na tento typ obsahu účastnice reagovaly čistě pozitivně a vzbuzoval v nich výhradně emoce a pocity s pozitivní valencí.

3.3 Nešťastný obsah

Nešťastný obsah související s mateřstvím, který ženy sdílejí na sociálních sítích, představuje obsah, který tematizuje emočně náročné či frustrující aspekty mateřství. Na rozdíl od Normalizujícího obsahu, který má jistý edukativní nádech, je Nešťastný obsah publikován s cílem hledání podpory, ventilace negativních pocitů a sdílení frustrace (Pedersen & Lupton, 2016).

*Magdalena: „Jo, jakože z toho šestinedělí se mi tam ukazovalo... Ale spíš až zpětně, že třeba nějak přiznávají, že to bylo úplně na ***** nebo takhle. To se mi docela zobrazovalo, že někdo řekl, že třeba strašně plakalo to miminko nebo že něco bylo špatně.“*

Karolína: „Na každé měsíc, co se jako rodí miminka, tak existují skupiny na Facebooku, jako [název facebookové skupiny] kde jsme třeba my, a na každý měsíc to takhle existuje a tam si ty maminky jakoby vylévají srdíčko, co se jim děje zrovna.“

Anežka: „Na Facebooku máme skupinu maminek, kterým se narodilo ve stejném období, ve stejném měsíci miminko. A píšeme tam, co nás trápí, a tak to spolu jako sdílíme, ty hezké věci i ty těžkosti.“

Terezie: „Jako některá maminka teď na tu skupinku psala, že je nešťastná, že její dítě nezaostřuje, což by mohlo být něco se zrakem...“

Adéla: „Spousta matek říká, co tam právě čtu ‚Já mám doma samé hračky, já nemám doma uklizeno.‘, že má tady jakoby strach si někoho pozvat, že se stydí, že ju pak bude pomlouvat.“

Tento typ obsahu se vyznačuje vysokou mírou emocionality, otevřenosti a autenticity. Účastnice popisují příspěvky jiných matek na sociálních sítích, které tematizují například poporodní psychické a tělesné změny, vyčerpání, pocity selhání, osamělosti, ztráty identity, strach o zdraví dítěte, problémy v partnerském soužití po narození dítěte a další negativa, kterým autorky obsahu čelí. Za zmínku stojí, že účastnice výzkumu zmiňovaly, že ženy vytvářející tento obsah ho obvykle sdílí v uzavřených mateřských skupinách na Facebooku nebo ve svých stories na Instagramu, kde omezí okruh sledujících, kteří mají k obsahu přístup. Účastnice také zmiňovaly, že tento typ obsahu je často sdílen anonymně. Tento fenomén popisují i další studie (César et al., 2018; Pedersen & Lupton, 2016)

Obvyklou reakcí na tento typ obsahu ze strany účastnic bylo sociální srovnávání směrem dolů, jelikož vnímaly, že autorky tohoto obsahu jsou na tom hůř než ony samy. Část účastnic ale vnímala jakousi nespravedlnost, jelikož měly dojem, že jsou na tom autorky Nešťastného obsahu lépe než ony samy a že nemají důvod si stěžovat. Tento myšlenkový pochod byl jediným spouštěčem sociálního srovnávání směrem nahoru v rámci tohoto typu obsahu. Účastnice v takových chvílích popisovaly výhradně negativní pocity, jako nepochopení, odsuzování, výsměch, rozčilení a vztek.

*Amálie: „Jakože... Pro ni je to samozřejmě nějaký téma a je to pro ni prostě důležitý nebo těžký. A když to vidím na sociálních sítích, ale i jako v běžném životě, tak tomu moc nerozumím, ale snažím se to brát empaticky, protože jako ano, každé prostě prožíváme to svoje tak nějak jako nejvíc. Ale jako... Ty ****. Vždycky si říkám jakože... Jak to říct... Jakože to je vlastně pytlovina no. Jakože si prostě nemá na co stěžovat... To, že si někdo třeba takhle postěžuje, mě neuspokojí, protože... Jako sorry, že to říkám, ale jakoby mám to horší prostě. Jakože neřeknu si ‚Aha, tak to sdílíme podobný osud.‘, ale spíš mě to naštvě no, jakože co si stěžuje.“*

Johana: „Pobaví mě třeba, když napíšou, že ‚Moje dítě vstává třikrát za noc. Pomozte.‘ Tak já si řeknu jako ‚Haha, tyjo, tak to by byla nejlepší noc mého života od porodu.‘“

*Vendula: „Někdy tam napíšou takové... Já budu prostě mluvit tak, jak to mám na jazyku, někdy tam napíšou takové *****, že se tomu zasměju. Jako... Někdy tam fakt maminky řeší úplné blbosti, jako třeba jestli se jim dole přirození stáhne, tak jako před porodem, že to mají, jak bránu do pekla. Takové plačící příspěvky tam jsou.“*

*Kateřina: „A ona popisovala, že už je z toho taky unavená, vyčerpaná, vyřízená, že teda sice jako manžel pracuje a mají teda jako peníze, ale prostě za jakou oběť a takhle. Tak jsem si říkala jako ty ****, styd' se*

prostě, protože... Ne že bych jí záviděla, ale říkala jsem si hej prostě... Jo, kéž bych taky mohla mít nějaký takový finanční, nebo prostě jakýkoliv zázemí a ona si na to ještě stěžuje, jak to má těžký.“

Je zajímavé, že podobnou negativní reakci v podobě nepochopení, odsuzování a výsměchu u některých účastnic zapříčinilo sociální srovnávání směrem dolů. Tyto účastnice uznávaly, že je na tom autorka Nešťastného obsahu špatně, ale situaci vyhodnotily tak, že si neštěstí zapříčinila sama svou nekompetentností nebo nedostatečností.

Adéla: „A právě na těch skupinkách se to tam řeší dennodenně, že ‚Já nemám uvařeno, co mám dělat?‘ a kdyby bylo na mně napsat reakci, tak napíšu ‚Tak neseď na Facebooku a běž uvařit.‘ Taky se mi někdy stane, že nemám navařeno, ale to je, když jsem s malou, protože to je pro mě prioritou. Když se nevěnuje tomu dítěti, ani nemá doma uvařeno, nebo uklizeno, nebo něco, no tak je trubka a neumí se postarat. Když si to neumí skloubit s děckem všechno dohromady, tak buď nemá mít dítě, nebo má zahodit telefon a věnovat se tomu, čemu má.“

Sociální srovnávání směrem dolů v ženách vyvolávalo i další pocity a emoce s negativní valencí. V kombinaci s empatií ale nebyly směřované proti autorkám Nešťastného obsahu, ale byly spíše projevem soucitu a pochopení. Účastnice, které reagovaly tímto způsobem vnímaly, že je na tom autorka příspěvku objektivně špatně a hůř než ony samy a popisovaly lítost a smutek.

Monika: „Když má nějaká máma slabou chvíli a prostě si nějak vylije srdíčko nebo něco, tak tam cítím takový... Jakože soucítím prostě s tím člověkem a je mi líto, že to prostě občas je fakt hrozný.“

Adéla: „Ten smutek pak neseme všichni z té skupinky. A právě tam byla jedna paní, která bohužel o to miminko přišla, tak jsme si tam celkem pobřečely na té skupince, že to bylo fakt smutné.“

Johana: „Je mi smutno za tu paní. Jakože... Tím, že jsem si prošla sama ne úplně příjemnýma pocitama po porodu, tak... Dokážu s ní soucítit. Jakože pochopila jsem hodně věcí, které jsem si dřív říkala, že to prostě není možné, že někdo třeba, já nevím, ublíží svému děcku nebo tak. A teďka už to chápu mnohem víc. Ne že bych to teda někdy udělala. Nemyslím si, že bych to někdy byla schopná udělat, ale prostě chápu, že se někdo dostane do takových strašných pocitů, že to udělá. Takže je mi vždycky tak jako úzko, a je mi jí líto, a říkám si, že to prostě přejde, že to bude lepší.“

V těchto úryvcích účastnice reflektovaly obtížnou situaci autorek Nešťastného obsahu a reagovaly soucitně. Popisovaly sdílené neštěstí, smutek a lítost. Za zdůraznění stojí, že sociální srovnávání směrem dolů zde navíc funguje jako impulz k soucitu, empatii a projevu solidarity, což dokládají i následující úryvky.

Johana: *„Té mamince, co to píše, tak vždycky posílám v duchu sílu a sympatie, že to bude dobrý. Že bych úplně nejradši objala tady toho člověka.“*

Terezie: *„Mám tendenci je podpořit, že to bude dobrý.“*

Když účastnice přišly do kontaktu s Nešťastným obsahem, který se týkal nějakých těžkostí, které ony samy překonaly nebo si jimi právě procházely, popisovaly směsici pocitů lítosti, soucitu, empatie, sounáležitosti a mnohdy i úlevy, že je mateřství náročné i pro jiné ženy. U těchto účastnic docházelo k sociálnímu srovnávání směrem dolů a potažmo k identifikaci s autorkami Nešťastného obsahu.

Karolína: *„Když je to něco, co řešíme i my, tak je to takové hořkosladké, protože vlastně je vám líto té osoby, že to prožívá taky, ale zároveň jste rád, že to neprožíváte jediný a že je to v pohodě.“*

Kateřina: *„Když je to něco, co jsem zažila taky, tak tam v jistém smyslu mám pochopení a občas se k tomu můžu relatenout a řeknu si ‚Hej vím, znám prostě, been there done that.‘ a... Je tam to pochopení a možná i lítost vlastně.“*

Barbora: *„Soucit spojený s radostí. Jakože soucit, protože vím, jaké to je, nebo se jakoby dokážu vžít do té jejich role. A radost, že nejsme jediní, kdo musí zažívat všechny tady ty pády.“*

Část účastnic, ve kterých vzbuzoval Nešťastný obsah tendence k sociálnímu srovnávání směrem dolů, popisovala pocity vděku. Účastnice si skrze Nešťastný obsah a negativní prožívání jiných žen uvědomovaly, že jejich vlastní situace je stabilnější a pozitivnější. Tento typ obsahu u nich vedl k ocenění vlastní každodenní reality, kterou vnímaly ve srovnání s příběhy jiných žen jako šťastnou a uspokojivou. Sociální srovnávání směrem dolů tak v tomto případě mohlo vést k pozitivnímu prožívání.

Monika: *„Když na to narazím, tak jsem vděčná za to, že se máme dobře. Jakože to ještě není tak hrozný. Jakože může být hůř. Že to zlepší náladu člověku no.“*

Nikola: *„Vždycky si říkám, jaký mám štěstí.“*

Zuzana: „Konkrétně třeba tedy u těch příběhů z toho šestinedělí to byl jako vděk za to, že to moje šestinedělí teda bylo relativně v pohodě.“

Ema: „Člověk si pak říká ‚Může být hůř, buď ráda za to, co máš.‘ To je asi blbý to takhle říct, ale je to tak.“

Hana: „Když jsem třeba slyšela tuhlectu paní, tak jsem si říkala, jaký mám štěstí. Jaký já mám štěstí s tím miminkem, jaký mám já.“

Klára: „Nejvíc cítím asi vděčnost. Jakoby pocity toho, že nám se to zatím neděje, ani nám to nějakým způsobem nehrozí, nestalo se nám to a ani třeba někomu v blízkém okolí. Tak je to takový, že člověk je vlastně rád za to, co má.“

Některé ženy naopak popisovaly, že kontakt s Nešťastným mateřským obsahem na sociálních sítích je přiváděl na negativní myšlenky a vedl k negativnímu sebehodnocení. Ačkoliv šlo i v tomto případě o sociální srovnání směrem dolů, kdy si uvědomovaly, že na tom objektivně nejsou tak špatně jako tvůrkyně příspěvku, jejich emoční reakce byly především negativní. Empatická reakce na Nešťastný obsah a možná identifikace s jeho autorkou mohla vést k tomu, že se do ní vcítily a začaly přemýšlet o vlastních nejistotách či nevyřešených tématech. Tento typ srovnávání tak účastnicím přinášel nepříjemné pocity, pochybnosti o sobě samé a zahlcení, na což ženy v některých případech reagovaly vědomou snahou o vyhýbání se takovému obsahu.

Klára: „Jakože občas se stane, že to na mě zkusí tady tu... Tady ten trošku depresivní algoritmus a zavede mě to někam, kam nechci.“

Marie: „Ona má strašně naprd situaci, ale ještě se v tom nějak jakoby babrá víc a víc, tak to mně přijde, že... Jí to nepomáhá, mně to nepomůže, a tak to jsou pak věci, který prostě nechci vidět, protože to ve mně prostě... Jakože pak jsem z toho já smutná, jsem smutná, že ona je smutná, po tom přemýšlím nad tím, jestli i tohle není třeba u mě blbě a prostě... Je to jenom takový vršení smutku a to nechci. Když vidím, že ona se nějakým způsobem utápí v nějakým neštěstí a nepracuje s tím, tak to si myslím, že to na mě nemá dobrý vliv, protože mě to může nahlodat i ve věcech, který třeba mám vyřešený.“

Hana: „Někdy mi to přidává nějaký těžký myšlenky, tak to už vůbec ne, tomu se snažím vyhýbat.“

Nešťastný obsah tedy v řadě účastnic vzbuzoval nepříjemné myšlenky a pocity. Kontakt s extrémními formami Nešťastného obsahu, například v podobě sdílení úmrtí novorozenců nebo obsahu souvisejícího s poporodní depresí, u účastnic navíc

vyvolával strach. Objevovaly se obavy nejen o sebe samu a své dítě v přítomnosti, ale i o jejich budoucí děti a o jejich okolí. Sociální srovnávání směrem dolů tak v těchto případech aktivovalo strach, obavy, nejistotu a neklid. Podobnou reakci na extrémní formy negativního mateřského obsahu popisuje i výzkum Pedersen a Lupton (2016).

Matylda: „Jednu dobu na mě vyskakovaly videa angel babies a still-born babies. A to bylo přesně takový to, kdy jsem se tak jako... Uf. Ohromně jsem se bála, že mě to potká.“

*Veronika: „Mám tam takovou, která měla poporodní deprese a sdílela tam do svého nejbližšího okruhu sledujících, který uzavřela potom, co porodila, tak tam vlastně dávala třeba storičky, jak brečí do polštáře, jak křičí, jak prostě nechce to dítě si vzít na sebe. Ve mně to vyvolávalo vždycky strach. Co když se to stane třeba mně? Co když se to stane... Mně už se to jako samozřejmě stát potom nemohlo, protože už jsem byla prostě daleko od porodu, už jsem se dostala z toho hormonálního šílenství, ale říkala jsem si *****, co já budu dělat, když se to stane mé kamarádce? Jak jí pomůžu? A takový ten soucit s tou mámou, že toto se může stát každému. Ale fakt hlavně ten strach o to okolí, nebo co když se mi to stane při druhém dítěti.“*

Nešťastný mateřský obsah, se kterým se ženy na sociálních sítích setkávají, aktivuje sociální srovnávání, které v kombinaci s dalšími procesy ústí v různorodé emoční prožívání. Setkání s tímto obsahem vyvolává u účastnic převážně sociální srovnávání směrem dolů. U většiny účastnic toto srovnání vede k empatii, vděku, úlevě a ocenění vlastní situace. Jiným však může navozovat pocity soucitu, smutku nebo lítosti. Je nutné zdůraznit, že v některých případech se ale objevuje i podráždění, odsuzování nebo výsměch, a to zejména tehdy, pokud probíhá sociální srovnávání směrem dolů a autorka příspěvku je vnímána jako nekompetentní, nebo pokud probíhá sociální srovnávání směrem nahoru a autorka Nešťastného obsahu je na tom podle účastnice lépe, než ona sama a nemá podle ní důvod si stěžovat. Toto kognitivní přerámování a následný nečekaný mechanismus sociálního srovnávání stojí za povšimnutí. Důležité je také zmínit to, že u Nešťastného obsahu je velmi významná míra identifikace s autorkou obsahu. Čím více se účastnice s Nešťastným obsahem ztotožňuje, tím intenzivnější je její emocionální odezva, ať už pozitivní nebo negativní valence. Sociální srovnávání je v rámci tohoto typu obsahu úzce propojeno s empatií a soucitem.

