

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Mediální studia

Seminární práce – Návrh vlastní analýzy

Předmět: Výzkum médií I

Autor: Nela Šebestová

Datum: 22.11.2020

1. Téma analýzy

Analýza #bodypositive fotografií sdílených na sociální síti Instagram

2. Výzkumná otázka

Jak se prezentují uživatelé sociální sítě Instagram pod hashtagem #bodypositive?

3. Základní/Výběrový soubor obsahů

100 náhodně vybraných fotografií na sociální síti Instagram s hashtagem #bodypositive

4. Hypotézy

H1: Na fotografiích sdílených s hashtagem #bodypositive se častěji vyskytují ženy než muži

H2: Na fotografiích bude převládat zobrazení celé postavy než pouze obličej

H3: Lidé na fotografiích budou převážně plnoštíhlí až obézní

H4: Pod hashtagem #bodypositive se budou lidé prezentovat spíše odhalení

H5: Osoby na vybraných fotografiích se budou prezentovat nenalíčené

5. Definice kódovací jednotky

Vybrané fotografie sdílené na sociální síti Instagram s hashtagem #bodypositive

Jednotkou měření jsou takové fotografie, které zobrazují pouze samotného uživatele, neobsahují reklamu, jsou barevné a nejsou součástí koláže.

6. Proměnné a jejich hodnoty

- Pohlaví – Muž, žena
- Zobrazení na fotografii – Celek, polocelek, detail
- Typ postavy – Extrémně štíhlá, štíhlá, zdravá postava s křivkami, plnoštíhlá, obézní
- Míra zakrytí – Neodhalená, částečně odhalená, odhalená, nahá
- Make-up – Bez make-upu, denní líčení, výrazný make-up