

## Úkoly č. 2

### 1. Jak se od sebe liší hodnoty a postoje?

Postoje = relativně ustálený sklon jedince chovat se v určitých situacích určitým způsobem (tendence reagovat pozitivně či negativně na podněty spjaté s takovými situacemi); jinak - připravenost jedince reagovat určitým způsobem na určitý stimul. Postoj vyjádřený slovně je míněním (je verbalizován). Postoje jsou také názory, city a činnosti (spíše připravenost k činnosti), které si člověk vytvoří jako systém k vyrovnání s opakujícími se poznatky.

Hodnoty jsou přesvědčeními. Ale jsou to přesvědčení, která jsou spojena s emocemi.

- Hodnoty jsou motivačními konstrukty. Odkazují k cílům, jichž chce člověk dosáhnout (jsou spojeny se zájmem).
- Hodnoty jsou kognitivními reprezentacemi lidských potřeb (Rabušic: 2001)
- Hodnoty jsou ale abstraktními cíli. To je odlišuje od konceptů jako jsou normy, postoje a jako mínění, které se obvykle vztahují na určité činy, objekty nebo situace.
- Hodnoty řídí naše jednání nebo hodnocení čininů nebo událostí. Hodnoty jsou tak krit. kritérii nebo standardy, jimiž vnímáme a hodnotíme.
- Hodnoty jsou hierarchizovány. Lidské hodnoty tvoří systém hodnotových priorit, hodnotový žebříček je rysem lidské individuality.
  
- Dle D. Monroe (Veřejné mínění v Americe) lze chápat hodnoty jako obecný základ postojů (narozdíl od protikladného pojetí dle Thomase a Znanieckého); jejich úroveň je možné zobrazit např. takto:

<u>Úroveň</u>	<u>Příklad</u>
<i>Chování na veřejnosti</i>	<i>Hlasování pro segregacionistického kandidáta</i>
<i>Mínění</i>	<i>Preference rasové segregace</i>
<i>Postoj</i>	<i>Odpor k menšinovým rasám</i>
<i>Hodnota</i>	<i>Přesvědčení o rasové nadřazenosti</i>

(Zdroj: Šubrt, J. a kol. 1998. *Kapitoly ze sociologie veřejného mínění. Teorie a výzkum*. Praha: Karolinum - nakladatelství Univerzity Karlovy.)

### 2. Proč je tak častým námětem sociologických výzkumů zkoumání hodnot a postojů?

Hodnoty lidí jsou silně ovlivněny sociálním prostředím a jejich sociální pozicí v tomto prostředí (van Deth:1995:5-6).

Protože postoje ovlivňují lidské chování např. při nakupování a prodávání zboží a služeb, při volbách nebo politických rozhodováních, staly se např. v americkém prostředí hlavním námětem výzkumů. Výsledky takových průzkumů veřejných mínění a postojů jsou pak dostupné a každý si je může koupit. Podobně je tomu s hodnotami - tvoří priority, podle kterých lidé řídí svoji spotřebu, takže výsledky průzkumů hodnot jsou v konzumní společnosti žádaným artiklem.

### 3. Jaké velké výzkumy, v nichž zkoumání hodnot tvoří dominantní téma, znáte?

Např. *European Value Study* - Evropská studie hodnot (EVS) z r. 1991 a r. 1999, který zpracovala agentura SC&C pro ČR, *World Values Survey* (WVS) pro celosvětový průzkum. (zdroj: Rabušic: 2001) "První mezinárodní šetření hodnot se uskutečnilo v roce 1981 pouze v 10 západoevropských zemích. Tento výzkum vzbudil tak velký zájem, že téměř ihned byl, na základě iniciativy R. Ingleharta replikován v dalších 14 zemích i mimo západní Evropu. Tehdejší Československo se první vlny *European Values Study - World Values Survey* (EVS-WVS) nezúčastnilo." (zdroj: Socioweb: 2010) Dalším - menším výzkumem je *RVS - Rokeach Value Survey* (1973).

4. Jedním z hledisek, jak je možné třídit způsoby měření, je měření přímé a nepřímé. Vysvětlete, co to znamená, sdělte, jaké měření je charakteristické pro sociální vědy, a uveďte ilustrující příklady. Jak z tohoto hlediska měříme postoje: přímým, nebo nepřímým měřením?

*Podle Dismana (Kap.3 - Pozorování nepozorovaného)* jsou nepřímá měření taková, kde je studovaný fenomén zastoupen indikátorem. Takže přímo se budou měřit demografická, faktická a jiná data, která nepotřebují speciální indikátory.