3.4 Šťastný obsah

V rámci tohoto typu obsahu účastnice výzkumu popisovaly obsah, který generují jak influencerky v oblasti mateřství, tak obyčejné matky na svých osobních profilech na

sociálních sítích. Jedná se o obsah, ve kterém ženy prezentují něco, co je v mateřské roli těší a dělá jim radost.

Anežka: *„Ty mamky sdílí často takové ty radostné příspěvky, jakože prostě sdílí, že byli v zoo, nebo třeba že to dítě začalo chodit, nebo že se poprvé usmálo, nebo tak něco.“*

Hana: *„Že fakt třeba sdílí takový střípky z jejího života na mateřský, takový maličkosti, co jí dělají radost. Že se jí třeba povede udělat hezkej latté art na cappuccino, co si dělala. Nebo že objevily novou herničku s tou její dcerou.“*

Amálie: *„Hodně často tam ty ženy sdílí takový to, jakože to dítě je prostě nekonečná láska a Vesmír a že ho milujou celou svou bytostí.“*

Karolína: *„To je asi hlavně v té skupině na Facebooku, že tam ty maminky sdílí takové to ‚Nám se dneska povedlo poprvé přetočit.‘ nebo ‚Jé, já se vám musím holky pochlubit, jo, tady má holčička řekla první slovo.‘, tak to je takové to ukazování toho hezkého. Nebo třeba ‚Tady je úsměv pro lepší den.‘ a jenom prostě je tam to miminko, jakože se směje.“*

Pro tento typ příspěvků, který jsem pro účely této práce označila jako Šťastný obsah, je typické to, že ženy sdílí něco, co jim v mateřství dělá radost a těší je to. Popisují svůj vztah k dítěti v eufemismech a výrazně pozitivních přirovnáních, ukazují svým sledujícím vývojové milníky, kterých jejich dítě poprvé dostalo nebo sdílí radostné okamžiky, které s dítětem zažily. Ženy sdílející tento typ příspěvků nesledují nějaký vyšší cíl, jako například edukaci nebo propagaci nějakého produktu nebo výchovné metody, ale pouze sdílí vlastní radost (Lazard, 2022).

U většiny účastnic Šťastný obsah vyvolával příjemné pocity, libost vůči obsahu, potěšení a radost. V takových případech docházelo k možné identifikaci a k sociálnímu srovnávání na stejné úrovni, kdy účastnice vnímaly, že jejich situace a situace autorky obsahu je podobná nebo totožná, nebo k mírnému srovnávání směrem nahoru. Emoční reakce má v těchto případech pozitivní valenci.

Karolína: *„Většinou je to asi potěšení, radost, usměju se u toho.“*

Magdalena: *„Mám ráda, když třeba někdo sdílí, že je z něčeho nadšený, že třeba prostě mají, nevím, pikniček v parku a dávají si nějaký rohlíček, tak se mi to líbí prostě... Já se ráda dívám, že je někdo s tím dítětem šťastný a že ho to naplňuje a že prostě jsou někde na výletě a houpou ho na houpačce a je to prostě hezký. To mi právě připadnou vlastně fajn tady ty příspěvky.“*

Marie: „*To se ti potom aji mění to, co ti ten Instagram hází, takže potom je to takový uspokojující, protože vlastně ty, když si ukládáš ty věci, co se ti líbí, tak potom ti to nabízí mnohem víc tady tyhle podobné věci, tak je to jakoby „Jo, to je ale krásný svět. Všechno je v pořádku.“*“

Některé účastnice dokonce popisovaly v souvislosti se šťastným obsahem sdílenou radost, kdy se radovaly z toho, že je autorka obsahu v mateřské roli šťastná. V této situaci probíhalo opět sociální srovnávání na stejné úrovni, nebo lehce směrem nahoru. Ženy vnímaly tyto příspěvky jako příjemné a označovaly je termíny jako například „*feel good content*“ (Kateřina) nebo „*comfort profiles*“ (Hana). Účastnice v těchto případech hovořily o sdílené radosti, přejícnosti a sounáležitosti ve vztahu k ostatním matkám.

Magdalena: „*Prostě soucítím s tím, že je to super. Že prostě... Jak to říct? Že sdílím tu radost. Je to takový ten pocit, tyjo, však to mateřství je super.*“

Anežka: „*Když to vidím, mám radost, že ony mají radost.*“

Monika: „*Je to... Nevím, taková sdílená radost. Prostě že tě to jako vždycky potěší, že třeba ty máš to období za sebou a někdo si tím teprve prochází a je to takový hezký, že se člověk i vrátí třeba v čase, nebo ví, co ho třeba za pár měsíců čeká. Líbí se mi to. Když je to taková upřímná radost, tak z toho má člověk úplně radost, že se někdo tak raduje.*“

Jana: „*Když to jsou tyhle ty momenty z toho... Takové ty životní milníky pro to mimčo, nebo i vlastně i pro tu mamku v tu chvíli, tak si vždycky vzpomenu na... Když se to stalo třeba nám, takže vlastně jsem z toho ráda a mám z toho radost i že třeba někdo to takhle vnímá stejně a že se raduje.*“

Vendula: „*Radost. Hlavně radost, protože tím, že ty děti jsou fakt podobně staré, tak prostě... Když to vidíte, že už i ty jiné děti to dělají, nebo ba naopak, jsem měla radost z toho, že syn jde v jejich stopách, i když teda můj syn je strašnej pohodář, ale když jsem viděla, že i ostatní děti jsou pohodáři, jak můj syn, tak je to prostě radost.*“

Za zmínku stojí, že úryvky z rozhovorů s Monikou, Janou a Vendulou demonstrují, že se šťastný obsah, na který reagují tímto způsobem, týká situací, které samy prožily a vnímaly je jako radostné. To podpořilo sociální srovnávání na stejné úrovni a pozitivní vztahování se k dané osobě, jelikož prezentované štěstí bylo pro účastnice

dosažitelné nebo dokonce dosažené. Pokud ale účastnice vnímaly, že tvůrkyně obsahu sdílí něco, co samy nemají a po čem touží, sloužil jim Šťastný obsah mnohdy jako podnět k inspiraci. Sociální srovnávání směrem nahoru je v takových případech pro účastnice zdrojem inspirace a motivace ke změně.

Anežka: *„Je to hezký a chci to zažít taky.“*

Magdalena: *„Mně připadne, že když potom někdo sdílí, že jsou třeba venku a jsou někde na té túře, tak si řekneš ‚Tyjo, tak půjdeme taky ven, protože tady už je to fakt na ***** mezi těma čtyřma stěnama.‘ a to, tak tě to naopak tak jako nakopne a pomůže ti to.“*

Hana: *„Přijde mi, že to je přesně o těch radostech jakoby drobnějších... Potřebujeme i tyhle drobnosti, kterými si děláme radost. Takže vlastně to je pro mě, že to ke mně promlouvá i v nějakém tom naladění. Že já to mám vlastně asi stejně jako ta paní. Že se fakt jako raduju tady z těch hezky prožitéch dnů. A dost mě to v tom jakoby inspiruje.“*

Je důležité zdůraznit, že ve chvíli, kdy účastnice vnímaly, že štěstí, které tvůrkyně obsahu zažívá a prezentuje chtějí, ale je pro ně nedosažitelné, sociální srovnávání směrem nahoru pro ně bylo zdrojem negativní emoční reakce v podobě pocitů nespokojenosti, nespravedlnosti, frustrace, vzteku a závisti. Důležité je také zdůraznit to, co demonstřují úryvky z rozhovorů s Matyldou a Johanou. Některé účastnice totiž reflektovaly, že emoční reakci s negativní valencí prožívaly častěji v situaci, kdy cítily například únavu, vyčerpání nebo měly špatnou náladu. Negativní emoce související se sociálním srovnáváním směrem nahoru v případě Šťastného obsahu tedy mohly být podpořeny momentálním rozpoložením účastnic.

Matylda: *„Mám radost s něma... A... Je to smíšený. Bud' mám radost s něma, protože jsem zrovna v tom dobrém rozpoložení. Anebo jsem zrovna v rozpoložení, kdy mě fakt bolí ruka z celodenního zachraňování dítěte od někud, případně z jeho prostého držení. A... Jsem naštvaná, že jsem doma zase sama a tatínek není doma. Takže když na mě potom vyskočí video ‚Tatínek nás dneska vzal prostě **** na dovolenou na Bali.‘, tak samozřejmě si říkám ‚Ty ****, já tě zabiju.‘ Mnohdy se na to podívám a pak si u toho lamentuju ‚Hm, super. Jejich tatínek s nima tráví volnej čas. Náš tatínek ne. No. Hm.‘ a prostě... Je tam ten kontrast toho jejich a toho máho. A jsem ***** a závidím jim.“*

Johana: „Čistý ***** asi. To je prostě něco, co mě dokáže úplně vytočit. Taky je to takový to, že si říkáš ‚Kdo se tě ptal?‘, nevím, jakože se vyloženě jako chlubí. Taková jako frustrace vyloženě. A když máš třeba špatnou náladu nebo tak, tak je to ještě horší.“

Některé ženy, které vnímaly diskrepanci mezi tím, co prožívají ony a co prožívá autorka Šťastného obsahu, začaly v důsledku sociálního srovnávání směrem nahoru pochybovat o sobě samé a své dostatečnosti a kompetentnosti v mateřské roli. Diskrepance mezi aktuálním stavem a chtěným, ale domněle nedosažitelným stavem, tak vedla k negativním pocitům, což popisuje teorie sebediskrepance (Higgins, 1987) a předešlé výzkumy v oblasti mateřství (Prikhidko & Swank, 2018; Rizzo et al., 2013). Srovnávání s autorkami Šťastného obsahu tak v takové situaci v účastnicích vyvolávalo inspiraci, ale zároveň smutek a pocity selhání a méněcennosti. Stejně jako v úryvcích výše některé účastnice zmiňovaly, že vznik negativních pocitů může být podpořen jejich aktuálním psychickým rozpoložením.

Johana: „Jakože ve chvíli, kdy je člověk vystresovaný, nevyspalý a už si neví rady, tak toto tě dokáže úplně vynervovat. My třeba máme problém s tím, že malý je pozadu ve vývoji. Měl těžší porod a tak. Takže mě právě dovedou vždycky vykolejit tady ty příspěvky ‚Můj šestiměsíční už leze a můj sedmiměsíční toto a vlastně všechno je strašně super.‘“

Kateřina: „A když je tam takhle někdo takovej jako ‚Jo, ted'ka s dceruškou prostě barvíme jako tady a ted'ka tancujeme a toto.‘, tak máš pocit jako... Občas mám takový pocit jako ‚Ty ****, dělám jako vůbec dost s tím dítětem?‘, jakože víš co, ona tady jako takhle s ní tancuje a kreslí a ted' se jí fakt věnuje a jako fakt každou minutu a co dělám já?“

Magdalena: „Jakože... Dovedu si představit, že kdyby [jméno dcery] měla v tu chvíli čtyřicítka horečky, ted'ka by mi pořád ječela, brečela, a to a já bych se podívala na Instagram, že je někdo sdílí jakože ‚Krásnej slunečnej den s mojí myšičkou.‘, tak si dovedu představit, ty ****, jakože... Takový pocit spíš jako... Jako ti se maj, my to ted'ka máme úplně na *****.“

Amálie: „No... Jako nějakým způsobem sympatický mi to je. Ale zároveň si říkám... Někdy mě prostě mrzí, že nejsem schopná to takhle třeba taky vyjádřit asi. A jako nemyslím si, že... Nebo já nevím, jakože třeba ty ženy jsou schopný to vyjádřit na sociálních sítích, ale třeba tomu děcku to vyjadřujou stejně jako já. Ale že takhle to prostě působí, že si vždycky připadám, jako jestli dostatečně... Ji miluju nebo něco.“

Jako... Jo, určitě jo. Ale jakože, chápeš, nedokážu o tom napsat takovýhle odstavec.“

Klára: „No občas, občas je tam taková... Nechci říct lítost, ale člověk se tak pozastaví nad tím, že u nich to je strašně veselé, proč to tak není u nás. A tak si tak říkám, že my vlastně nemáme tak úplně veselý život.“

Zuzana: „Jako ty pocity, které jsem cítila byly... To, že se mi to jakoby líbí, že to je pěkný. A dlouho jsem si to omlouvala tím, že jsem si říkala, že mě to inspiruje ve smyslu... Že si to třeba koupím nebo vyrobím. Takže jsem si dost dlouho říkala, že to sleduju, protože mě to inspiruje a protože... No. Ale pak jsem si právě uvědomila, že ty reálný pocity vlastně za tím, který jsou, jsou mnohem víc jakoby závist, a to srovnávání se, který už jsem vlastně popisovala, pocity vlastní méněcennosti, že prostě takhle můj život nevypadá a takové jako dlouhodobé... Asi klidně bych se nebála říct jako frustrace z toho, no.“

Je důležité zdůraznit, že kontakt se Šťastným mateřským obsahem na sociálních sítích aktivuje výhradně sociální srovnávání směrem nahoru. Emoční odezva na toto srovnání je proměnlivá a její valence úzce souvisí s aktuálním naladěním a životní situací účastnic. Zatímco v některých případech vede takové srovnání k pozitivním emocím, jako je souznění, sdílená radost, inspirace či motivace, jindy může vyvolávat frustraci, smutek, závist nebo pocity nedostatečnosti.

3.5 Dobré rady

Obsah na sociálních sítích, který jsem pro účely této práce nazvala Dobré rady, označuje rady týkající se různých oblastí mateřství, které ženy považují za užitečné. Na tomto místě je nutné zmínit, že pro analýzu jsem vybrala pouze rady, které sdílí na sociálních sítích matky. Rady odborníků, o kterých účastnice mluvily, jsem z analýzy vyřadila. Přestože byly taktéž předmětem hodnocení a vzbuzovaly v účastnicích reakce na emocionální úrovni, účastnice odborníky nevnímaly jako objekt sociálního srovnávání. Tento jev je v souladu s tvrzením, že lidé mají tendenci porovnávat se s těmi, kteří jsou jim podobní (Festinger, 1954). Odborníci, které ženy pravděpodobně vnímaly jako authority, tedy nebyli objektem sociálního srovnávání, a proto jsem je do analýzy nezahrnula. Téma Dobré rady tedy pojednává pouze o radách od ostatních matek v oblasti výchovy, vývoje dítěte, trávení volného času a různých dalších rodičovských témat.

