

MASARYKOVA UNIVERZITA  
FAKULTA SOCIÁLNÍCH STUDIÍ  
KATEDRA SOCIOLOGIE

**Výzkumný projekt**  
pro kurs „Metodologie sociálních věd“

Petr Kozelka, UČO: 65200

Jana Pejchalová, UČO: 52313

V Brně dne 15.5.2005

## Mediální kultura a gender

### Vymezení předmětu a cíle výzkumu

Jedním z problémů v sociologii i mediálních studií je to, jak média ovlivňují příjemce svých sdělení. Tento projekt se zaměřuje převážně na to, jak média ovlivňují vnímání krásy, resp. jak se podílejí na vytváření ideálu krásy u svých příjemců. Cílem výzkumu je přispět k poznání procesů, které se podílejí na vytváření tzv. mýtu krásy v dnešní západní společnosti.

### Identifikace výzkumného problému

zkoumáte dvě věci:

- 1) představy o kráse – musíte nejdříve vytvořit na základě obsahové analýzy představu o kráse – popisujete, jak se po revoluci proměnila. Buď budete mít k dispozici nějaký výzkum, který už tuto změnu popisuje, nebo musíte tuto změnu sami popsat. v odvozených výzkumných otázkách jsou 1 a 2 na média a 3 a 4 na příjemce, máte dva zkoumané soubory! ujasněte si, koho vlastně chcete zkoumat!
- 2) jejich vliv na příjemce -

V podstatě si tento rozpor uvědomujete, buď se tedy rozhodněte zkoumat kvantitativně nebo kvalitativně média, nebo příjemce.

Navíc máte tak mnoho deníků a časopisů, že byste takový výzkum publikovali tak v únoru 2017, a navíc by byl neúplný☺

nebo se můžete, že sestavíte profil čtenáře jistého časopisu, nebo třeba ženských časopisů. Nebo můžete zkoumat názor na krásu (museli byste mít nějakou typologii) a jestli se proměňuje v závislosti na čtení nějakých médií, nebo sledování (ale přesně čeho, dnes už i v detektivce je komisařka maximálně vicemiss lokálního klání, ne☺)

Navrhli jste velmi pěkný, ale rozsahem absolutně neproveditelný výzkum, za to budu muset strhnout nějaké body☹, něco jako trochu sociologického pragmatismu by neškodilo☺

pokud absolutně nesouhlasíte a spravedlivým sociologickým hněvem zuříte nad tímto komentářem, tak mi napište!

Základním výzkumným problémem jsou představy krásy vytvářené médii a jejich vliv na příjemce.

## **Základní výzkumná otázka**

Mají představy krásy vytvářené médii vliv na příjemce?

## **Odvozené výzkumné otázky**

- Existuje rozdíl v prezentaci představ krásy mezi elektronickými a tištěnými médii?
- Jaká média se nejvíce podílejí na vytváření představ krásy?
- Jsou ovlivňováni více muži nebo ženy?
- Jaký dopad mají představy krásy na lidského jedince?

## **Kontext výzkumu**

Pojem femininity v české společnosti před rokem 1989 spoluutvářela velice silná představa ženy jako matky. Média prezentovala ženy středního věku, resp. mateřského, ženy zaměstnané. Co se týče vnějšího vzhledu, žena měla vypadat esteticky, tj. být pěkně oblečená, upravená, přirozeně vypadající, ale rozhodně neměla působit vyzývavě či nápadně. Na rozdíl od femininity se média na vytváření ideálu maskulinity výrazněji nepodílela, nesoustředila se na jeho vnější vzezření, jelikož jej na rozdíl od femininity nepovažovala za důležité. U žen kladla média důraz na vnější krásu, zatímco u mužů na jejich charakter, hrdinství, pracovní výkonnost. Po roce 1989 se situace radikálně změnila. Na český trh razantně pronikla produkce zahraničních médií, kolektivismus byl nahrazen individualismem. Stěžejní charakteristikou nové situace bylo, že média se nezaměřovala na femininitu a maskulinitu celkově, ale upřednostňovala pouze určité rysy připisované buď ženskosti či mužskosti. Do ideálu krásy se výrazně začíná prosazovat sexualita, jak u ženského, tak u mužského pohlaví. Dochází k odhalování lidského těla, což mnohdy přerůstá v pornografické zobrazení. Média předkládají zaručené rady, jak být atraktivnější, zdravější, krásnější, úspěšnější. Negativní stránkou nově vytvářeného ideálu krásy je přílišný tlak na příslušníky obou pohlaví, že pokud nebudou krásní, atraktivní atd. nebudou společností přijati, což má za následek zhoršení celkového jedincova stavu, a to jak fyzického (mentální anorexie, bulimie), tak psychického (ztráta sebevědomí, sebedůvěry, pocit úzkosti, ...)

Výzkumná problematika je zkoumána buď analýzou kvantitativní (zajímající se např. o četnost prezentovaných představ, typické pojetí ženskosti, mužskosti) nebo analýzou

kvalitativní (sleduje např. typického příjemce určitého druhu médií). Tento projekt se zaměřuje na oba druhy analýz.

### **Zkoumaná populace**

Výzkum bude zaměřen na majoritní populaci, pro niž bude stanoveno věkové rozmezí 15 – 35 let mužského i ženského pohlaví.

### **Strategie výzkumu**

Výzkum bude omezen na určitá média, která lze prvotně rozlišit na tištěná a elektronická. V rámci tištěných médií budou zohledněny časopisy společenské, časopisy určené ženskému publiku a časopisy určené mužskému publiku. Z denních periodik budou výzkumu podrobeny jejich přílohy, a to příloha Mladé fronty dnes, Práva, Lidových novin, Blesk. U elektronických médií budou předmětem výzkumu televizní seriály, filmy vysílané v hlavním vysílacím čase, a taktéž reklamy.

Bude použito výběrové dotazníkové šetření standardizovaného charakteru reprezentativní pro zkoumanou populaci. Počet respondentů bude 1500 osob. Jako další výzkumné metody bude použito konverzační analýzy za použití diktafonu. Vzorkem pro tuto metodu bude 150 osob.

### **Operacionalizace**

Operacionalizace základních pojmů bude založena na nalezení ukazatelů pro stereotyp krásy, resp. mýtus krásy jakožto závisle proměnných. Nezávisle proměnné budou spočívat na ukazatelích psychického a fyzického zdraví.

#### Vliv médií

- bude použita kvalitativní analýza dat
- jaký typ médií vyhledávají
- zda si zkoumaná populace kupuje výrobky podporující ideál krásy
- jak často se vystavují působení médií

#### Stereotyp krásy

- jak vnímají sami sebe
- podle čeho hodnotí ostatní
- dávají přednost fyzické či psychické stránce osobnosti
- jak si sami představují ideál krásy

#### Psychické zdraví

- jedinci by měli mít dostatečně vysoké sebevědomí, vědomí vlastní jistoty
- měli by být spokojeni sami se sebou
- měli by si být jisti v sociálních vztazích

#### Fyzické zdraví

- neměli by mít viditelné tělesné vady
- neměli by být nemocni mentální anorexií či bulimií

Projekt přispěje k dnes tolik diskutované otázce vlivu médií, jeho výsledky mohou být použity jako podklad pro odhalení příčin anorexie, bulimie.

Samotné uskutečnění výzkumu není časově ohraničeno.