

Číslo kurzu: SOC706

Číslo úkolu: 6

Název úkolu: Klíčové koncepty a jejich operacionalizace, teoretická a pracovní hypotéza

Tým: Jiří Axman, Miroslava Doubková, Renata Juřicová

Výzkumný problém:

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

Klíčové koncepty a jejich dimenze

V rámci našeho projektu nepracujeme s žádným sociologickým konceptem. Pracujeme však s pojmem „atraktivita“, který svou povahou konceptem je, a proto je potřeba ho vyjasnit.

V běžném životě není možné si na atraktivitu sáhnout - jedná se o konstrukci, na jejímž užívání se dohodla naše společnost. Adjektivem „atraktivní“ označujeme vše, co je pro nás přitažlivé, pěkné, pohledné nebo lákavé. V našem výzkumu se soustředíme na dimenzi „přitažlivosti“, která se může vztahovat k hodnocení osoby – ať už sebe sama nebo někoho cizího. Zároveň v sobě tato dimenze obsahuje dimenzi „pohlednosti“ a „lákovosti“ – je tedy do určité míry zastřešující.

Dále pak pracujeme s koncepty „pravidelná osobní hygiena“ a „péče o pokožku“. Tím, že pracujeme s těmito dvěma koncepty se snažíme vymezit dimenze, se kterými chceme pracovat. „Pravidelnou osobní hygienu“ zde tedy chápeme pouze v souvislosti s péčí o pokožku (nezajímá nás např. dimenze péče o ústní dutinu a o vlasy), „péči o pokožku“ naopak chápeme v dimenzi pravidelné péče (sprchování, koupel, používání tělových mlék, deodorantů a parfémů).

Teoretická hypotéza

To, do jaké míry se lidé věnují pravidelné osobní hygieně a péči o pokožku, ovlivňuje jejich vnímání jejich vlastní atraktivity a vnímání atraktivity ostatních lidí.

Indikátory pro zkoumané dimenze klíčových konceptů

Pravidelnost osobní hygieny

- frekvence koupání / sprchování

Číslo kurzu: SOC706

Číslo úkolu: 6

Název úkolu: Klíčové koncepty a jejich operacionalizace, teoretická a pracovní hypotéza

Tým: Jiří Axman, Miroslava Doubková, Renata Juřicová

Míra péče o pokožku

- počet používaných hygienických a kosmetických přípravků (např. jen voda oproti kombinaci mýdla, tělového mléka, deodorantu a parfému)

Hodnocení přitažlivost ostatních lidí

- přesvědčení, že atraktivní člověk se musí pravidelné osobní hygieně a péči o pokožku věnovat ve stejné nebo vyšší míře než respondent

Hodnocení vlastní přitažlivosti:

- do jaké míry se testovaný respondent cítí být atraktivním

Pracovní hypotéza

Lidé, kteří se věnují osobní hygieně častěji nebo používají větší množství hygienických a kosmetických přípravků, se cítí být více atraktivními a jako atraktivní hodnotí spíše ty, kteří se věnují pravidelné osobní hygieně a péči o pokožku ve stejné nebo větší míře.