Magdalena: „To může být jenom třeba nějaký reelsko... Třeba jak má to dítě sedat, nebo jak mu máš pomoci, aby něco, jak se má zvedat,

nebo co nedělat, aby chodilo... Já nějaké odborné knížky úplně nečtu, jak se třeba k tomu dítěti chovat, jak ho držet, jak ho nedržet a tak. Tak tohle mi připadne jako takový fast food těch vědomostí. Že to je prostě za krátký čas hodně informací.“

Klára: „Takové ty maminky, které sdílí jakoby všechno. Od vaření přes hračky, výchovu a mají tam třeba, já nevím, jeden recept, nebo tipy na výlety a tak.“

Kateřina: „Jako když s tím dítětem trávíš tolik času, tak už ti fakt dochází nápady. Nebo co já vím, když chceš naučit dítě prostě bez cumlíku, nebo bez nočníku a tak, tak po čem sáhneš? No tak prostě po tady tomhleto.“

Účastnice ve výpovědích popisují, jak prostřednictvím vizuálního a snadno dostupného obsahu (např. reels, příspěvky, videa) čerpají tipy ohledně rozvoje dítěte, výchovy a trávení volného času. Všechny výše uvedené výpovědi spojuje využívání sociálních sítí jako neformálního zdroje rodičovských informací, inspirace a praktických tipů, což jako čím dál rozšířenější jev popisují i mnohé další výzkumy v zahraničí (Lupton, 2016; Moon et al., 2019) i v českém prostředí (Masopustová et al., 2018). Naprostá většina emocí, které ženy v souvislosti s tímto typem obsahu popisovaly, byly pozitivní valence a vznikaly v souvislosti se sociálním srovnáváním směrem nahoru. Vzhledem k tomu, že obsah prezentující Dobré rady vnímaly jako praktický a přínosný, autorky tohoto obsahu účastnice vnímaly jako zkušenější a inspirativní. Sociální srovnávání směrem nahoru ve většině případů vedlo k pozitivní reakci a k vyjádření libosti s obsahem. Na kognitivní úrovni účastnice popisovaly zájem a touhu dozvědět se víc.

Barbora: „Jsou tam super rady, to si myslím, že pro ty maminy je to úplně boží.“

Matylda: „No a teď na mě na Instagramu vyskočilo úplně skvělý video od jedny maminy, kde radila, jak zvládat takový to dětský ‚Já to chci a chci to hned.‘, takže jo, ano, sem tam se mi tam objeví i nějaké jako super výchovnej tip.“

Monika: „Mám tam furt nějaké tipy na vyrábění a hry. A když byl miminko, tak mi tam vlastně vyjížděly nápady na to, jak si hrát s miminkama, že si to můžeš vytvořit doma a rady ohledně kojení a tak, takže to je fakt super.“

Barbora: „Když se mi to líbí a má tam toho víc, tak ji pak třeba i začnu sledovat na tom Instagramu, protože je to zajímavý.“

Účastnice často rady označovaly jako dobré a popisovaly, že jsou za ně vděčné, protože jim přinesly konkrétní užitek. I když v takových případech docházelo k sociálnímu srovnávání s ženami, které v rámci sdílení rad na sociálních sítích vystupují v pozici kompetentnější a informovanější matky, nevyvolávalo toto srovnání pocity méněcennosti, ale spíš pozitivní reakci v podobě vděku, uznání a ocenění.

Jana: „Narazila jsem tam na dobré profily, za které jsem ráda... Že i ty sociální sítě můžou přinést nějaký užitečný informace a vlastně někomu třeba i zkvalitnit prostě ten život. Protože narazíte na informace, které ani nemusíte občas vyhledávat a zjistíte, že je to přesně pro vás a moc vám to pomůže.“

Amálie: „Třeba ty příspěvky jsou taky čas od času nějakým způsobem nápomocný, tak to je fajn, za to jsem pak ráda no.“

Kateřina: „Takže jestli jsem za něco fakt ráda na sockách, tak je to tohle... Že tam prostě vyhledáš něco a je to hrozně jako dobrý vědět. Prostě že se máš na co obrátit, když nebudeš vědět. To jsem byla vždycky ráda, to jsem ocenila, hodně jsem to ocenila.“

Ema: „Já jsem zjistila, že tam prostě přijdu na fakt zajímavý věci. Třeba se nám ve třech měsících stalo, že ona začala na bříšku přepadávat jakoby na záda a oni tam ti lidi psali, že to je špatně, že to chce fyzioterapeuta. A díky tomu jsem to začala řešit. A neměli jsme pak žádný jako zásadní problém. Jen tak by se na to ale podle mě nepřišlo.“

Adéla: „Jsem za to ráda, že jsem to nemusela nikde lovit u doktorky a takový. Jakože je to prostě fajn, i to, že se na to člověk může podívat vlastně zpětně.“

Zuzana: „Třeba konkrétně na tom Instagramu... Jakoby zpetně viděno jsem fakt vděčná za spoustu věcí, které mi to dalo, že fakt třeba si teďka uvědomuju, že třeba v tom mém raným mateřství to byl fakt docela důležitější i jako informační zdroj a že vlastně jsem z něho fakt dost čerpala.“

Co se týče tohoto typu obsahu, sociální srovnávání směrem nahoru a touha připodobnit se objektu sociálního srovnávání fungovalo mnohdy jako motivátor. Účastnice popisovaly, že rady a tipy sdílené jinými matkami na sociálních sítích je motivují k novým aktivitám, tvořivosti nebo větší angažovanosti v péči o dítě. Srovnávání tedy

v tomto případě v kombinaci s libostí vůči obsahu vyvolávalo chuť zkusit nové věci a účastnice inspirovalo.

Kateřina: *„Je to takový jako účinný nástroj, fakt si tam můžeš vyhledat cokoli. Když tě zajímá prostě respektující výchova, tak si tam najdeš něco k té respektující výchově, nebo když prostě tě zajímá ‚Hele, jaký aktivity můžu dělat s dítětem?‘, tak prostě ti tam vyjede 100 000 aktivit na jemnou motoriku, malování, kreativitu, fantazii, bla bla bla. Úplně od A do Z prostě. A máš jakoby... Máš prostě něco, z čeho čerpat, což si myslím, že je jako super.“*

Adéla: *„A občas jsou tam dobrý věci, které jakoby ukážu přítelovi a jdeme to zkusit. Třeba co se týče hraní s dítětem nebo takový.“*

Nikola: *„Hledala jsem hodně takový ty DIY věci, co prostě vyrobíš, máš to tady já nevím na tejdén, pak to můžeš vyhodit a vyrobíš něco jinýho. Takže z toho jsem hodně čerpala.“*

Veronika: *„Pak tam mám právě třeba ty cestovatelské, které dávají tipy na hotely, na ty herničky, na tady ty jakoby baby friendly místa, kde s tou malou můžu třeba vyjet. Takže tady ty inspirace no.“*

Terezie: *„Na tu skupinku se dívám fakt jako denně no, a to je fakt jakože jak všichni máme tak zhruba stejné miminka, tak se tam jako inspirujeme a jdeme pro rady a tak.“*

Pokud se rady a tipy týkaly vážnějších problémů, jako například vývoje nebo zdraví, kontakt s tímto typem obsahu poskytoval účastnicím úlevu. Tento pocit vycházel především z vědomí, že nejsou v dané situaci samy nebo že ke konkrétnímu problému přistupují správně podle toho, jak jim autorka obsahu radí. Sociální srovnávání v tomto případě probíhá směrem nahoru, emoční odezvou je úleva a uklidnění.

Magdalena: *„Mám z toho dobrý pocit, že mi to vyskočilo, jakože ‚Ještěže to vím, že to takhle nemám dělat.‘ Takže takhle. Ten pocit je takovej úlevnej.“*

Johana: *„Asi úleva, že v tom nejsem sama, že to asi někdo řeší taky, že se tím někdo vůbec zabývá. Takže asi tohle. Takže úleva.“*

Amálie: *„Určitě je to úleva, že někdo řeší jako nějaký podobný takovýhle téma.“*

Vendula: „A aniž bych o tom kdykoliv něco četla, tak když jsem to zpětně viděla, tak mě to ujistilo, že jsem vše udělala správně.“

Pokud účastnice sdílené rady považovaly za dobré, ale vyhodnotily, že je nejsou schopné je z nějakého důvodu následovat, popisovaly emoční reakce s negativní valencí. Vnímaná diskrepance mezi aktuálním stavem a chtěným, ale nedosažitelným stavem, vedla k negativním pocitům, což popisuje teorie sebediskrepance (Higgins, 1987). V důsledku vnímané diskrepance a sociálního srovnávání směrem nahoru s autorkami Dobrých rad si účastnice připadaly nedostatečně, nekompetentně nebo méněcenně. Sociální srovnávání směrem nahoru tedy v takových situacích prohlubovalo negativní sebehodnocení a působilo účastnicím emoční zátěž.

Klára: „Většinou pocity selhání nebo něčeho takovýho, protože u těch příkrmů ty maminky to tak jako strašně jednoduše jedou a teď já na to nemám čas. Když se to povede a uvařím, tak úplně super, nadšená, super matka. Ale občas to nestíhám a fakt prostě šáhnu po nějaké flaštičce. Nebo to stejný ještě v těhotenství vlastně cviky na pánevní dno a různé takové věci a všechno mi to skákalo a že denně deset minut a já jsem byla tak vyřízená, že jsem prostě denně deset minut neměla. Já jsem prostě furt spala a přišlo mi to, že vlastně jakoby... Dělam něco špatně, nebo že jsem líná, nebo že je to jakoby moje selhání, že všichni ostatní to dávají a proč já s tím mám problém.“

Johana: „Směřuje to k tomu, že ty chceš tomu dítěti připravit ty nejlepší podmínky pro to, aby se mohlo rozvíjet. A pak si říkáš, jestli pro to děláš dost. To si myslím, že je takové negativum v dnešní době, jako být matka se sociálníma sítěma. Na jednu stranu je super, že najdeš spoustu rad a spoustu podpory na tom netu, ale někdy si říkám, že kdybychom žily třeba před 20 lety, tak je to asi v něčem jednodušší. Zeptáš se prostě své mamky, ta ti něco řekne a ty si řekneš ‚Ok, tak to je asi pravda.‘ a nemáš tady to srovnání tady těch super dětí, super matek, který to zvládají všechno mnohem líp než ty a dvakrát tolik než ty.“

Amálie: „Hrozně často je tam vlastně trošku takový jakoby náznak zoufalství. V tom, že se strašně teďka vyrojilo takový to jako že máš ty děti nosit a nemáš je v žádném případě nechat plakat a tohle. Což jako, já nejsem rozhodně podporovatel jakýhokoli vyplakávání, ale prostě já to jakoby nestíhám, jo? Jakože občas to jinak nejde.“

Zuzana: „No, myslím si, že jsem si to dlouhou dobu nepřiznala, že je to vlastně nějaký tlak... Na tom Instagramu třeba jsem si ukládala

různý věci, co se s dětma dají dělat, ale... Já nevím, potom jsem některé ty věci realizovala a vlastně ten pocit z toho se nedostavil tak pozitivně, jak jsem si myslela. Vykládám si to asi tak, že jsem asi fakt od toho čekala, že... Prostě je to absurdní, ale že to nějak jako fakt vylepší můj život, což prostě jakoby nemá vůbec ten potenciál. Takže... Takže tady to zklamání potom se tam promítalo i dál.“

Mateřský obsah sdílený na sociálních sítích, který jsem pro účely této práce nazvala Dobré rady, aktivuje v různé míře pouze sociální srovnávání směrem nahoru. Pokud účastnice obsah vnímaly jako užitečný, relevantní nebo inspirativní a zároveň jako dosažitelný, srovnávání ve většině případů vedlo k pozitivním emocím, jako je libost vůči obsahu, vděk nebo motivace. U části účastnic, které rady vnímaly jako dobré, ale nedosažitelné, mechanismus sociálního srovnávání s autorkami obsahu vyvolával pocity nedostatečnosti, méněcennosti a selhání. Tento typ obsahu má tedy podpurný potenciál, ale v některých případech, kdy ženy vnímají nepřekonatelnou diskrepanci mezi současným a chtěným stavem, může přispívat k tlaku na výkon a negativnímu sebehodnocení.

3.6 Špatné rady

Obsah na sociálních sítích, který jsem pro účely této práce označila jako Špatné rady, zahrnuje takové rodičovské rady a tipy, které účastnice vnímaly jako nevhodné, nefunkční, nerelevantní nebo dokonce škodlivé. Tyto rady se často týkají stejných oblastí jako Dobré rady, například výchovy, vývoje dítěte či každodenní péče, ale jejich forma, obsah nebo kontext vyvolávaly u účastnic spíše skepsi a odmítnutí. Je důležité zdůraznit, že stejně jako u předchozí kategorie se jedná o neformální obsah sdílený jinými matkami na sociálních sítích. Rady odborníků byly z této kategorie rovněž vyloučeny, jelikož ženy odborníky nevnímaly jako objekt sociálního srovnávání.

Jana: „Hodně často tam na mě vyskakuje pohybový vývoj toho dítěte. No a jelikož tomu trošku rozumím, takže k tomu mám co říct, tak jsou to občas kraviny... A je to úplně jako ‚Jo, děkuju za radu, ale mm-mm.‘“

*Magdalena: „Jo, třeba na mě vyskočil jednou nějaký profil, kde bylo ukázané, že vlastně ta holčička už někdy ve čtyřech měsících začala lozit nebo co, a to šlo vidět, že jí tam podsouvá ty kolínka a to... A vím, že to bylo špatně, protože vím, že to nemáš dělat. Že prostě to dítě se má vyvíjet samo a ne, že mu tam podsouváš ty kolínka a dáváš na ruce, aby prostě bylo tak, ****.“*

Amálie: „*Strašně moc lidí má pocit, že když už třeba jako mají ty dvě děti, tak už teda jako ví, co a jak prostě, tak že budou ostatní rodiče učit, jak se to dělá.*“

Karolína: „*Takže je to takové... Stejně na každé to miminko prostě působí něco jiného a jako oni sice můžou radit, ale je to to, co funguje na jejich miminko. Ale to neznamená, že prostě na vaše miminko to bude fungovat.*“

Marie: „*Američani mají sleep training, kdy prostě dávají děti jako do postýlek a spinkají samy a nekojí je anebo je prostě kojí málo. To jsou prostě takové ty věci, které třeba já vnímám, že jsou špatně, ale prostě oni to tak neberou a radí ti to.*“

Ema: „*A jakože jsou právě lidi třeba v těch skupinách na Facebooku, který říkají ‚Jo, já jsem to zkusila a dobrý, doporučuju.‘, ale pak člověk najde spoustu informací o tom, že to prostě dobrý není.*“

Uvedené výpovědi účastnic se tedy týkají kritického postoje žen k rodičovským radám sdíleným na sociálních sítích. Účastnice reflektují fenomén jakéhosi laického odbornictví, kdy jiné matky prezentují své zkušenosti jako univerzálně platné návody (Tripp et al., 2014), přičemž tyto rady podle účastnic často odporují odborným poznatkům nebo individuálním potřebám dítěte.

Některé účastnice popisovaly ve vztahu ke špatným radám nejistotu a pochybnosti. Nebyly si jisté, zda rady klasifikovat jako špatné nebo dobré a popisovaly zahlcení, únavu a pocity selhání.