*Měření přímé a nepřímé dle Hendla:* "Toto rozdělení se primárně vztahuje na měřicí procedury. K. Berka podává tyto charakteristiky: přímé měření je založeno na bezprostředním srovnávání měřeného objektu s nějakým standardním předmětem (měřidlem) nebo se stupnicí měřícího přístroje. Nepřímé měření zahrnuje přímé měření něčeho jiného, téže nebo jiných veličin a výpočty prováděné na základě geometrických, fyzikálních či jiných zákonů. Přímé i nepřímé měřicí procedury lze uplatňovat jak pro odvozené, tak pro fundamentální měření. Například vzdálenost dvou dostupných míst měříme fundamentálně a přímo, avšak vzdálenost k nějakému nepřístupnému místu měříme nepřímou (25, str. 140).

*Měření motorických schopností a dovedností,* které bude hlavním předmětem našeho zájmu v této knize, je *případem nepřímého měření asociativního,* neboť schopnosti a dovednosti jsou pozorovatelné jen nepřímou, ve svých důsledcích."

Pro sociální vědy, které často měří postoje, hodnoty nebo mínění populace, je použití nepřímého měření klíčové, protože se v dotazníkovém šetření nemůžeme respondenta zeptat, zda je např. *fašista, xenofob anebo zda tenduje k okázalé spotřebě*. Ke zjištění podobných hodnotových nebo postojových ukazatelů respondentů používáme nepřímé otázky typu: "*Souhlasíte nebo nesouhlasíte s tvrzením, že by Židům mělo být silou zabráněno v jejich intrikářské snaze ovládnout světovou politiku?*" Z uvedeného vyplývá, že postoje měříme téměř výhradně nepřímým měřením. Vyjimkou by mohlo být přímé dotazování na postoje k neutrálním tématům z běžného života, jako např. "*Naštve nebo nenaštve vás, když má pravidelná linka MHD opakovaně více než pětiminutové zpoždění? Míru své naštvanosti prosím vyjádřete na škále od -5 do +5, kde -5 znamená, že vás to vůbec nenaštve, 0 znamená váš neutrální postoj a +5 znamená maximální naštvaní.*"

5. Co měří Bogardusova škála?

Bogardusova škála sociální distance je metoda měření, která vyjadřuje ochotu či neochotu lidí sdílet různé stupně vazeb s určitými druhy lidí (např. menšinami - Romy atd.)

6. Vytvořte hypotézu (a namalujte model), v níž Yamagishiho index bude **závisle** proměnnou a bude ovlivněn několika nezávisle proměnnými (tyto proměnné pojmenujte). Model slovně popište.

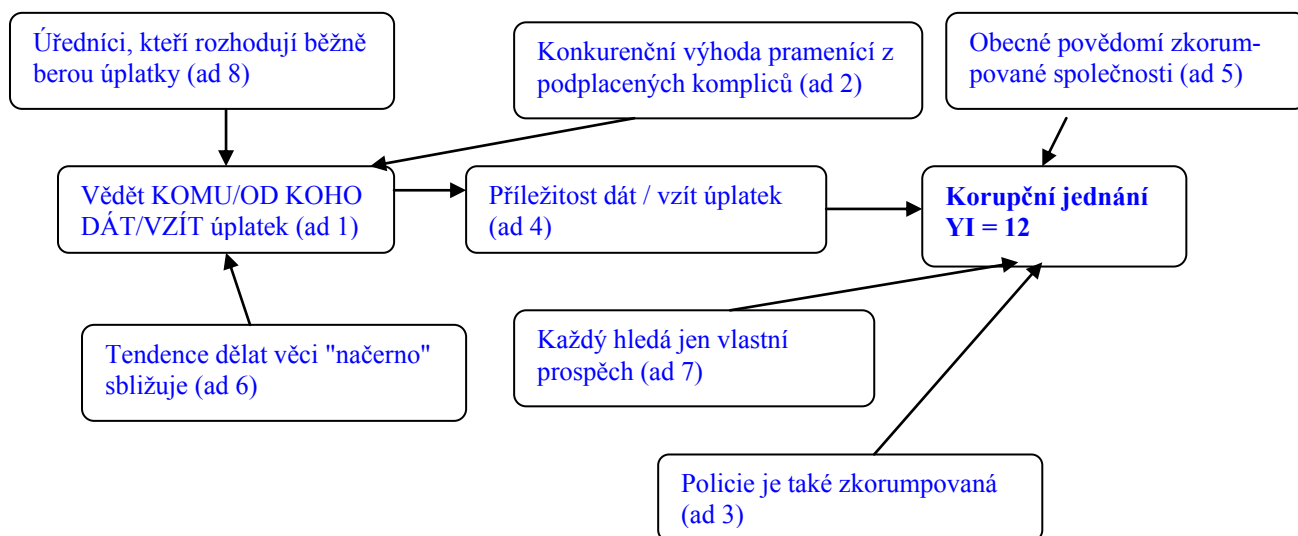
Yamagishiho index (YI) představuje míru interpersonální důvěry/nedůvěry = např. 12 (téměř krajní hodnota interpersonální nedůvěry, po rékódování stupnice, kde 1=max. souhlas a 5= max. nesouhlas) ve společnosti, kde kvete korupce. Pro jednotlivé položky Yamagishiho škály lze nalézt indikátory podporující korupční jednání, které představují skupinu nezávislých proměnných. Původní Yamagishiho škála (rozmezí indexu 8 --40):

