

Číslo kurzu: SOC706

Číslo úkolu: 2

Název úkolu: Téma a výzkumná otázka

Jména autorů: Jiří Axman, Miroslava Doubková, Renata Juřicová

Předmět výzkumu:

Současné pojetí pravidelné osobní hygieny a péče o pokožku v české populaci.

Pozadí problému:

Česká společnost prošla po roce 1989 v oblasti pravidelné osobní hygieny a péče o pokožku řadou změn:

- Velká změna se udála v oblasti nabídky výrobků pro pravidelnou osobní hygienu a péči o pokožku. Před rokem 1989 byla nabídka těchto výrobků velmi omezená. Díky tržnímu prostředí se na českém trhu objevily nové značky, nové druhy výrobků a někdy i nové kategorie výrobků.
- V souvislosti s nástupem tržního hospodářství začaly firmy tyto své výrobky propagovat pomocí silných marketingových kampaní, které často velmi sofistikovaně působí na spotřebitele jak pomocí racionálních argumentů, tak za pomoci emocí.
- Po období izolace začíná česká společnost postupně vnímat aktuální nastavení ve svobodné západní společnosti, co se životního stylu týče: tzn. hodnot, vzorů, životní filosofie i konkrétních návyků (včetně hygienických).
- Česká společnost začíná být stejně jako společnost západní ovlivněna kultem těla. Kult těla klade důraz na vzhled jedince (je důležité, aby člověk dobře vypadal a byl atraktivní, protože atraktivní lidé se cítí lépe a jsou v životě úspěšní).

Lze očekávat, že česká společnost prošla po roce 1989 v oblasti pravidelné osobní hygieny a péče o pokožku řadou změn. Navíc je pravděpodobné, že ke změnám v postojích a návycích k této problematice stále dochází. Lze tak usuzovat především z toho, že dochází ke změnám u faktorů potenciálně ovlivňujících zkoumanou problematiku:

- Průběžně dochází ke generační výměně – ubývá těch, kteří na změny po roce 1989 v tomto směru nereagovali nebo reagovali jen velmi málo.
- Roste kupní síla obyvatelstva.
- Stále se zvyšuje nabídka, na trh jsou uváděny nové výrobky.
- Množství reklamy stále stoupá, vznikají nové postupy marketingu.

Číslo kurzu: SOC706

Číslo úkolu: 2

Název úkolu: Téma a výzkumná otázka

Jména autorů: Jiří Axman, Miroslava Doubková, Renata Juřicová

- Vedle ženských časopisů věnujících se vzhledu a péči o tělo začínají vycházet i časopisy pro muže s podobnou tematikou (např. Men's Health).

Problém:

Aktuální situace ohledně péče o tělo je málo zmapovaná. Je sice zřejmě mapována marketingovými výzkumy soukromých firem, výsledky těchto výzkumů jsou však v naprosté většině neveřejné.

Proto navrhujeme provést výzkum na toto téma, který by měl odpovědět na tuto výzkumnou otázku:

Výzkumná otázka:

Jaké jsou v České republice aktuální návyky a postoje vztahující se k pravidelné osobní hygieny a péče o pokožku? Jak tyto návyky a postoje ovlivňují hodnocení atraktivity sebe sama a druhých lidí?