Amálie: „*Některý jsou úplně švihlý a říkají třeba informace, který jsou vyloženě nepravda a potom je z toho prostě člověk zmatenej.*“

Kateřina: „*Je na tebe kladen jakoby nárok právě z těch sociálních sítí, jako buď taková a taková a toto nesmíš a tamto nedělej a tohle je špatně a tamto je špatně a je špatně dítě nazvat šikulka a je špatně prostě... Že vlastně máš mnohem jako víc vjemů, co vlastně děláš špatně, jak bys to měla dělat, jak bys to neměla dělat... A z toho prostě seš taky taková jako unavená, nebo prostě vlastně nevíš, co je správně a co není.*“

Pokud ale účastnice klasifikovaly rady jako špatné, měly ve všech případech tendence k sociálnímu srovnávání směrem dolů, které bylo obvykle doprovázeno negativním emočním prožíváním ve vztahu k autorce Špatných rad a k jejím příspěvkům. Popisovaly výraznou nelibost, nesouhlas a odpor vůči Špatným radám.

Adéla: „*No, občas mě napadne, že je to fakt třeba blbost.*“

Kateřina: „*Potom tam byl potty training, jakože když už spěcháš do školky a potřebuješ to mít za 3 dny hotový, tak že budete jenom doma a budeš ho prostě dávat na nočník co 5 minut. Tak jsem si říkala, že to je fakt jako ujetý, to já dělat nebudu prostě.*“

Hana: „*V rámci těch informací jsem viděla, že to je něco, co já konzumovat prostě nechci, že to jsou třeba fakt věci, který můžou uškodit jako třeba zdravotně.*“

Některé ženy, které nesouhlasily se špatnými radami a cítily vůči nim odpor, reagovaly neutrálně. Přestože i v tomto případě probíhá sociální srovnávání směrem dolů, emoční prožívání, které je s ním spojené, není negativní, ale spíš neutrální. Účastnice sice s radami ani s jejich autorkami nesouzní, ale nevnímají je ani jako ohrožující. Je důležité zdůraznit, že obvykle se jednalo o rady týkající se výchovy, tipů na trávení volného času a dalších témat, které výrazně neohrožují vývoj ani zdraví dítěte.

Anežka: „*Když to je něco, s čím se neztotožňuji, tak si to k srdci neberu. Prostě to přeježu, řeknu si přístup jako přístup, ta má názor takový, ale já mám názor jiný a nějak to nehrotím.*“

Nikola: „*Asi nepochopení. Ale jako... Snažím se to respektovat. Prostě to neřeším, říkám si, že každej to máme jinak.*“

Karolína: „*Když se s tím třeba neztotožňuju, tak prostě jako jedu dál a neposlouchám to.*“

Johana: „*Já to prostě přeskočím a nějak se tím jako nezabývám. Já prostě respektuju, že to má někdo takhle a když jim to vyhovuje, tak OK.*“

U většiny účastnic ale to, že vyhodnotily rady jako špatné a s jejich autorkami se tedy srovnávaly směrem dolů, vyústilo ve výraznou negativní reakci na emoční úrovni. Účastnice měly potřebu vymezit se vůči autorkám špatných rad, které považovaly za nekompetentní, nezodpovědné či sobecké. Popisovaly negativní pocity jako vztek, rozhořčení, pohrdání a opovržení.

Veronika: „*Některý ty rady jsou opravdu hrozný. Ale výchova, to je každýho věc. Kdo si nechá dítě skákat po hlavě a kdo ne, to už je na každým.*“

Magdalena: „*To bylo asi v době, kdy mi [jméno dcery] ještě nelozila, takže to pro mě bylo docela téma, že ještě nelozí, že se jenom plazí. Ale když jsem to viděla, tak jsem si řekla ‚Ty brd’o, tak tohle dělat nebudu. Ještěže nejsem tak ambiciózní matka, abych tohle dělala.‘ Spíš jsem se tak utvrdila v tom, že tohle prostě dělat nebudu, aby mi začala lozit.“*

Marie: „*Tak to je takový, že tam vždycky narazím na nějakou radu a rozčílím se u toho.“*

Anežka: „*Je to nějaká povýšenecká *****, která prostě místo toho, aby mlčela, tak ze sebe udělá ***** před ostatními.“*

Matylda: „*A pak tyhle lidi přesně natáčí tyhle inteligentní videa na sociální síť. A najít v dnešní době někoho, kdo je fakt jako na tvé úrovni... A je to dokonce ženská, se kterou se fakt můžeš ztotožnit, je prakticky nemožný. Proto mě ty výchovný rady moc nezajímají. Protože jsou to povětšinou hloupý lidi, který je dávají.“*

Zajímavé je, že některé účastnice zaujaly v důsledku sociálního srovnávání směrem dolů postoj k autorkám Špatných rad, ve kterém dominovala ironie a lehké pohrdání. Tyto účastnice vnímaly Špatné rady jako natolik absurdní, že v nich vyvolávaly výsměch a pohrdání ve vztahu k jejich autorkám.

Monika: „*Některé rady jsou teda takové... K posměchu. První, co mě napadne je, že buď ještě nemá vlastní děti, anebo se jí narodilo čerstvě miminko a žádné jiné dítě nemá. Vždycky si to akorát s kamarádkama posíláme, jak jsou někteří lidi strašně naivní. Jinak, jako... Víš, se tomu jako směju, než že by mě to jako rozčílilo.“*

Barbora: „*Ted’ka je vlastně móda respektující výchova. Mně se to líbí, ale některé maminy to fakt přehání. To je dokonce jedna mamina, taky na Instagramu má svůj profil, tak ta mi trošku leze na nervy. Já se jako na to video podívám, a tak si jako... Tak jako nadzvednu obočí a prostě jedu dál. Takže spíš mě to jako... Svým způsobem pobaví lomeno odradí.“*

Špatné rady, které účastnice vnímaly jako ohrožující, v nich vyvolávaly obzvláště silnou odezvu. Je důležité zdůraznit, že se velmi často jednalo o Špatné rady z oblasti výchovy, vývoje dítěte a zdraví dítěte nebo jiných oblastí, kterým účastnice přisuzovaly velkou důležitost a Špatné rady v těchto oblastech vyhodnotily jako vysoce neadekvátní nebo ohrožující. Účastnice nejčastěji zmiňovaly například *sleep training*, tzv.

vyplakávací metodu, tipy, jak urychlit přirozený vývoj dítěte a další rady, které vyhodnotily jako mimořádně nevhodné a škodlivé.

Jana: „A to jsem vždycky vyloženě naštvaná, že to na ten profil na tý sociální síti někdo dá, fakt to jsou občas kraviny.“

Kateřina: „Snažila jsem se to trošku pochopit, ale říkám si ‚Hej, co v sobě musíš jako zadupat?‘, jakože trošku sobecky upřednostníš svůj klid před prostě... Před svým dítětem. A jako ano, občas... To dělám taky prostě, ale tady tohle má vyloženě podle mě fatální následky, jakože to prostě nemůžeš, to prostě nemůžeš udělat, to prostě nemůžeš ani kdybys, já nevím, byla vyčerpaná sebevíc, tak se prostě musíš zvednout a jít tam, protože prostě si řekneš, vyhodnotíš si to hlavou, nebo já nevím, jestli to někdo nevyhodnotí, nebo jako co se tam děje, prostě v té hlavě jejich, ale řekneš si ‚Hej tak brečí? Brečí asi z nějakého důvodu, neumí mluvit, je mu 6 měsíců a prostě nebrečí jenom tak.‘ a já si nedokážu představit... Ty to dítě prostě porodíš, vychováš ho, miluješ ho, prostě chceš pro něho to nejlepší a necháš ho tam brečet v druhém pokoji v druhém patře, protože... Spíš nechápu jakoby... Nevím, jestli prostě... Jsou ti lidi nějak jako v pohodě, že prostě, jakože takhle jako psychicky.“

Matylda: „Většinou se snažím tyhle příspěvky sjet aspoň do půlky, jestli to jde, nebo jestli je to fakt blábol přes blábol, tak to vypínám a ihned odcházím. A v momentě, kdy se u toho naštvu, tak už třeba i začnu psát ten komentář, ale vzhledem k tomu, že vím, že nemám psát prostě jako naštvaná, tak stejně radši scrolluju dolů.“

Veronika: „Takové naštvaní na to, že maminky, které třeba nemají takovou pevnou vůli jak já, nebo nemají třeba v hlavě ještě všechno úplně v pořádku hormonálně, protože to fakt jako hormony dělají hodně, tak se vyděsí. A ty lidi, co tam ty rady dávají, si to vůbec neuvědomují. Oni si neuvědomují, že té mamince ublíží. Že ona bude v těch šesti měsících u toho dítěte a bude ho prostě drtit, aby lezlo. A vlastně by to v pohodě mohla přejít bez toho stresu a přišlo by to třeba za měsíc. Ale ona se vystresuje, letí k doktorce, letí na fyzioterapii, řeší to s psychologem, a přitom je to úplně normálně volnej průběh. Takže jo, to mě jako hodně naštve.“

V posledním úryvku Veronika popisuje, že cítí rozhořčení ve vztahu k ženám, které sdílí špatné rady. Zároveň ale zmiňuje sounáležitost ve vztahu k ostatním ženám, které by se takovými radami mohly řídit. Zajímavé je, že účastnice Špatné rady

v některých oblastech považovaly za ohrožující mimo jiné právě protože vnímaly, že jejich následování by mohlo negativně ovlivnit jiné matky a jejich děti. Jednalo se tedy o empatickou reakci s ohledem na ostatní ženy, kterým by špatné rady mohly ublížit a ke kterým účastnice cítily sounáležitost. I další účastnice zmiňovaly, že jiné matky a jejich děti by mohly utrpět v důsledku následování špatných rad. Tato empatická reakce v souvislosti se sociálním srovnáváním směrem dolů v účastnicích vyvolávala lítost, což demonstrují úryvky z rozhovorů s Monikou, Karolínou a Emou.

Monika: „*Když se vždycky zamyslím nad tím, že někdo se fakt řídí podle něčího Instagramu a něčích rad, tak mi to přijde jako hrozně smutný. Že si myslím, že každý by si to měl dělat úplně podle sebe. A přijde mi to takový strašný nátlak jako na okolí. Víš, jakože na ty maminky. Moc s tím nesouhlasím.*“

Karolína: „*Když je to něco, s čím se neztotožňuju a je to třeba... Nevím, dám příklad, že nechává to dítě prostě vybrečet, nebo cokoliv, s čím já jako nesouzím, tak mi je to tak jako líto no. Toho miminka, i té maminky asi. I když jako samozřejmě pro ně to může být super, ale mně to přijde jako líto a nechci se na to koukat.*“

Ema: „*A pak si říkám, že když teda tam ty děti usínají samy, jak se asi musí cítit, když u sebe nemají toho rodiče. Že je mi jich vždycky tak trošku líto.*“

Sociální srovnávání směrem dolů v kombinaci s rozhořčením a sounáležitostí s ostatními matkami vyvolávalo v některých účastnicích touhu a motivaci autorky tohoto obsahu konfrontovat s tím, že jejich rady vnímají jako nevhodné. Hana tento stav pojmenovala „*touha po spravedlnosti*“, kdy měla potřebu upozornit, že konkrétní rada je špatná a potenciálně ohrožující. Podobnou situaci demonstruje i úryvek z rozhovoru s Marií.

Hana: „*Hele, asi nějaká jako touha po té spravedlnosti, nebo jakoby ukázání pravdy, když to tak řeknu. Protože mě v tu chvíli napadlo poslat to třeba nějakým porodním asistentkám, kterým já naopak věřím. Informacím, který prostě ony sdílej. Takže asi tady tahle ta touha prostě ukázat tu pravdu.*“

Marie: „*V momentě, když tam jsou věci, které vím, že jsou blbost, protože jsem si o tom něco zjišťovala a vidím, že třeba tohle je hrozné, jak to tomu dítěti může dělat, nebo takovéhle věci, tak se přesně cítím jakoby... Že vlastně bych jí někdy hrozně chtěla napsat takové to ‚Paní,*

ale takhle to není.' *Když si třeba myslím, že ty děti kazí, tak mám tendenci zasáhnout, že ,Paní, vy ničíte dítě.'"*

Při kontaktu s rodičovskými radami na sociálních sítích, které účastnice vnímaly jako nevhodné nebo škodlivé, se zapojovaly výhradně do sociálního srovnávání směrem dolů. V těchto situacích si upevňovaly vlastní rodičovské postoje, často skrze vymezení se vůči jiným matkám, které v důsledku jejich rad považovaly za nekompetentní. Sociální srovnávání směrem dolů bylo spojeno převážně s negativními emocemi, od odporu a vzteku, přes lítost až po výsměch a pohrdání. Je důležité zmínit, že se u části účastnic objevovala neutrální reakce spojená se snahou o respektování jinnosti. I tento typ reakce ovšem implikoval sociální srovnávání směrem dolů a v různé míře i odsuzování autorek špatných rad. Je zajímavé, že v některých případech bylo sociální srovnávání směrem dolů doprovázeno touhou po nápravě a touhou ochránit jiné matky a jejich děti před jejich dopadem, což může implikovat pocity sounáležitosti ve vztahu k online mateřské komunitě.

4 Diskuze

Tato práce poskytuje jedinečný vhled do prožívání mateřství, sociálního srovnávání prostřednictvím sociálních sítí a emočního prožívání matek. Výzkumný vzorek tvoří dvacet žen prvorodiček ve třetí dekádě života, které vychovávají své první dítě ve věku do tří let. Díky jejich upřímným a otevřeným výpovědím, které byly získány formou polostrukturovaných rozhovorů, mohlo v rámci reflexní tematické analýzy vzniknout šest témat a jedno podtéma, které poskytují odpověď na výzkumnou otázku *Jakým způsobem probíhá proces sociálního srovnávání na sociálních sítích u matek prvorodiček ve třetí dekádě života a jakou roli hraje v jejich emočním prožívání?*

V rámci této kapitoly shrnu hlavní zjištění této práce, propojím je s literaturou a dosavadními výzkumy, představím hlavní přínosy a limity této práce a nastíním, čeho by se mohl týkat navazující výzkum.

4.1 Shrnutí a reflexe hlavních výzkumných zjištění

Tato práce si kladla za cíl identifikovat hlavní vzorce ve způsobu, jakým ženy prožívají svou mateřskou roli v kontextu sociálního srovnávání na sociálních sítích a jaký má toto srovnávání vliv na jejich emoční prožívání a mateřské sebehodnocení. Aby bylo možné zkoumat mechanismus sociálního srovnávání, je nutné znát objekt sociálního srovnávání. V průběhu rozhovorů účastnice popisovaly typy mateřského obsahu, se kterým na sociálních sítích přichází do kontaktu. Pomocí reflexní tematické analýzy byly identifikovány typy mateřského obsahu, které se objevovaly napříč rozhovory a v účastnicích vzbuzovaly tendence k sociálnímu srovnávání, které byly následované reakcí na emoční úrovni. Názvy témat a podtémat, směr sociálního srovnávání a valenci emočních reakcí shrnují Tabulky 5 a 6 v kapitole Výsledky.

