

Téma analýzy: Gender v televizní reklamě

Výzkumná otázka

- Je vyvážen gender v televizních reklamách v hlavním vysílacím čase?

Základní/Výběrový soubor obsahů

- TV reklamy na TV Nova a TV Prima, vzorový týden, každý den v čase 20:00 – 21:00

Hypotézy

- H1: Muži v televizní reklamě v čase 20-21 převyšují nad ženami
- H2: Muži jsou v televizní reklamě zobrazováni jako více dominantní v porovnání s ženami
- H3: V televizní reklamě bude převažovat mužský hlas u vypravěčů / komentátorů (není vidět osoba, slyšíme pouze hlas) nad ženským hlasem

Definice kódovací jednotky

- Televizní reklama v televizi v čase 20-21 ve vybraný týden

Proměnné a jejich hodnoty

- Sledované období: jeden týden xy...
- Datum vysílání
- Analyzovaná média
 - 1 – Nova
 - 2 – Prima
- Gender
 - 1 – Muž
 - 2 – Žena
- Postavení (role) v reklamě
 - Dominantní role
 - Hospodyně – pečující role
 - Podřízená role
- Zaměření reklamy
 - Automoto
 - Kosmetika/Hygiena
 - Jídlo a nápoje
 - Potravinový řetězec
 - Elektronika
 - Móda
 - Domácnost
 - Ostatní
- Hlas u vypravěčů
 - 1 - Mužský hlas
 - 2 - Ženský hlas