



Statistika v médiích

PSY117

Dominika Žitníková

397863

Časopis Reflex považují ve srovnání s konkurencí za docela solidní, nicméně i tak se občas stane, že mi do oka trkne podobně žoviální titulek jako „*Výhody machrování*“ (John: 2012, 46-47). Právě ten hodlám v této eseji podrobněji rozebrat a srovnat s jeho originálními zdroji inspirace, výzkumem Giloviche a Williamsově s názvem *The better-than-my-average effect*. Je vhodné na začátek uvést, že John okrajově zmiňuje i práci Johnsona a Fowlera, kterou se ale nikterak hlouběji nezabývá. Abych nastínila tematiku, jedná se o hypotézu, že většina lidí vidí sebe sama ve srovnání s jinými jakožto nadprůměrné jedince.

Je podstatné zmínit, že článek nemá v úmyslu čtenáře přesvědčit svými argumenty, jeho cílem je především zaujmout, pobavit, a informovat až na dalším místě. Jako ve většině mediálních počínů, které zmiňují vědeckou práci, nedozvídáme se, na jakém vzorku byl výzkum prováděn, kolik lidí čítal apod. V celém artiklu nejsou uvedena žádná čísla ani procenta, od kterých by se dalo věrohodně odrazit. Teorie jsou podány trochu přehnaným publicistickým stylem. Přestože je podle článku studie snadno dohledatelná, použité metody jsou popsány jen zčásti. Ze tří původních je zmíněna pouze jedna nejzajímavější, ale zato je jasně vysvětlena i pro laického čtenáře.

„*Vidět sebe samého coby nadprůměrného jedince ve všech oblastech života je natolik běžné, že je zvykem to považovat za normu. Naopak, s trochou nadsázky se dá říci, že realistický přístup k životu je veden v psychiatrických léčebnách pod nálepkou deprese*“ (John: 2012, 47) Toto je část interpretace původního výzkumu. Nenechá čtenáře samotného posoudit, nakolik jsou výsledky relevantní a průkazné, protože je prostě vůbec nevede. Zobecní je tak, že se může zdát, že jsou všeobecně platné pro celé lidstvo, a nezbyvá než je přijmout jako suverénní fakt. A k tomu obrázek Supermana jakožto výstižnou ilustraci vnímání sebe sama jakožto nadprůměrného a titulek, který jen tam mimochodem vůbec nesouvisí s textem (dozvídáme se příčiny, nikoli výhody „machrování“).

A nyní k původní studii. Gilovich a Williamsová(2012) se zabývali již zmíněným *The better-than-my-average effect*. Používají tři rozdílné postupy sběru dat na různých vzorcích zkoumaných osob o počtu od 30 do 50 osob, především studentům vysokých škol s většinovou částí žen. První metoda byla zkoumána na dvou skupinách o lehce rozdílných úkolech. Obě skupiny porovnávaly 12 fotek sebe sama, seřadili je od nejhorší po nejlepší, vybrali jednu podle toho, jak si sami mysleli, že běžně vypadají. Dále skupina 1a musela určit nejreprezentativnější fotku jiného neznámého účastníka experimentu, druhá 1b) zase vybírala nejtypičtější z fotografií celebrit, jež nebyly označeny za krásné ani ošklivé. Výsledky podporovaly původní hypotézu, skupina 1a vybírala průměrně 2,5 fotku (SD=2,9), jiné účastníky výzkumu hodnotila o něco hůř, jako nejtypičtější volili průměrně 3,7 obrázek (SD=3,4). 50% lidí vybralo jako nejběžnější svou nejlepší fotku, zato fotku druhých takto hodnotilo už jen 40%. U skupiny 1b byl běžný zjev přiřknut průměrně ke 3,2 obrázku (SD=3), ale u ostatních až ke 4,9 (SD=3,5). Výsledky byly také posuzovány pravděpodobnostě a v párových t-testech.

Vzhledem k tomu, že další metody Johnův článek ani nezmiňuje, pouze je nastíním a nebudu je rozebírat hlouběji. Druhý postup spočíval v tom, že účastníci percentilově hodnotili sami sebe v určitých předem daných vlastnostech vzhledem k vrstevníkům a příslušníkům stejného pohlaví. Během třetí části studie hodnotili vysokoškolští studenti ke konci semestru v jednotlivých předmětech nakolik si myslí, že jejich jednotlivé výkony ovlivní jejich známku. Předpokladem bylo, že přisoudí největší váhu úkolům, které dopadly nejlépe. I výsledky těchto studií podpořily teorii.

Přestože Johnův článek dost zobecňuje data výzkumu, nezdá se mi jako nejhorší interpretace, protože je to tak typické i pro mnohé učebnice, sekundární zdroje a většinu mediálních zpráv. Čísla a fakta jsou nic neříkající, pokud je nezasadíme do konceptu, a pokud jej neznáme, můžou se špatnou interpretací stát manipulativní a zkreslené. Jak tomu ale zabránit? Vzděláním širší veřejnosti nebo

přísnějšími pravidly publikace dat (což už hraničí s cenzurou)? Za celý problém nenesou odpovědnost jenom autoři mediálních textů, ale také jejich čtenáři, kteří nejsou dostatečně kritičtí a rádi se nechají obalamutit, pokud nebudou muset začít přemýšlet a stačí jim jenom pasivně přijímat. Na druhou stranu, bez médií by mnoho užitečných informací zůstalo nevědeckému světu skryto. Média mají svou zprostředkovatelskou funkci a musíme počítat s určitým zjednodušením pro laiky.

V této podobě nemohu práci přijmout – 0 bodů.

Přijde mi, že kloužete po povrchu. Vaše práce obsahuje několik náznaků dobrých úvah ohledně obecné roviny prezentování statistiky v médiích (účel článků, role čtenáře, údaje, které by měl/mohl/nemusel článek obsahovat).

Zkuste se ale více zaměřit na konkrétní závěry uvedené v článku a zamyslet se nakolik odpovídají výsledkům studie. Nakolik jsou oprávněné.

Interpretaci výzkumu jen popisujete jako „nezdá se... nejhorší“, ale neuvádíte argumenty. Dále je z toho zřejmé, že podle Vás by ta interpretace mohla být lepší... jak by mohla vypadat?

Použitá literatura:

John, R. (2012). *Výhody machrování*. Reflex. 2, 46-47.

Gilovich, T., Williams, E. F. (2012). *The better-than-my-average effect: The relative impact of peak and average performances in assessments of the self and others*. Journal of Experimental Social Psychology. Vol. 48, 2, pp. 556-561.