4.1.1 Sociální srovnávání směrem nahoru, emoční prožívání s pozitivní valencí

Témata, která představují typy obsahu, na které účastnice reagovaly sociálním srovnáváním směrem nahoru, jsou všechna kromě Špatných rad. Idealizovaný obsah, Normalizující obsah, Vtipný obsah, Nešťastný obsah, Šťastný obsah a obsah prezentující Dobré rady tedy v účastnicích v různé míře vyvolávaly tendenci k sociálnímu srovnávání směrem nahoru. Výhradně emoce s pozitivní valencí popisovaly účastnice v případě tématu Normalizující obsah a jeho podtématu Vtipný obsah. Obě tyto témata představují obsah, který je charakteristický snahou o autentickou reprezentaci mateřství. Normalizující obsah používá spíše edukativní narativ, kdy jeho autorky z lehce nadřazenější pozice ubezpečují ostatní ženy, že je v pořádku nenaplňovat moderní ideál mateřství. Vtipný obsah předkládá stejné myšlenky humornou formou. Podobný typ

mateřského obsahu popisuje ve své studii Orton-Johnson (2017) a tvrdí, že vytváří prostor pro destigmatizaci nenaplňování ideálů moderního mateřství. Autorky Normalizujícího obsahu na sociálních sítích navíc splňují definici „skutečné matky“ podle Prikhidko a Swank (2018). Podle nich se „skutečná matka“ na rozdíl od „ideální matky“ snaží dostát ideálům moderního mateřství, ale ne vždy se jí to daří. Kontakt s ženami, které na sociálních sítích otevřeně přiznávají, že nenaplňují moderní ideály mateřství, může ostatním ženám poskytnout ujištění, že nejsou samy (McDaniel et al., 2012). Navíc může sloužit jako sociální opora a přispívat tak ke snížení stresu v poporodním období a počátcích mateřství (Emmanuel et al., 2011; Gleeson et al., 2019). To dokládají i výsledky tohoto výzkumu, jelikož v souvislosti s Normalizujícím a Vtipným obsahem a sociálním srovnáváním směrem nahoru účastnice popisovaly výhradně emoce s pozitivní valencí, jako je například úleva, uklidnění, sounáležitost, vděk nebo libost vůči obsahu a jeho autorkám. Účastnice také popisovaly obdiv vůči autorkám Normalizujícího obsahu za to, že jsou schopné a ochotné sdílet i negativní prožitky související s mateřstvím. To dokládá například úryvek z rozhovoru s Marií: *„Přijde mi to důležitý a je skvělý, když to někdo dělá veřejně, že to není jenom něco schovaného... Přijde mi to statečný, obdivuhodný, přijde mi to super.“*, která tímto způsobem ocenila Normalizující obsah. Tento úryvek demonstruje, že obsah, ve kterém autorka prezentuje vlastní selhání, může být zdrojem obdivu, inspirace a motivace. Normalizující a Vtipný obsah v kombinaci se sociálním srovnáváním směrem nahoru tak může sloužit jako podpůrný mechanismus a přispívat k pozitivnímu emočnímu stavu, což ukazuje i dřívější výzkum Onishi et al. (2024). Emoce s pozitivní valencí v souvislosti se sociálním srovnáváním směrem nahoru dále účastnice popisovaly ve vztahu k Idealizovanému obsahu, Šťastnému obsahu a Dobrým radám. Autorky těchto typů obsahu považovaly za úspěšnější, šťastnější, kompetentnější nebo celkově lepší v mateřské roli, než jsou ony samy, což vytvářelo prostor pro sociální srovnávání směrem nahoru (Festinger, 1954). Sociální srovnávání směrem nahoru může vést k obdivu, inspiraci a dalším pocitům s pozitivní valencí, pokud vyvolává proces asimilace (Smith, 2000). Dalším významným faktorem mohla být míra identifikace s autorkami těchto obsahů (Stets & Burke, 2014) nebo míra internalizace prezentovaných rodičovských ideálů (Wagstaff et al., 2024).

4.1.2 Sociální srovnávání směrem nahoru, emoční prožívání s negativní valencí

Sociální srovnávání směrem nahoru napříč jednotlivými typy obsahu v ženách vyvolávalo i emoce s negativní valencí. Jednalo se o Idealizovaný obsah, Nešťastný obsah, Šťastný obsah a Dobré rady. Sociální srovnávání směrem nahoru tedy v účastnicích nevyvolávalo pouze emoce s pozitivní valencí, ale naopak například pocity nedostatečnosti, smutku, viny, úzkosti nebo závislosti, jelikož vnímaly, že jsou autorky obsahu úspěšnější, kompetentnější nebo celkově lepší v mateřské roli než ony samy. Vzhledem k sociálnímu srovnávání směrem nahoru v kombinaci s pocíťovanou diskrepancí mezi

autorkami obsahu a jimi samými přicházela emoční reakce s negativní valencí. Právě kvůli pocitům nedostatečnosti a žárlivosti může sociální srovnávání směrem dolů prostřednictvím sociálních sítí snižovat well-being (Park & Baek, 2018). Nejvýraznější emoční reakce s negativní valencí v rámci sociálního srovnávání směrem nahoru účastnice popisovaly v souvislosti s Idealizovaným obsahem. Ženy, které vytváří tento typ obsahu, prezentují mateřství a mateřskou roli v silně idealizované podobě, čímž mohou přispívat k posilování nerealistických očekávání vůči mateřské roli. Autorky tohoto typu obsahu by bylo možné zařadit pod koncepty Insta Mum, Yummy Mummy nebo Alpha Mother, jelikož kladou vysoký důraz na sebeděči o sebe a svůj vzhled, jsou velmi ambiciózní a usilují o dokonalost napříč mnoha oblastmi svého života (Chae, 2015; Masopustová et al., 2018; Wagstaff et al., 2024). Tyto současné mateřské ideály mohou zhoršovat sebehodnocení matek, jelikož v nich mohou vyvolat pocity viny za to, že nejsou v otázkách mateřství dokonalé (Liss et al., 2012; Midgley et al., 2021). To dokládají i výpovědi účastnic tohoto výzkumu, které popisovaly, že sociální srovnávání směrem nahoru s autorkami Idealizovaného obsahu v nich vyvolávalo pocity tlaku, selhání, nespokojenosti, nedostatečnosti, frustrace a rozhořčení. Mohlo se jednat o ty účastnice, které měly internalizovány moderní ideály mateřství a zároveň měly pocit, že jich nejsou schopné dostát, protože takové ženy jsou náchylnější k pocitům viny, studu a obavám z odsuzování ze strany svého okolí (Liss et al., 2012) a k pocitům hněvu vůči sobě či svému okolí (Rizzo et al., 2013) v důsledku sociálního srovnávání. To může vést k nízkému pocitu sebeúčinnosti v mateřství a nízké celkové spokojenosti s mateřskou rolí (Wagstaff et al., 2024). Vzhledem k tomu, že časté sociální srovnávání směrem nahoru prostřednictvím sociálních sítí může vést u žen k negativnímu emočnímu prožívání (Onishi et al., 2024), ke sníženému mateřskému sebevědomí (Germic et al., 2021), sníženému pocitu sebeúčinnosti v mateřské roli, nižší emoční stabilitě a častějším pochybnostem o vlastních rodičovských schopnostech (Wagstaff et al., 2024), představuje Idealizovaný obsah v kombinaci se sociálním srovnáváním směrem nahoru výraznou hrozbu pro well-being matek, které jsou mu vystaveny. Sociální srovnávání směrem nahoru doprovázené emoční reakcí s negativní valencí se dále objevovalo u Nešťastného obsahu, Šťastného obsahu a Dobrých rad. Mechanismus sociálního srovnávání a vzniku negativní emoční reakce byl u Šťastného obsahu a Dobrých rad podobný, jako u Idealizovaného obsahu. Účastnice jeho autorky vnímaly jako úspěšnější, šťastnější nebo kompetentnější a v důsledku sociálního srovnání, v rámci kterého vnímaly výraznou diskrepanci mezi tím, jaké jsou a jaké by chtěly být, popisovaly negativní emoce. U Nešťastného typu obsahu se vzhledem k jeho povaze sociální srovnávání směrem nahoru objevovalo jen výjimečně. Stojí ovšem za bližší prozkoumání, jelikož mechanismus sociálního srovnávání byl v tomto případě mimořádně nezvyklý. Některé účastnice totiž vnímaly určitou nespravedlnost v tom, že autorky Nešťastného obsahu podle jejich názoru působily, jako by se měly lépe než ony samy, a i přesto si na svou situaci stěžovaly. Tento způsob uvažování byl jediným spouštěčem srovnávání směrem nahoru v kontextu tohoto typu příspěvků. V takových

situacích účastnice uváděly výhradně negativní reakce, jako jsou pocity nepochopení, odsuzování, výsměch, rozhořčení nebo vztek.

4.1.3 Sociální srovnávání směrem dolů, emoční prožívání s pozitivní valencí

Na tomto místě je důležité upozornit na to, že v rámci rozhovorů účastnice zmiňovaly, že stejné typy obsahu v nich mnohdy vyvolávaly sociální srovnávání v různém směru a různorodé emoční reakce, a to jednak napříč rozhovory, ale mnohdy i v rámci jednoho rozhovoru. Sociálním srovnáváním směrem dolů účastnice reagovaly na Idealizovaný, Normalizující, Vtipný a Nešťastný obsah a na obsah prezentující Špatné rady. Jeho autorky v takovém případě vnímaly z různých důvodů jako horší nebo méně úspěšné matky. Sociální srovnávání směrem dolů může vést například jak k pocitům úspěchu, radosti a zvýšení sebedůvěry, tak například k pocitům soucitu, lítosti a smutku (Festinger, 1954), což dokládají i výpovědi účastnic v tomto výzkumu.

Sociální srovnávání směrem dolů, které ústilo v emoční reakci s pozitivní valencí, se týkalo Idealizovaného obsahu, Normalizujícího obsahu, Vtipného obsahu a Nešťastného obsahu. Účastnice považovaly jeho autorky z různých důvodů za méně kompetentní a méně úspěšné v mateřské roli a toto srovnání jim přinášelo pozitivní emoce, pocity a vnímání sama sebe jako úspěšnější v mateřské roli. Normalizující obsah, Vtipný obsah a Nešťastný obsah lze označit jako obsah, u kterého je možné očekávat tendence k sociálnímu srovnávání směrem dolů, jelikož jeho autorky prezentují oblasti a situace v mateřství, ve kterých se jim nedaří. Účastnice, které se s těmito typy obsahu srovnávaly směrem dolů a popisovaly emoční reakci s pozitivní valencí, zmiňovaly pocity úlevy a uklidnění, že i jiným ženám se někdy v mateřství nedaří. Také zmiňovaly libost vůči těmto typům obsahu a sounáležitost a soucit ve vztahu k jejich autorkám. Toto dokládají i dřívější výzkumy zabývající se touto problematikou (Pedersen & Lupton, 2016; Phillips & Broderick, 2014).

Překvapivé může být sociální srovnávání směrem dolů v případě Idealizovaného obsahu. Moderní ideály mateřství, které autorky Idealizovaného obsahu prezentovaly, některé účastnice zpochybňovaly a považovaly je za nerealistické, falešné a lživé. V takovém případě se s jeho autorkami obvykle srovnávaly směrem dolů, čímž si posilovaly pozitivní sebehodnocení a vnímaly samy sebe jako úspěšnější v mateřské roli a prožívaly tak emoce s pozitivní valencí. Na tomto místě je důležité zdůraznit, že se ve výpovědích účastnic ukazuje, že Idealizovaný obsah, jehož autorky prezentují svou dokonalost v mateřské roli, a který by tedy mohl prvoplánově vypadat jako typický objekt sociálního srovnávání směrem nahoru, může být objektem sociálního srovnávání směrem dolů, pokud si ho tak ženy kognitivně přerámují.

4.1.4 Sociální srovnávání směrem dolů, emoční prožívání s negativní valencí

Idealizovaný, Normalizující, Nešťastný obsah a obsah prezentující Špatné rady v účastnicích vyvolával tendenci k sociálnímu srovnávání směrem dolů doprovázenou negativními pocity. Účastnice považovaly jeho autorky z různých důvodů za méně kompetentní a méně úspěšné v mateřské roli a sociální srovnávání směrem dolů doprovázely pocity s negativní valencí. Jak jsem již zmiňovala výše, v případě Idealizovaného obsahu ho některé účastnice zpochybňovaly a považovaly ho za nereálný a s jeho autorkami se srovnávaly směrem dolů. Jejich obsah vnímaly jako lživý a nepravdivý a jeho autorky jako falešné a neupřímné. Popisovaly emoce s negativní valencí a s vysokou mírou aktivace, jako je vztek, zlost, rozhořčení, naštvání. Některé účastnice také popisovaly pohrdání a výsměch ve vztahu k autorkám Idealizovaného obsahu. V případě Normalizujícího obsahu vznikaly negativní emoce v důsledku sociálního srovnávání směrem dolů, jelikož účastnicím vadilo, že autorky tohoto obsahu akcentují negativní stránky mateřství. Autorky označovaly jako demotivované a rezignované a jejich obsah v nich budil nelibost, nesouhlas, odsuzování, a rozhořčení. Nešťastný obsah vzbuzoval v účastnicích v kombinaci se sociálním srovnáváním směrem dolů sounáležitost, lítost a smutek, pokud účastnice s jeho autorkami soucítily. Pokud je ale vyhodnotily jako nekompetentní, Nešťastný obsah v nich vyvolával spíše odsuzování, vztek a rozhořčení. Zajímavé je, že účastnice často popisovaly, že ženy sdílí Nešťastný obsah v uzavřených mateřských skupinách a anonymně, což popisují i další studie (César et al., 2018; Pedersen & Lupton, 2016). Jako nekompetentní účastnice vyhodnotily i tvůrkyně obsahu, který prezentoval Špatné rady. Tento typ obsahu v účastnicích vyvolával pouze sociální srovnávání směrem dolů a pouze emoce s negativní valencí.

Studie Tosun et al. (2020), na kterou v této práci nepřímo navazují, tvrdí, že sociální srovnávání směrem nahoru vyvolává primárně touhu být jako objekt sociálního srovnávání, zatímco sociální srovnávání směrem dolů vyvolává soucit a ochotu pomoci objektu sociálnímu srovnávání, přičemž oba dva případy mohou být doprovázeny negativními i pozitivními emocemi. Z této kapitoly je zřejmé, že zjištění této práce sice tvrzení Tosun et al. (2020) částečně podporují, ale zároveň jasně ukazují, že sociální srovnávání a emoční reakce, která ho doprovází, je mnohem rozmanitější a spleťtější a že je nutné na tuto problematiku nahlížet v příslušném kontextu.

4.2 Limity

Výsledky této práce je potřeba chápat s některými jejich omezeními. V této kapitole je krátce představím a pokusím se navrhnout jejich možná řešení.

