



# **ZAMYŠLENÍ NAD KOMUNIKOVÁNÍM STATISTIKY V MÉDIÍCH**

STATISTICKÁ ANALÝZA DAT, PSY117

**Hana Blažková**  
438251, Psychologie

Vyučující: PhDr. Lucia Gálová, Ph.D.

Datum odevzdání: 1. 5. 2015

Fakulta sociálních studií MU, 2014/2015

## 1 Popularizační článek

Článek BBC Future *Psychology: Why bad news dominates the headlines* vyšel 29. července 2014. Pojednává o kanadské studii, jejíž účastníci byli pod záminkou měření očních pohybů požádáni, aby si četli libovolné zpravodajské články o politice z webové stránky. Zjistilo se, že většina účastníků – a zvláště těch s vyšším zájmem o věci veřejné - preferovala špatné zprávy, a to i navzdory tomu, že v dotazníku uvedli preferenci zpráv dobrých.

## 2 Výzkumná zpráva

Výzkum pod názvem *Consumer Demand for Cynical and Negative News Frames* byl proveden Markem Trusslerem a Stuartem Sorokou na studentech McGill University v Montrealu. Cílem bylo prověřit roli, jakou v obsahu zpravodajství hraje strana poptávky.

Pro účely výzkumu byla připravena zpravodajská webová stránka se 30 články (pro každého účastníka (n=111) náhodně vybranými z celkových 50), jejichž nadpisy měly negativní, neutrální nebo pozitivní tón (kódováno od -1 pro velmi negativní do +1 pro velmi pozitivní) a téma politické, strategické nebo jiné. Respondentům pak bylo uloženo, aby četli svým vlastním tempem libovolné články po dobu 3 – 9 minut. Aby tento výběr proběhl co nejpřirozeněji, byli dezinformováni, že jsou při čtení snímány pohyby jejich očí, což bude využito v další části studie, kde budou sledovat videa. Po čase vyhrazeném na čtení, který byl stanoven u každého z účastníků buď na 5, 7 nebo 9 minut, byla skutečně promítnuta dvě videa a na závěr respondenti vyplnili dotazník, který zkoumal jejich zájem o politiku a postoj k negativním a strategickým rámcům.

Jádrem studie bylo zkoumání vlivů na výběr zprávy v 8 modelech: efekt tónu a tématu, možnost, že tón a téma spolu interagují, vliv zájmu o politiku na výběr tónu, vliv zájmu o politiku na výběr tématu, vliv národnosti respondenta na výběr tónu, vliv národnosti respondenta na výběr tématu, vliv odpovědi na otázku „Jsou média příliš negativní a cynická stran politiky a politiků“ (čtyřbodová škála od 0 pro silný souhlas po 3 pro silný nesouhlas) na výběr tónu a vliv odpovědi na otázku „Viděli byste rádi více nebo méně konkurenční perspektivy, to znamená více zaměřené na průzkumy veřejného mínění a politickou konkurenci?“ (tříbodová škála od 0 pro větší zastoupení do 2 pro menší zastoupení) na výběr tématu.

Proměnné byly intervalové (počet přečtených článků) a ordinální (dotazníkové položky). Byla použita mnohonásobná regrese. Data jsou prezentována v kontingenčních tabulkách, neboť zjišťovanými statistikami byly šance a pravděpodobnosti.

### 3 Úvaha

Z výsledků studie se článek věnuje pouze těm týkajícím se tónu zpráv. Uvádí, že účastníci si často volili negativní zprávy namísto pozitivních nebo neutrálních. Není jasné, co autor myslel slovem „často“, protože negativní zprávy byly voleny 10,5 % času, neutrální 9,1 % a pozitivní 8,5 % (pozn.: počítáno z 3360 - sumy všech náhodných výběrů článků předložených respondentům). Tato volba jazykových prostředků naznačuje mnohem větší rozdíly.

Stafford dále píše, že lidé se zájmem o aktuální události a politiku byli obzvláště náchylní volit špatné zprávy. Když pomineme, že dotazník se ptal pouze na zájem o politiku, toto tvrzení se shoduje se závěrem studie. V jejím textu se ale dočteme, že vztah mezi zájmem a tónem byl negativní (čím větší zájem, tím větší šance výběru negativní zprávy), avšak nesignifikantní.

Autor článku také tvrdí, že respondenti vyjadřovali v dotazníku preferenci pozitivních zpráv (tak však otázka nezněla, jde tudíž o konstrukci), přestože v reálu dali přednost sdělením negativním, a v zásadě si mysleli, že se média příliš soustřeďují na negativní zprávy. V závěru studie se píše, že studenti volili články nezávisle na svém postoji k negativitě v médiích, což v tomto případě znamená, že vztah mezi jejich odpovědí na tuto dotazníkovou otázku a výběrem tónu zprávy byl nesignifikantní. Tato informace tedy byla v článku uvedena víceméně správně.

Zpráva uvádí jako jeden z problémů nereprezentativnost vzorku, co se týče vzdělání, věku a příjmu. To by však podle autorů nemělo mít zásadní vliv, protože jim nešlo o odhad parametrů v populaci, ale o výzkoumání kognitivního procesu. Autor článku toto sdělení neuvádí, ale nedopouští se žádné neoprávněné generalizace. Studentský vzorek měl podle výzkumníků menší zájem o politiku než běžný konzument zpráv, což už možná v článku mohlo být zmíněno. Dokonce i v samotné studii jsem narazila na nepřesnost v prezentaci vzorku. Ačkoliv je v textu uvedeno, že respondenty bylo 100 studentů, v tabulkách a poznámkovém aparátu se objevuje  $n=111$ . Můžeme se tedy pouze dohadovat, kdo bylo zbývajících 11 účastníků.

Jakkoliv se na první přečtení může zdát, že článek shrnuje studii velmi přesně, při pohledu do výsledkové části výzkumné zprávy vyvstanou některé nedokonalosti. Autor článku zjevně čerpal spíše ze závěru a jiných teoretických částí, které spíše než samotné výsledky odpovídaly na otázku, proč lidé vyhledávají špatné zprávy. To je pochopitelné, ale

bohužel se to podepsalo na informáciach, jež uvedl. Abychom se vyvarovali zkreslení a zjednodušení závěrů, je nutné zabývat se celými výzkumnými zprávami.

#### 4 Seznam použité literatury

Stafford, T. (2014, July 29). Psychology: Why bad news dominates the headlines. *BBC Future*. Retrieved from <http://www.bbc.com/future/story/20140728-why-is-all-the-news-bad>

Trussler, M & Soroka, S. (2014). Consumer Demand for Cynical and Negative News Frames. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 360-379. doi: 10.1177/1940161214524832

*Myslím, že ste porozumeli zadaniu a je tu vidieť snahu zamerať sa na štatistiky a ich prezentovanie v popularizačnom článku. Odporučila by som v budúcnosti uvádzať aj konkrétne štatistiky. Prácu prijímam.*

*L.G.*