

Komunikovanie štatistík v médiách

Pre zamyslenie, ako média komunikujú štatistiky, som si vybrala článok zo spravodajského portálu sme.sk pod názvom „*Po dvoch pivách sú ľudia tvorivejší*“. Túto správu som zvolila najmä preto, lebo patrila minimálne týždeň medzi najčítanejšie a vo vysokej miere diskutované témy na tomto online denníku.

Článok a jeho stručné zhrnutie

V perexe textu sa dozvieme, že malé množstvo alkoholu potláča strach zo zlyhania a človek potom rozmýšľa kreatívnejšie. Autor článku ďalej opisuje priebeh experimentu, kde sa čitateľ dozvie, aké typy otázok dostávali probandi a že experimentu sa zúčastnilo 40 mužov, ktorí boli rozdelený do dvoch skupín. Členovia prvej skupiny vypili dve pollitrové pивá, druhá skupina nič nepila. Ako výsledok sa čitateľ dozvie, že „tí, ktorí pili alkohol, správne vyriešili o 40 percent viac otázok a priemerne im to trvalo dvanásť sekúnd, kým úplne triezvym mužom 15,5.“ Ďalej sa v článku nachádza, že alkohol spomaľuje analytické myslenie a že kreatívny spôsob rozmýšľania je u triezvych potlačený. To je ešte doplnené o citáciu spoluautorky štúdie Jennifer Wileyovej, že pri prílišnej sústredenosti môžu človeku uniknúť neznáme alternatívy. Ako vysvetlenie celého vzťahu je v článku tvrdenie, že „zjednodušené povedané, podnapití ľudia sa menej boja zlyhania, a preto neváhajú využiť aj nové spôsoby riešenia problémov.“ Ku koncu sa v správe upozorňuje, že v stave opitosti sa správnosť riešenie problémov značne znižuje.

Štúdia: Oslobodenie múzy: Intoxikácia alkoholom facilituje kreatívne riešenie problémov

Autori štúdie sú Andrew Jarosz, Gregory Colflesh a Jennifer Wiley z Oddelenia psychológie na Illinoiskej univerzite v Chicagu. Cieľom bolo skúmať vzťah medzi intoxikáciou alkoholu a riešením kreatívnych úloh, pretože ako autori uvádzajú, a spoločnosti existuje presvedčenie, že užívanie alkoholu umožnilo dosiahnutie úspechu slávnym osobnostiam, ako napríklad Hemingway, Beethoven, Poe atď.

40 mužov vo veku medzi 21-30 rokov rozdelili autori do dvoch skupín, z ktorých jedna mala ostať triezva a druhá mala vypiť isté množstvo alkoholu. Štúdia zahŕňovala iba mužov, aby sa vyholo riziku, že alkohol bude piť žena, ktorá si nie je vedomá svojho tehotenstva.

Skupina, ktorá mala konzumovať alkohol, ešte pred samotným požitím nápoja vyplnila test, ktorý meral kapacitu pracovnej pamäte (Operation span task - OSpan). Jedinci mali verifikovať matematické rovnice, zatiaľ čo sa snažili zapamätať zoznam slov. Následne pila skupina presne vymerané množstvo vodky s džúsom podľa telesnej váhy. Vodka a brusnicový džús boli v pomere 1:3 a drink pili účastníci experimentu v troch rovnakých dávkach počas 10 minút. Autori štúdie počkali, kým účinok alkoholu dosiahol svoj vrchol jedinci podstúpili druhý OSpan test. Následne sa podrobili dychovej skúške, kde im bola nameraná koncentrácia alkoholu (BAC) v krvi v priemere 0,075. Následne dostali na vyriešenie sériu problémov, ktorá mali mať kreatívne riešenie (Remote Associates Test). Po každej položke v RAT teste mali probandi hodnotiť, nakoľko mali pocit, že riešenie bolo výsledkom analytického riešenia alebo im prišlo zrazu na myseľ (Aha! moment) na škále od 1-7.

Skupina bez alkoholu podstúpila všetky testy v rovnakom čase.

Výsledkom bolo, že intoxikovaná skupina vyriešila v priemere o 40% viac úloh ako druhá skupina a priemerne im to trvalo 12 sekúnd, zatiaľ čo druhej skupine to priemerne trvalo 15,5 sekundy. Intoxikovaná skupina ďalej ohodnotila svoj zážitok z riešenia problému, že bol výsledkom Aha momentu, vo vyššej miere ako druhá skupina. Počet problémov, ktoré mali byť vyriešené analyticky, bol u oboch skupín takmer rovnaký.

Výsledky OSpan testu ukázali, že u triezvej skupiny došlo zlepšeniu medzi prvým a druhým prevedením. Efekt cvičenia u intoxikovanej skupiny nenastal.

Konfrontácia

Za problém v interpretácii štúdie považujem to, že v článku bolo uvedené, že kreatívnejšie riešenie nastane po vypití dvoch pív, pri čom v skutočnosti štúdií jedinci pili vodku a jej množstvo bolo presne vymerané na telesnú váhu. Preto považujem titulok za klamstvo a za vymyslený kauzálny vzťah. Je rozdiel, keď vypije dve pívá 45 kilogramové dievča a 150 kilový muž.

Záver

Článok sa podľa mňa snaží interpretovať štúdiu spôsobom, aby bol pre čitateľov čo najzaujímavejší. Ak by bolo v titulku, že ľudia s obsahom 0,075 alkoholu vyriešia viac kreatívnych úloh, zaujalo by to málokoho. Za najväčšie nebezpečenstvo považujem to, že

veľa ľudí na internete číta iba titulky článkov, a tak by mohli nadobudnúť nepravdivé presvedčenie. Myslím si, že okrem tohto článok interpretoval štúdiu v podstate bez chýb. Avšak ešte klamlivejšie titulky sa vyskytli v zahraničných médiách, kde napríklad na webe nydailynews.com tvrdia, že pivo učiní muža múdrejším, čo zo štúdie vôbec nevyplýva.

V této podobě nemohu seminární práci přijmout – 0 bodů.

Vybrala jste si vhodný materiál pro práci a v textu máte několik míst, od kterých by se dalo odrazit k dalším úvahám. Zbytečně ale plýtváte znaky na popis výzkumu i článku – popisu stačí věnovat cca třetinu znaků, zbytek by bylo vhodné věnovat úvahám. Ty se mohou týkat např. toho, zda údaje a závěry v článku odpovídají výsledkům výzkumu. Zda z důvodu absence některých údajů zde nevzniká prostor pro chybnou interpretaci. Nemusíte se vyjadřovat k celému článku. Stačí si vybrat některý údaj a na ten se více zaměřit. Příklady možných směrů úvah viz komentáře.

V neposlední řadě můžete sama zkusit zformulovat nezavádějící a přesto poutavý titulek 😊

Zdroje:

Colflesh, Gregory J. H.; Jarosz, Andrew F.; Wiley, Jennifer (2012). *Uncorking the muse: Alcohol intoxication facilitates creative problem solving*. *Consciousness and Cognition*, 21, 487-493

nydailynews.com (11. 4. 2011). *Beer makes men smarter. study Males solve brain teasers better after consuming alcohol, researchers say*. Online na:

(http://articles.nydailynews.com/2012-04-11/news/31326760_1_brain-teasers-researchers-problem)

sme.sk (11. 4. 2012). *Po dvoch pivách sú ľudia tvorivejší*. Online na:

(<http://veda.sme.sk/c/6334046/po-dvoch-pivach-su-ludia-tvorivejsi.html>)