Vzhledem k tomu, že tato práce vychází ze silně strukturované teorie sociálního srovnávání, v rámci které je možné dělit sociální srovnávání na srovnávání směrem

nahoru a směrem dolů (Festinger, 1954) a propojuje ji s emočním prožíváním, které nabízí další strukturovanost (sociální srovnávání směrem nahoru a emoce s pozitivní valencí, sociální srovnávání směrem nahoru a emoce s negativní valencí, sociální srovnávání směrem dolů a emoce s pozitivní valencí, sociální srovnávání směrem dolů a emoce s negativní valencí), nabízí se obsahová analýza jako forma analýzy kvalitativních dat, jelikož poskytuje možnost strukturovat výsledky a navíc počítat četnosti jednotlivých kategorií (Vaismoradi et al., 2013). Tento způsob analýzy pravděpodobně využila studie Tosun et al. (2020), na kterou se v této práci odkazují a nepřímo na ni navazují, ale nazývají ji „*semi-structured thematic analysis*“ s odkazem na studii Braun a Clarke (2006), které ale ve své studii žádný takový typ analýzy nepopisují, a naopak se snaží definovat rozdíly mezi tematickou a obsahovou analýzou. Aplikování obsahové analýzy na data zkoumaná v této práci by poskytla strukturovanější popisnější přehled se zaměřením na to, co účastnice popisovaly a jak často. Systematičnost a kategorizace by ale byla za cenu hloubky prozkoumání dat, jelikož obsahová analýza je spíše popisná ve srovnání s tematickou analýzou, která poskytuje prostor pro interpretaci a zkoumání výpovědí v určitém významovém rámci a kontextu (Morgan, 1993). Tematická analýza tedy byla pro účely této práce shledána jako vhodnější, jelikož ze své podstaty umožňovala hlubší porozumění žité zkušenosti účastnic výzkumu a její interpretaci v kontextu sociálního srovnávání na sociálních sítích (Braun & Clarke, 2022; Vaismoradi et al., 2013).

V dalším výzkumu by bylo vhodné navázat obsahovou analýzou se zaměřením na četnost výskytu jednotlivých emocí u jednotlivých typů příspěvků a zároveň na četnost sociálního srovnávání směrem nahoru nebo dolů u jednotlivých typů příspěvků. O něco podobného se ve své studii pravděpodobně pokusili Tosun et al. (2020), ale jako metodu analýzy zvolili již zmíněnou „*semi-structured thematic analysis*“. Tosun et al. (2020) ve své studii navíc nepopisují metodologii dostatečně rozsáhle, aby bylo možné určit, jakým způsobem analýza dat probíhala. Pro další zkoumání této problematiky by mohla být vhodná obsahová analýza nebo smíšený výzkumný design kombinující prvky kvalitativního a kvantitativního výzkumu. Některé zdroje navíc uvádí, že obsahová analýza je vhodná pro zkoumání obsahu masmédií a sociálních interakcí podporovaných technologiemi (Krippendorff, 2019). V takovém případě by byl ovšem potřebný velký výzkumný vzorek, který je pro tento druh výzkumu vhodný (Vaismoradi et al., 2013).

Vzhledem k tomu, jakým způsobem a na jaké otázky jsem se v rámci polostrukturovaných rozhovorů účastnic dotazovala, by bylo možné polemizovat nad tím, že témata vychází z otázek pokládaných ve výzkumném rozhovoru. Braun a Clarke (2006; 2022) popisují, že nejhorsí tematické analýzy, jaké kdy viděly, mají témata postavená na otázkách z rozhovoru a nehledají mezi nimi další souvislosti. To, že to není případ této práce, dokládá schematický náčrt z výzkumného deníku uvedený v Příloze D. Tento náčrt ukazuje, že obsah jednotlivých témat vznikl napříč všemi otázkami z výzkumného rozhovoru. Přesto kdybych měla možnost výzkum dělat znovu, dopřála

bych ženám ještě větší volnost v tom smyslu, že bych se neptala na konkrétní typy příspěvků, ale stále dokola bych se jich ptala „*S jakým typem mateřského obsahu se potkáváte na sociálních sítích?*“, dokud by neřekly, že už je žádný další typ obsahu nenapadá.

Jako další limit této práce vnímám to, že přestože je výzkumný vzorek poměrně velký, mohlo dojít při jeho výběru k určitým zkreslením. Vzhledem k tomu, že výběr vzorku proběhl metodou sněhové koule, nereprezentuje širší populaci. Je však důležité připomenout, že se tato práce zaměřuje na poměrně specifickou populaci prvorodiček ve třetí dekádě života. Vzhledem k tomu, že průměrný věk prvorodičky v Česku byl v roce 2023 30,4 let (Český statistický úřad, 2024), což je vyšší věk než horní věková hranice zkoumaného vzorku v této práci, lze vzorek považovat za obtížně získatelný, a tudíž je metoda sněhové koule vodným postupem pro oslovení účastnic (Naderifar et al., 2017; Valerio et al., 2016). Je možné, že vícerodičky, ženy starší třiceti let a ženy, které jsou matky dětí starších tří let by popisovaly jiné zkušenosti se sociálním srovnáváním na sociálních sítích. Vícerodičky, které jsou si jistější samy sebou v mateřské roli (Walker et al., 1986) by mohly mít nižší tendence k sociálnímu srovnávání s ostatními matkami. Dále je také možné, že ženy starší třiceti let by reagovaly jinak, jelikož se řadí mezi tzv. *digital immigrants* a používání digitálních technologií pro ně není tak přirozené, jako pro *digital natives*, kteří v době digitálních technologií vyrůstají od narození (Prensky, 2001). Je možné, že prvorodičky mladší třiceti let, které byly předmětem tohoto výzkumu, ale s dítětem starším než tři roky, by také popisovaly jiné zkušenosti, jelikož by vzhledem k většímu stáří dítěte, a tudíž delší mateřské zkušenosti pravděpodobně měly stálejší mateřskou identitu (Mercer, 1985). Zkoumat populace vícerodiček, žen starších třiceti let a matek dětí starších, než tři roky však nebylo cílem této práce, tudíž je možné tyto úvahy vnímat jako podnět pro navazující výzkum.

Na tomto místě je také nezbytné stručně zmínit některé hlavní limity týkající se sběru dat, které jsem podrobněji reflektovala již v kapitole Metoda. Rozhovory s účastnicemi výzkumu probíhaly na místech, které si samy vybraly. Některá místa byla hlučnější, u některých rozhovorů byly přítomny děti účastnic nebo jejich partner. To mohlo mít nepříznivý vliv na pozornost a upřímnost výpovědí účastnic. Bylo by vhodné sjednotit místo konání rozhovorů a zajistit účastnicím výzkumu hlídání dětí, aby mohly věnovat plnou pozornost rozhovoru. Vzhledem k povaze této práce ale takové opatření nebylo možné. Jelikož si místo konání rozhovoru vybíraly samy ženy tak, aby pro ně bylo setkání co nejpohodlnější, věřím, že byl vliv daného prostředí na jejich výpovědi zanedbatelný.

Jako výrazný limit této práce vnímám to, že nálada účastnic v době konání rozhovoru mohla ovlivnit jejich odpovědi, což vzhledem k tomu, že se práce zaměřuje na emoční prožívání, není ideální. Vlivu momentální nálady na výpovědi si byly vědomy i samy účastnice, což ve své výpovědi reflektovala například Magdalena: „*Ted' se mám zrovna dobře, ale kdyby ses mě zeptala po nějakých třech šílených dnech, nebo kdybych včera neměla ten suprový výlet, tak bych taky třeba řekla něco jiného.*“. Vzhledem k povaze této práce a výzkumu, který byl v rámci ní realizován, byl ale vliv momentální

nálady na výpovědi účastnic nevyhnutelný a nebylo možné ho ošetřit. Věřím, že díky tomu, že jsem se účastnic snažila přizpůsobit a vytvořit jim co nejpříjemnější a nejpohodlnější podmínky pro konání rozhovoru, jsem tento vliv alespoň částečně eliminovala. Za další protektivní faktor před vlivem nálady na výpovědi účastnic považuji velikost vzorku, jelikož při takto velkém počtu účastnic je nepravděpodobné, že by všechny poskytovaly rozhovor s výrazně špatnou nebo výrazně dobrou náladou.

4.3 Přínosy

Tato práce rozšiřuje dosavadní poznatky o sociálním srovnávání prostřednictvím sociálních sítí u matek prvorodiček a propojuje je s emočním prožíváním a jeho možným vlivem na mateřské sebehodnocení. Přináší nový pohled na tuto problematiku a nová zjištění. V této kapitole krátce shrnu hlavní přínosy této práce a představím další možné návrhy pro navazující výzkum a možnou aplikaci výzkumných zjištění do praxe.

Hlavním přínosem této práce oproti dřívějším pracím, které se věnují problematice sociálního srovnávání matek prostřednictvím sociálních sítí je to, že ženy samy popisovaly mateřský obsah, se kterým se na sociálních sítích setkávají. Například zmiňovaná studie Tosun et al. (2020) sbírala data formou online dotazníků se dvěma otázkami s otevřenou odpovědí. Jedna otázka představovala hypotetickou situaci sociálního srovnávání směrem nahoru, druhá směrem dolů. Vzhledem k tomu, že otázky byly předem dané, výzkumný design neposkytoval účastnicím prostor pro popisování vlastní zkušenosti s různorodými typy mateřského obsahu na sociálních sítích. Díky tomu, jakým způsobem je postavené schéma výzkumného rozhovoru v této práci, přináší nový pohled na tuto problematiku tím, že dává prostor samotným ženám, aby reflektovaly mateřský obsah, se kterým na sociálních sítích přichází do kontaktu a popsaly proces sociálního srovnávání, pokud tento obsah vnímají jako objekt srovnávání.

Z podkapitoly Výzkumný vzorek a z kapitoly Výsledky je zřejmé, že ženy sociální sítě v souvislosti s mateřstvím aktivně využívají. Obsah na sociálních sítích se navíc jejich nové životní roli přizpůsobuje a automaticky jim nabízí obsah s mateřskou nebo rodičovskou tematikou. Vzhledem k tomu, že tento i předchozí výzkumy dokládají, že novopečené matky využívají internet a sociální sítě jako neformální zdroj rodičovských informací (Lupton et al., 2016; Moon et al., 2019), což ukazuje i nedávný výzkum z českého prostředí (Masopustová et al., 2018), bylo by vhodné podpořit odborníky zabývající se péčí o těhotné ženy, matky a děti, aby na sociálních sítích nějakým způsobem figurovali. Témata Dobré rady a Špatné rady sice nezahrnovaly rady odborníků, jelikož je ženy vzhledem k jejich odbornosti nevnímaly jako objekt sociálního srovnávání, to ale neznamená, že by je ženy v rozhovorech nezmiňovaly a nepřikládaly jim důležitost. Ženy si vysoce cenily instagramových profilů porodních asistentek a hojně je v rozhovorech zmiňovaly jako zdroj podpory a informací, které považují za spolehlivé.

Popisovaly, že velké množství profilů porodních asistentek jim tuto funkci poskytuje v období těhotenství, porodu a několika prvních týdnech mateřství. Profily odborníků, které by se zaměřovaly na pozdější fáze vývoje dětí na sociálních sítích chybí a ženy se tak obrací na laické rady ostatních matek. V důsledku toho mnohé ženy vnímají zahlcení množstvím dostupných informací o mateřství pocházejícím z mnoha různých zdrojů (Návratová et al., 2024), které jim může působit velkou nejistotu v otázkách mateřství a péče o dítě (Prikhidko & Swank, 2018). Jsem toho názoru, že by bylo dobré podpořit odborníky a odbornice z řad gynekoložek, porodních asistentek, porodnic, laktačních poradkyň, ženských fyzioterapeutek, dětských fyzioterapeutek, nutričních poradkyň, pediatriček, psycholožek a dalších, aby si zakládali profily na sociálních sítích a věnovali na nich prostor poporodní péči o ženy a o jejich děti a otázkám spojeným s raným mateřstvím, výchovou dětí a rodičovstvím. Výzkumy ukazují, že ženy mají o tento obsah na sociálních sítích zájem a přikládají mu vysokou důležitost (Lupton et al., 2016; Moon et al., 2019). Jak jsem již zmínila výše, i v tomto výzkumu je z výpovědí účastnic je zřejmé, že sociální sítě používají ve velké míře a že se na nich zabývají otázkami souvisejícími s mateřstvím. Generace nastávajících a budoucích matek se navíc řadí mezi digital natives (Prensky, 2001), tudíž je pravděpodobné, že používání sociálních sítích v souvislosti s mateřstvím bude v budoucnu čím dál tím častější a běžnější. Internetové platformy, mezi které se řadí i sociální sítě, které poskytují informace o těhotenství a rodičovství, ale podléhají jen velmi omezené nebo dokonce žádné regulaci pravdivosti zveřejňovaného obsahu (Tripp et al., 2014). Obsah generovaný odborníky by ženy nejenže ocenily, ale navíc by ho nevnímaly jako objekt sociálního srovnávání, a tudíž by v důsledku jeho konzumace neprožívaly negativní emoce spojené se sociálním srovnáváním. Odborníci by rovněž mohli být přítomni v mateřských skupinách na Facebooku, které ženy popisovaly. Plnili by podpůrnou funkci v rámci mateřských online komunit a zároveň by byli k dispozici pro bezplatnou odbornou konzultaci.

Na tomto místě považuji za důležité zmínit, že idealistická vize, kterou jsem představila v předchozím odstavci, je pro některé ženy realitou, bohužel ale v mnohem nepříznivější podobě. Některé účastnice bohužel popisovaly zkušenosti s lidmi, kteří se odborníky pouze nazývali, slibovali ženám, že jim pomohou a za poskytnutí konzultace požadovali nemalou sumu v řádu nižších tisíc korun. Jednalo se převážně o tzv. „spánkové poradkyně“, které tvrdily, že jsou expertky na dětský spánek a že ženám v rámci placené konzultace poradí, jak účinně uspat dítě. Účastnice popisovaly i další typy podvodných laických profilů, které ženám slibovaly, že jim za peníze pomohou vyřešit problémy například se spánkem, stravováním, výchovou nebo vývojem dítěte. I z tohoto důvodu považuji za nezbytné, aby odborníci zvážili svůj vstup na sociální sítě formou bezplatných odborných profilů s edukativním obsahem.

Jako další přesah této práce vnímám to, že by na jejím základě mohly vzniknout doporučení pro ženy, jaký mateřský obsah na sociálních sítích sledovat a jakému se naopak vyhýbat. Z Výsledků a Diskuze je zřejmé, že některé typy mateřského obsahu

na sociálních sítích přinášejí větší riziko sociálního srovnávání ústícího v negativní emoční prožívání. Pokud by ženy věděly, jakému obsahu se vyhýbat a jaký naopak vyhledávat, mohlo by to vést ke zkvalitnění prožívání mateřské role a příznivějšímu mateřskému sebehodnocení.