1. Při jednání s cizími lidmi je lépe být opatrný, dokud se neprokáže, že jsou důvěryhodní.
2. V dnešním konkurenčním prostředí musí být člověk ostražitý, jinak vás pravděpodobně někdo využije.
3. Pokud ochabne síla policie bojující s kriminalitou, společnost přestane fungovat.
4. Člověk by jiným neměl důvěřovat, dokud je řádně nepozná.
5. Většina lidí zalže, může-li z toho mít prospěch.
6. Když vám někdo složí poklonu, je to proto, že od vás chce něco získat.
7. Když s lidmi spolupracujete, využijí vás.
8. Lidé jednají nepoctivě, mají-li k tomu příležitost.

Hypotéza:

***Korupční jednání v ČR závisí mj. na příznivém společenském klimatu pro jeho vznik.***

*Příklad transformované Yamagishiho škály do účelově sestavených proměnných:*

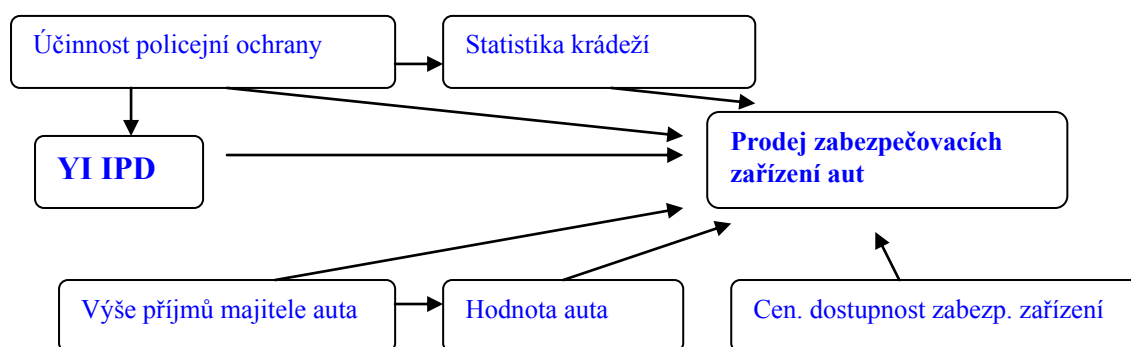


*Korupční jednání v tomto modelu je závislou proměnnou, u které YI vyšel hypoteticky roven 12. Takto nízká úroveň interpersonální důvěry je ideálním klimatem pro vznik korupčního jednání. Korupční jednání je tedy ovlivněno Obecným povědomím zkorumpované společnosti, Příležitostí dát/vzít úplatek a výrokem, že Každý hledá jen vlastní prospěch. Konkurenční výhoda pramenící z podplacených kompliců ovlivňuje také výběr kompliců, tedy Vědět KOMU/OD KOHO DÁT/VZÍT úplatek, kterážto znalost je též ovlivněna Tendencí dělat věci "načerno", která lidi s podobnými hodnotami sblízuje (viz některé studie hodnot penitenciární psychologie). Vědět KOMU/OD KOHO DÁT/VZÍT úplatek je nezbytnou podmínkou pro využití Příležitosti dát/vzít úplatek.*

7. Vytvořte hypotézu (a namalujte model), v níž Yamagishiho index bude **nezávisle** proměnnou a bude spolu s několika dalšími nezávisle proměnnými (pojmenujte je) ovlivňovat. Model slovně popište.

Hypotéza:

**Prodej zabezpečovacích zařízení pro automobily je závislý na míře vzájemné důvěry mezi občany, výši příjmů, celkové hodnotě automobilu, účinnosti policejní ochrany a s tím spojené statistice krádeží automobilů a především na cenové dostupnosti zabezpečovacího zařízení.**



**YI IPD = Yamagishiho Index InterPersonální Důvěry**

*YI IPD, jako nezávisle proměnná, spolu s dalšími n.p. (účinnost pol. ochrany, statistiky o krádežích, výši příjmů majitele vozu, hodnoty vozu a cenovou dostupností) ovlivňují prodej (obrat) v oblasti zabezpečovacích zařízení pro automobily. Existují také přímé vazby účinnosti policejní ochrany na YI IPD a na statistiku krádeží, a výše příjmů majitele vozu na jeho hodnotu.*

**Vyřešené úkoly odevzdejte prosím do odevzdávání 3. týdne do pondělí 8. března 2010**