

VZTAH MEZI SEBEVĚDOMÍM A UŽÍVÁNÍM INSTAGRAMU

FHS UK 2019

Předložená práce se zabývá populárním tématem – vztahem sociálních médií a jednou ze základních složek osobnosti – sebevědomím. Toto téma si autorka zvolila sama a samostatnost projevila i při psaní práce.

Účelem teoretické části bylo představit hlavní pojmy, které s tématem práce souvisí. Tuto část nevnímám jako ucelenou, kde by měl text postupně gradovat a důkladnou argumentací se jeho jednotlivé části provazovat. Vazba jednotlivých částí je na některých místech zřejmá jen implicitně (viz např. kapitola o narcismu). Vymezení pojmu sebevědomí by si zasloužilo více struktury, obsahu i prostoru. Autorka zmiňuje, že existuje celá řada definic, v textu jsou však prezentovány pouze tři, a není jasné, proč byly vybrány právě ony. Oceňuji, že text obsahuje celou řadu odkazů na převážně zahraniční zdroje, autorka také splnila ambice dohledat si aktuální studie týkající se tématu. Pěkná je i kapitola o provázanosti budování identity a sociálního srovnávání u adolescentů. Po formální stránce má práce jisté nedostatky (odkazování, nejednotný formát textu, překlady a hrubky), ale tyto nejsou příliš výrazné.

Autorka by mohla u obhajoby uvést, zda se ve výzkumu zabývá konkrétními aspekty sebevědomí a jakými. Z textu je totiž zjevná akcentace na sebevědomí vztahující se k fyzické stránce (viz teorie objektivizace, sociální srovnávání na bázi vzhledu, selfie fotografie), což ale úplně nekoresponduje s vymezením sebevědomí, uvedeným na s.8. U obhajoby by také autorka mohla osvětlit, jak je možné, že se studie Aubreyové (2006) zabývá Instagramem, když tato platforma byla spuštěna až v roce 2010.

V empirické části autorka zjišťuje, zda vzorek 10 participantů vnímá vztah mezi jejich sebevědomím a užíváním Instagramu. Je zvolena kvalitativní strategie a polostrukturovaný rozhovor jako nástroj sběru dat, což vnímám jako relevantní. Po formální stránce by textu prospěla lepší strukturace, některé pasáže se opakují na více místech, což přispívá k roztříštěnosti textu. Konstrukce výzkumného vzorku je popisována důkladně, není pouze zřejmé kritérium užívání Instagramu méně než čtyři hodiny denně (jen poznámka – není zde namístě vzhledem k velikosti vzorku dělat si ambice na odkrytí souvislosti pohlaví a doby užívání této platformy). Je představen srozumitelně i design rozhovoru. Získaná data jsou jasně a stručně prezentována, i když víceméně po povrchu, jedná se spíše o deskripci než o hlubší vhled. Zajímalo by mě, jak participanté vnímají pojem sebevědomí, co to pro ně znamená a představuje? I když se na to měl soustředit jeden okruh otázek, v datech tyto informace nejsou. Data také přinášejí několik zajímavých momentů, které ale nejsou příliš rozpracovány ani interpretovány (např. co se děje, když participanté vnímají zvýšení/snížení sebevědomí). Kapitola Diskuze je zpracována solidně.

Práci doporučuji k obhajobě a navrhuji známku velmi dobře.