Za významný protektivní faktor vzhledem k pozitivnímu prožívání mateřské role a pozitivnímu mateřskému sebehodnocení v souvislosti s používáním sociálních sítí vnímám psychoedukaci o sociálním srovnávání. Sociální sítě hrají stále významnější roli při utváření představy o ideální matce a s ní spojenými očekáváními a nároky na ženu v roli matky (Jorge et al., 2021; Wegener et al., 2022). Vystavení žen tomuto modernímu ideálu mateřství prezentovanému na sociálních sítích může posilovat normativní představy o mateřství a zároveň potvrzovat specifické formy mateřství, které jsou právě populární (Capdevila et al., 2022; DeGroot & Vik, 2019). Vzhledem k tomu, že ženy, které jsou matkami, vnímají mateřství jako novou doménu, která může být podrobena sociálnímu srovnávání (Coyne et al., 2017), může být vystavení se modernímu ideálu mateřství rizikové vzhledem k jejich vnímání a prožívání mateřské role. Pokud se totiž ženy s tímto moderním ideálem mateřství srovnávají a vnímají, že nejsou schopné mu dostát, mohou cítit tlak, zahlcení, nejistotu a nedostatečnost (Prikhidko & Swank, 2018; Wagstaff et al., 2024), což může negativně ovlivnit jejich well-being a mateřské sebehodnocení (McDaniel et al., 2012). Účastnice tohoto výzkumu, které si byly vědomy toho, že se s ostatními matkami na sociálních sítích porovnávají a že jim toto porovnání nedělá dobře, si udržovaly větší nadhled a byly schopné negativní vliv sociálního srovnávání na sociálních sítích omezit. Účastnice, které si byly vědomy negativního vlivu sociálního srovnávání s ostatními matkami, aplikovaly různé obranné strategie. To dokládá například zkušenost Zuzany, která si z tohoto důvodu sociální sítě krátce po narození dítěte smazala:

„No, ale jako postupem času mi, i když jsem si tohle snažila nějak jakoby zvědomit, tak stejně mi to nestačilo a stejně jsem prostě vnímala, že to na mě má jako... Negativní vliv tohle prostě konzumovat, protože mě to vedlo k velké nespokojenosti s vlastním životem... Dlouho jsem si nebyla ochotná tohle přiznat a v momentě, kdy jsem si to přiznala, tak jsem se ještě nějakou dobu snažila ten Instagram mít a tohle si jenom zvědomovat, ale vlastně pak už to jako nešlo moc, že prostě... Mi přišlo, že bude prostě jednodušší se od toho odstříhnout úplně, což jsem pak udělala.“

I další účastnice hovořily o tom, že se v důsledku srovnávání s ostatními matkami necítí dobře a že se proto snaží čas strávený na sociálních sítích omezovat a typ obsahu, který konzumují, pečlivě vybírat. Jsem toho názoru, že psychoedukace v oblasti sociálního srovnávání by tento obranný mechanismus podpořila a pomohla tak ženám k pozitivnějšímu vnímání sama sebe v mateřské roli a k lepšimu mateřskému

sebehodnocení. To uvádí i nedávný výzkum Glatz et al. (2023), který mezi hlavními zjištěními uvádí doporučení, že odborníci by měli rodiče podpořit v zamyšlení se nad tím, s kým se na sociálních sítích srovnávají a proč, protože taková reflexe může vést k lepšímu a pozitivnějšímu vnímání sama sebe v rodičovské roli.

Za další významný přínos této práce vnímám hlubší porozumění tomu, jakým způsobem mohou sociální sítě fungovat jako forma sociální opory. Dřívější výzkumy popisují, že některé ženy používají online prostředí jako způsob, jak se vyrovnat s negativními emocemi spojenými s různými aspekty mateřství (Pedersen & Lupton, 2016), jako prostředek k hledání sociální opory (Onishi et al., 2024; Phillips & Broderick, 2014), k nalezení a udržení kontaktu s ostatními matkami a k ujištění, že nejsou samy (Gleeson et al., 2019; McDaniel et al., 2012). Využívání benefitů sociálních sítí tak může přispívat k vyššímu well-beingu matek (Hall & Irvine, 2008). I v rámci tohoto výzkumu účastnice popisovaly, že sociální sítě mnohdy přispívají k pozitivnímu emočnímu stavu a přinášejí jim pocity štěstí, radosti, uspokojení, sounáležitosti, úlevy, ujištění a další pozitivní prožitky, které mohou přispívat k vyššímu well-beingu a příznivějšímu mateřskému sebehodnocení. V souvislosti s touto problematikou stojí za zmínku, že tato práce poskytuje možnost nahlédnout do toho, jak fungují uzavřené mateřské skupiny na Facebooku. I další výzkumy popisují, že sociální sítě poskytují ženám prostor pro tvorbu online mateřských komunit (Gleeson et al., 2019; Johnson, 2014). Online kontakt s dalšími ženami může působit jako protektivní faktor proti sociální izolaci, kterou mnohé ženy na mateřské a rodičovské zažívají (Lupton et al., 2016). Mateřské skupiny, které ženy v rámci rozhovorů popisovaly, by stály za hlubší prozkoumáním. Budoucí výzkum by se mohl zaměřit na to, jakou roli hraje kontakt s ostatními ženami na online mateřských skupinách v subjektivním vnímání osamělosti a sociální izolace na mateřské a rodičovské. Vedle facebookových skupin stojí za zmínku také sociální síť Mamio, kterou ženy v rozhovorech zmiňovaly. Jedná se o sociální síť, která je určena pouze pro matky a slouží k online seznamování s ostatními matkami, které bydlí na stejném místě, aby se mohly seznámit v online prostředí a poté se fyzicky reálně setkat. Při zkoumání sociální izolace na mateřské by bylo dobré vzít v potaz vedle facebookových skupin také tuto sociální síť. Zároveň by bylo dobré novopečeným matkám poskytovat doporučení na online prostor, který jim může posloužit jako podpůrný mechanismus. Tipy na online prostory, které poskytují prostor pro socializaci a pro tvorbu online mateřských komunit by mohly být například součástí těhotenských průkazek nebo by je ženy mohly dostávat u gynekoložky, v porodnici nebo u pediatričky.

Na závěr vnímám za důležité zmínit, že tento a řada dalších výzkumů se zaměřuje na zkoumání sociálního srovnávání v oblasti rodičovství výhradně u žen. Jak jsem již zmiňovala, když se ženě narodí dítě, formuje se u ní mateřská identita a porovnávání mateřských kompetencí se stává novou oblastí, která může být podrobena sociálnímu srovnávání (Coyne et al., 2017). Oproti tomu existuje mnohem méně studií zabývajících se touto problematikou v oblasti otcovství. Navazující výzkumy by mohly této mezeře ve vědění věnovat pozornost a zaměřit se například na to, jestli vůbec muži

vnímají otcovství jako oblast, která je pro ně předmětem sociálního srovnávání, a pokud ano, jaké formy toto srovnávání nabývá, jaké specifické dimenze a oblasti zahrnuje a zda se podobá mechanismům sociálního srovnávání pozorovaným u matek.

Použité zdroje

1. Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Dush, C. M. K., & Sullivan, J. M. (2012). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations*, 61(3), 455–469. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2012.00708.x>
2. Bogdan, I., Turliuc, M. N., & Candel, O. S. (2022). Transition to Parenthood and Marital Satisfaction: A Meta-Analysis. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.901362>
3. Botha, E., Helminen, M., Kaunonen, M., Lubbe, W., & Joronen, K. (2020). Mothers' parenting self-efficacy, satisfaction and perceptions of their infants during the first days postpartum. *Midwifery*, 88, 102760. <https://doi.org/10.1016/j.midw.2020.102760>
4. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
5. Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
6. Bronfenbrenner, U. (1986). Ecology of the family as a context for human development: Research perspectives. *Developmental Psychology*, 22(6), 723–742. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.22.6.723>
7. Capdevila, R., Dann, C., Lazard, L., Roper, S., & Locke, A. (2022). #mothersday: Constructions of motherhood and femininity in social media posts. *Feminism & Psychology*, 32(3), 336–356. <https://doi.org/10.1177/09593535221107832>
8. César, F., Costa, P., Oliveira, A., & Fontaine, A. M. (2018). “To Suffer in Paradise”: Feelings mothers share on Portuguese Facebook sites. *Frontiers in Psychology*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01797>
9. Cooper, C. E., McLanahan, S. S., Meadows, S. O., & Brooks-Gunn, J. (2009). Family structure transitions and maternal parenting stress. *Journal of Marriage and Family*, 71(3), 558–574. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2009.00619.x>
10. Coyne, S. M., McDaniel, B. T., & Stockdale, L. A. (2017). “Do you dare to compare?” Associations between maternal social comparisons on social networking sites and parenting, mental health, and romantic relationship outcomes. *Computers in Human Behavior*, 70, 335–340. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.081>
11. Český statistický úřad. (2024). *Narození – 2023*. <https://csu.gov.cz/narozeni?pocet=10&start=0&podskupiny=133&razeni=-datumVydani>

12. DeGroot, J. M., & Vik, T. A. (2019). "Fake Smile. Everything is under Control.": The Flawless Performance of Motherhood. *Western Journal of Communication*, 85(1), 42–60. <https://doi.org/10.1080/10570314.2019.1678763>
13. DiPietro, J. A., Goldshore, M. A., Kivlighan, K. T., Pater, H. A., & Costigan, K. A. (2015). The ups and downs of early mothering. *Journal of psychosomatic obstetrics and gynaecology*, 36(3), 94–102. <https://doi.org/10.3109/0167482X.2015.1034269>
14. Emmanuel, E. N., Creedy, D. K., St John, W., & Brown, C. (2011). Maternal role development: the impact of maternal distress and social support following childbirth. *Midwifery*, 27(2), 265–272. <https://doi.org/10.1016/j.midw.2009.07.003>
15. Fang, Y., Boelens, M., Windhorst, D. A., Raat, H., & van Grieken, A. (2021). Factors associated with parenting self-efficacy: A systematic review. *Journal of advanced nursing*, 77(6), 2641–2661. <https://doi.org/10.1111/jan.14767>
16. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
17. Germic, E. R., Eckert, S., & Vultee, F. (2021). The impact of Instagram Mommy Blogger content on the perceived Self-Efficacy of Mothers. *Social Media + Society*, 7(3). <https://doi.org/10.1177/205630512111041649>
18. Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
19. Glatz, T., Daneback, K., Alsarve, J., & Sorbring, E. (2023). Parents' feelings, distress, and self-efficacy in response to social comparisons on social media. *Journal of Child and Family Studies*, 32(8), 2453–2464. <https://doi.org/10.1007/s10826-023-02611-2>
20. Gleeson, D. M., Craswell, A., & Jones, C. M. (2018). Women's use of social networking sites related to childbearing: An integrative review. *Women and Birth*, 32(4), 294–302. <https://doi.org/10.1016/j.wombi.2018.10.010>
21. Gunderson, J., & Barrett, A. E. (2017). Emotional Cost of Emotional Support? The Association between Intensive Mothering and Psychological Well-Being in Midlife. *Journal of Family Issues*, 38(7), 992–1009. <https://doi.org/10.1177/0192513x15579502>
22. Hall, W., & Irvine, V. (2008). E-communication among mothers of infants and toddlers in a community-based cohort: a content analysis. *Journal of Advanced Nursing*, 65(1), 175–183. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2008.04856.x>
23. Hays, S. (1998). *The Cultural Contradictions of Motherhood*. Yale University Press.

24. Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319–340. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.319>
25. Chae, J. (2015). “Am I a better mother than you?": Media and 21st-century motherhood in the context of the social comparison theory. *Communication Research*, 42(4), 503–525. <https://doi.org/10.1177/0093650214534969>
26. Chou, H. T., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
27. Johnson, S. A. (2014). ‘Intimate mothering publics’: comparing face-to-face support groups and Internet use for women seeking information and advice in the transition to first-time motherhood. *Culture, Health & Sexuality*, 17(2), 237–251. <https://doi.org/10.1080/13691058.2014.968807>
28. Jorge, A., Marôpo, L., Coelho, A. M., & Novello, L. (2021). Mummy influencers and professional sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, 25(1), 166–182. <https://doi.org/10.1177/13675494211004593>
29. Kallio, H., Pietilä, A.-M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: Developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of Advanced Nursing*, 72(12), 2954–2965. <https://doi.org/10.1111/jan.13031>
30. Kirkpatrick, C. E., & Lee, S. (2022). Comparisons to picture-perfect motherhood: How Instagram’s idealized portrayals of motherhood affect new mothers’ well-being. *Computers in Human Behavior*, 137, 107417. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107417>
31. Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: an Introduction to its methodology*. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
32. Lacko, D., Čeněk, J., & Urbánek, T. (2021). Psychometric Properties of the Independent and Interdependent Self-Construal Questionnaire: Evidence from the Czech Republic. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.564011>
33. Liss, M., Schiffrin, H. H., & Rizzo, K. M. (2012). Maternal Guilt and Shame: The role of self-discrepancy and fear of negative evaluation. *Journal of Child and Family Studies*, 22(8), 1112–1119. <https://doi.org/10.1007/s10826-012-9673-2>
34. Lowe-Calverley, E., Grieve, R., & Padgett, C. (2019). A risky investment? Examining the outcomes of emotional investment in Instagram. *Telematics and Informatics*, 45, 101299. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101299>

35. Lupton, D., Pedersen, S., & Thomas, G. M. (2016). Parenting and digital media: From the early web to contemporary digital society. *Sociology Compass*, *10*(8), 730–743. <https://doi.org/10.1111/soc4.12398>
36. Mary, S. M., Duschinsky, R., Davis, L., Dunnett, S., & Coughlan, B. (2024). Representations of motherhood in the media: a systematic literature review. *Information Communication & Society*, *28*(1), 169–186. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2024.2348020>
37. Masopustová, Z., Daňsová, P., & Lacinová, L. (2018). *Jak to mají mámy: Psychologický výzkum mateřství*. Munipress.
38. McDaniel, B. T., Coyne, S. M., & Holmes, E. K. (2012). New Mothers and media use: associations between blogging, social networking, and maternal well-being. *Maternal and Child Health journal*, *16*(7), 1509–1517. <https://doi.org/10.1007/s10995-011-0918-2>
39. Mercer R. T. (1985). The Process of Maternal Role Attainment over the First Year. *Nursing Research*, *34*(4), 198–204. <https://doi.org/10.1097/00006199-198507000-00002>
40. Mercer R. T. (2004). Becoming a mother versus maternal role attainment. *Journal of nursing scholarship*, *36*(3), 226–232. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2004.04042.x>
41. Midgley, C., Thai, S., Lockwood, P., Kovacheff, C., & Page-Gould, E. (2021). When every day is a high school reunion: Social media comparisons and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, *121*(2), 285–307. <https://doi.org/10.1037/pspi0000336>
42. Miller, L. J. (2016). Psychological, behavioral, and cognitive changes during pregnancy and the postpartum period. In A. Wenzel (Ed.), *The Oxford handbook of perinatal psychology* (pp. 7–25). Oxford University Press.
43. Moon, R. Y., Mathews, A., Oden, R., & Carlin, R. (2019). Mothers' Perceptions of the Internet and Social Media as Sources of Parenting and Health Information: Qualitative Study. *Journal of Medical Internet Research*, *21*(7), e14289. <https://doi.org/10.2196/14289>
44. Morgan D. L. (1993). Qualitative Content Analysis: A Guide to Paths not Taken. *Qualitative Health Research*, *3*(1), 112–121. <https://doi.org/10.1177/104973239300300107>
45. Moujaes, M., & Verrier, D. (2021). Instagram use, InstaMums, and anxiety in mothers of young children. *Journal of Media Psychology Theories Methods and Applications*, *33*(2), 72–81. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000282>
46. Naderifar, M., Goli, H., & Ghaljaie, F. (2017). Snowball sampling: a purposeful method of sampling in qualitative research. *Strides in Development of Medical Education*, *14*(3). <https://doi.org/10.5812/sdme.67670>

47. Nadin, S., & Cassell, C. (2006). The use of a research diary as a tool for reflexive practice. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 3(3), 208–217. <https://doi.org/10.1108/11766090610705407>
48. Návratová, H., Lacinová, L., Daňsová, P. P., Lacina, R., Michalčáková, R. N., & Kaňa, Š. (2024). “What makes me uncertain?” Czech mothers’ experiences of parenting 13- to 17-month-old toddlers. *Family Relations*, 74(1), 234–252. <https://doi.org/10.1111/fare.13101>
49. Nomaguchi, K., & Milkie, M. A. (2020). Parenthood and Well-Being: A Decade in Review. *Journal of Marriage and Family*, 82(1), 198–223. <https://doi.org/10.1111/jomf.12646>
50. Nyström, K., & Öhrling, K. (2004). Parenthood experiences during the child’s first year: Literature review. *Journal of Advanced Nursing*, 46(3), 319–330. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2004.02991.x>
51. Onishi, R., Tone, H., Maruyama, F., Kubota, M., & Chino, N. (2024). Identifying and comparing types of social comparisons on social networking sites among mothers with infants: Differences in maternal loneliness by types. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*. <https://doi.org/10.1007/s00127-024-02677-3>
52. Orton-Johnson, K. (2017). Mummy Blogs and Representations of Motherhood: “Bad Mummies” and Their Readers. *Social Media + Society*, 3(2). <https://doi.org/10.1177/2056305117707186>
53. Ouvrein, G. (2022). Mommy influencers: Helpful or harmful? The relationship between exposure to mommy influencers and perceived parental self-efficacy among mothers and primigravida. *New Media & Society*, 26(4), 2295–2314. <https://doi.org/10.1177/14614448221086296>
54. Park, S. W., & Baek, Y. H. (2018). Two faces of social comparison on Facebook: The interplay between social comparison orientation, emotions, and psychological well-being. *Computers in Human Behavior*, 79, 83–93. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.028>
55. Pedersen, S., & Lupton, D. (2016). ‘What are you feeling right now?’ communities of maternal feeling on Mumsnet. *Emotion, Space and Society*, 26, 57–63. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2016.05.001>
56. Percy, W., Kostere, K., & Kostere, S. (2015). Generic Qualitative Research in Psychology. *The Qualitative Report*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2015.2097>
57. Phillips, N., & Broderick, A. (2014). Has Mumsnet changed me? SNS influence on identity adaptation and consumption. *Journal of Marketing Management*, 30(9–10), 1039–1057. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2014.927899>

58. Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On The Horizon the International Journal of Learning Futures*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
59. Prikhidko, A., & Swank, J. M. (2018). Motherhood experiences and expectations: A qualitative exploration of mothers of toddlers. *The Family Journal: Counseling and Therapy for Couples and Families*, 26(3), 278–284. <https://doi.org/10.1177/1066480718795116>
60. Razurel, C., Bruchon-Schweitzer, M., Dupanloup, A., Irion, O., & Epiney, M. (2011). Stressful events, social support, and coping strategies of primiparous women during the postpartum period: A qualitative study. *Midwifery*, 27(2), 237–242. <https://doi.org/10.1016/j.midw.2009.06.005>
61. Rizzo, K. M., Schiffrin, H. H., & Liss, M. (2013). Insight into the Parenthood Paradox: Mental Health Outcomes of Intensive Mothering. *Journal of Child and Family Studies*, 22(5), 614–620. <https://doi.org/10.1007/s10826-012-9615-z>
62. Smith, R. H. (2000). Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons. In *Springer eBooks* (pp. 173–200). https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4237-7_10
63. Stets, J. E., & Burke, P. J. (2014). Social comparison in identity theory. In *Cambridge University Press eBooks* (pp. 39–59). <https://doi.org/10.1017/cbo9781139035583.004>
64. Studts, C. R., Pilar, M. R., Jacobs, J. A., & Fitzgerald, B. K. (2019). Fatigue and physical activity: Potential modifiable contributors to parenting sense of competence. *Journal of Child and Family Studies*, 28(10), 2901–2909. <https://doi.org/10.1007/s10826-019-01470-0>
65. Tate, M. K. (2023). The Impact of Social Comparison via Social Media on Maternal Mental Health, within the Context of the Intensive Mothering Ideology: A Scoping Review of the Literature. *Issues in mental health nursing*, 44(9), 854–870. <https://doi.org/10.1080/01612840.2023.2238813>
66. Tomfohrde, O. J., & Reinke, J. S. (2016). Breastfeeding mothers' use of technology while breastfeeding. *Computers in Human Behavior*, 64, 556–561. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.07.057>
67. Tosun, L. P., Öztürk, A., & Özdemir, G. (2020). Mother to Mother: Mothers' Social Comparison-Based Emotions on Social Networking Sites. *Europe's Journal of Psychology*, 16(4), 602–618. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i4.2159>
68. Tripp, N., Hainey, K., Liu, A., Poulton, A., Peek, M., Kim, J., & Nanan, R. (2014). An emerging model of maternity care: Smartphone, midwife, doctor? *Women and Birth*, 27(1), 64–67. <https://doi.org/10.1016/j.wombi.2013.11.001>
69. Vaismoradi, M., Turunen, H., & Bondas, T. (2013). Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive

- study. *Nursing and Health Sciences*, 15(3), 398–405. <https://doi.org/10.1111/nhs.12048>
70. FValerio, M. A., Rodriguez, N., Winkler, P., Lopez, J., Dennison, M., Liang, Y., & Turner, B. J. (2016). Comparing two sampling methods to engage hard-to-reach communities in research priority setting. *BMC medical research methodology*, 16(1), 146. <https://doi.org/10.1186/s12874-016-0242-z>
71. Wagstaff, D., Wolf, N., & Smith, N. (2024). Comparing, competing, and the good mum ideology—Maternal well-being in the context of social media. *Evolutionary Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1037/ebs0000348>
72. Walker, L. O., Crain, H., & Thompson, E. (1986). Maternal role attainment and identity in the postpartum period: Stability and change. *Nursing Research*, 35(2), 68–71.
73. Walker, S. K., Dworkin, J., & Connell, J. (2011). Variation in Parent Use of Information and Communications Technology: Does Quantity Matter? *Family & Consumer Sciences Research Journal*, 40(2), 106–119. <https://doi.org/10.1111/j.1552-3934.2011.02098.x>
74. Wallwiener, S., Müller, M., Doster, A., Laserer, W., Reck, C., Pauluschke-Fröhlich, J., Brucker, S. Y., Wallwiener, C. W., & Wallwiener, M. (2016). Pregnancy eHealth and mHealth: user proportions and characteristics of pregnant women using Web-based information sources – a cross-sectional study. *Archives of Gynecology and Obstetrics*, 294(5), 937–944. <https://doi.org/10.1007/s00404-016-4093-y>
75. Wegener, C., Jage-D'Aprile, F., & Plumeier, L. (2022). Motherhood in social media: phenomena and consequences of the professionalization of mothers and their media (self-)representation. *Feminist Media Studies*, 23(7), 3222–3238. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2108479>
76. Wilkinson, S. (1988). The role of reflexivity in feminist psychology. *Women's Studies International Forum*, 11(5), 493–502. [https://doi.org/10.1016/0277-5395\(88\)90024-6](https://doi.org/10.1016/0277-5395(88)90024-6)
77. Williamson, T., Wagstaff, D. L., Goodwin, J., & Smith, N. (2022). Mothering Ideology: a qualitative exploration of mothers' perceptions of navigating motherhood pressures and partner relationships. *Sex Roles*, 88(1–2), 101–117. <https://doi.org/10.1007/s11199-022-01345-7>

Příloha A Pozvánka k účasti na výzkumu

Dobrý den,

(jméno) mi na Vás dala kontakt a říkala, že jste se domlouvaly, že Vás mohu kontaktovat.

Jmenuji se Tereza Prchalová a jsem studentkou psychologie na FSS MU v Brně. Ráda bych se na Vás obrátila s prosbou o pomoc při výzkumu v rámci mé bakalářské práce. Cílem mé bakalářské práce je zjistit, jaký je vztah mezi prožíváním mateřství a používáním sociálních sítí.

Výzkumu se mohou zúčastnit všechny ženy, které jsou matkami svého prvního dítěte ve věku 0 až 3 roky, je jim mezi 18 a 29 lety a používají sociální sítě.

Pokud byste se rozhodla výzkumu zúčastnit, vedla bych s Vámi rozhovor o délce přibližně 60 minut. Na termínu a místě konání bychom se dohodly tak, aby pro Vás setkání bylo příjemné a pohodlné. V rámci rozhovoru bych se Vás ptala na otázky související s prožíváním mateřství a používáním sociálních sítí. Z rozhovoru bych pořídila zvukový záznam na svůj telefon, který bych přepsala do anonymizované textové podoby a po skončení analýzy trvale smazala. Při zpracování své bakalářské práce bych tedy dále pracovala pouze s anonymním textovým přepisem našeho rozhovoru.

Měla byste nějaké otázky? Ráda Vám na cokoliv odpovím.

Pokud byste měla chuť se mnou takový rozhovor udělat, budu moc ráda, pokud ne, naprosto to pochopím. Moc díky za přečtení a za jakoukoli odpověď!

Tereza Prchalová



Příloha C Demografický dotazník, schéma rozhovoru

Demografický dotazník:

1. Vychováváte své první dítě?
 - a. ano
 - b. ne
2. Kolik je Vám let?
3. Kolik let je Vašemu dítěti?
4. Jakého pohlaví je Vaše dítě?
5. Jaký je váš partnerský status?
 - a. single
 - b. nesezdaná v partnerském vztahu
 - c. vdaná
 - d. rozvedená
 - e. vdova
 - f. jiný partnerský status:
6. V jakém uspořádání domácnosti žijete?
 - a. v jedné domácnosti s biologickým otcem dítěte
 - b. v jiné domácnosti než biologický otec dítěte
 - c. jiné uspořádání domácnosti:
7. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
 - a. základní
 - b. učiliště
 - c. střední škola bez maturity
 - d. učiliště s maturitou
 - e. střední odborná škola s maturitou
 - f. gymnázium
 - g. vyšší odborná škola
 - h. vysoká škola – bakalářský stupeň
 - i. vysoká škola – magisterský stupeň
 - j. vysoká škola – doktorský stupeň
8. Jaké používáte sociální sítě?
 - a. Facebook
 - b. WhatsApp
 - c. YouTube
 - d. Messenger
 - e. Instagram
 - f. TikTok
 - g. BeReal

- h. SnapChat
 - i. Pinterest
 - j. Jiné:
9. Kolik času denně strávíte používáním sociálních sítí?
- a. <10 minut
 - b. 10-30 minut
 - c. 31-60 minut
 - d. 1-2 hodiny
 - e. 2-3 hodiny
 - f. >3 hodiny
10. Jak často používáte sociální sítě ke sdílení vlastního obsahu (např. fotografií, videí)?
- a. denně
 - b. týdně
 - c. měsíčně
 - d. ročně
 - e. nikdy
11. Jak často používáte sociální sítě k prohlížení obsahu, který sdílí druzí?
- a. denně
 - b. týdně
 - c. měsíčně
 - d. ročně
 - e. nikdy
12. Jak často používáte sociální sítě ke komentování nebo lajkování obsahu, který sdílí druzí?
- a. denně
 - b. týdně
 - c. měsíčně
 - d. ročně
 - e. nikdy

Schéma rozhovoru:

1. MATEŘSTVÍ

- a. Jak jste si představovala mateřství?
 - i. Dokázala byste se zamyslet nad tím, z čeho ta představa o mateřské roli vycházela?
 - ii. Splnila se tato představa? V čem ano? V čem ne?
- b. Jak se v mateřské roli cítíte?
 - i. Je něco, co Vás na mateřství baví? Co Vám vyhovuje, v čem se cítíte dobře, co Vám přináší radost?

- ii. Je něco, co Vás naopak nebaví? Co Vám nevyhovuje, vadí Vám to, trápí Vás to?

2. SOCIÁLNÍ SÍŤE

- a. Jaké používáte sociální sítě?
- b. Jak často je používáte?
- c. Změnil se Váš způsob používání sociálních sítí v průběhu těhotenství nebo po narození dítěte? Jak?
- d. Změnil se Váš vztah k sociálním sítím v průběhu těhotenství nebo po narození dítěte? Jak?
- e. Změnil se obsah, která Vám nabízí sociální sítě v průběhu těhotenství nebo po narození dítěte? Jak?
- f. Nabízí Vám sociální sítě obsah, který souvisí s mateřstvím?
 - i. Jak nejčastěji vypadá?
 - ii. Jak se cítíte, když takové příspěvky vidíte?

3. KONKRÉTNÍ OBSAH NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

- a. Zobrazují se Vám někdy na sociálních sítích příspěvky žen, které jsou mateřskou rolí nadšené a užívají si ji?
 - i. POKUD ANO:
 - 1. Jak takové příspěvky obvykle vypadají?
 - 2. Co Vás u čtení těch příspěvků napadá? Co u toho cítíte?
 - 3. Vyvolává ve Vás kontakt s takovým příspěvkem nějaké emoce? Jaké?
 - 4. Napadají Vás ještě nějaké emoce, pocity, nebo myšlenky, které při kontaktu s tímto typem příspěvků vnímáte?
- b. Zobrazují se Vám někdy na sociálních sítích příspěvky žen, které sdílí tipy a rady v oblasti mateřství?
 - i. POKUD ANO:
 - 1. Jak takové příspěvky obvykle vypadají?
 - 2. Co Vás u čtení těch příspěvků napadá? Co u toho cítíte?
 - 3. Vyvolává ve Vás kontakt s takovým příspěvkem nějaké emoce? Jaké?
 - 4. Napadají Vás ještě nějaké emoce, pocity, nebo myšlenky, které při kontaktu s tímto typem příspěvků vnímáte?
- c. Zobrazují se Vám někdy na sociálních sítích příspěvky žen, které jsou influencerky v oblasti mateřství?
 - i. POKUD ANO:
 - 1. Jak takové příspěvky obvykle vypadají?
 - 2. Co Vás u čtení těch příspěvků napadá? Co u toho cítíte?
 - 3. Vyvolává ve Vás kontakt s takovým příspěvkem nějaké emoce? Jaké?

4. Napadají Vás ještě nějaké emoce, pocity, nebo myšlenky, které při kontaktu s tímto typem příspěvků vnímáte?
 - d. Zobrazují se Vám někdy na sociálních sítích příspěvky žen, které jsou z mateřství nešťastné a tyto své pocity sdílí na sociálních sítích?
 - i. POKUD ANO:
 1. Jak takové příspěvky obvykle vypadají?
 2. Co Vás u čtení těch příspěvků napadá? Co u toho cítíte?
 3. Vyvolává ve Vás kontakt s takovým příspěvkem nějaké emoce? Jaké?
 4. Napadají Vás ještě nějaké emoce, pocity, nebo myšlenky, které při kontaktu s tímto typem příspěvků vnímáte?
 - e. Zobrazují se Vám někdy na sociálních sítích příspěvky žen, kterým se v mateřské roli něco nedaří a tuto svou zkušenost sdílí na sociálních sítích?
 - i. POKUD ANO:
 1. Jak takové příspěvky obvykle vypadají?
 2. Co Vás u čtení těch příspěvků napadá? Co u toho cítíte?
 3. Vyvolává ve Vás kontakt s takovým příspěvkem nějaké emoce? Jaké?
 4. Napadají Vás ještě nějaké emoce, pocity, nebo myšlenky, které při kontaktu s tímto typem příspěvků vnímáte?
4. ZÁVĚR
- a. Pomalu se dostáváme ke konci rozhovoru. Napadá Vás něco, k čemu byste se chtěla vrátit?
 - b. Napadá Vás něco, o čem jsme se zatím nebavily a chtěla byste to se mnou sdílet, než rozhovor ukončíme?

Příloha D Schematický náčrt z výzkumného deníku



