



ZAMYŠLENÍ NAD KOMUNIKOVÁNÍM STATISTIKY V MÉDIÍCH

STATISTICKÁ ANALÝZA DAT, PSY117

Petr Palíšek
421195, Psychologie

Vyučující: Mgr. Stanislav Ježek, Ph.D.
Mgr. Jan Širůček, Ph.D.

Datum odevzdání: 29. 4. 2016

Fakulta sociálních studií MU, 2015/2016

Na Twitteru a Facebooku sdílí motivační citáty lidé nižší inteligence – dočítáme se v titulku zprávy internetové mutace britského deníku Daily Mail.

Článek informuje o výzkumu kanadských psychologů, kteří se zabývali psychologií *bullshitu*, tedy kravin, nesmyslů, blbostí či hloupostí, jež jsou neodmyslitelně spjaty se společenským životem jednotlivce. Jde o tvrzení, jež se jeví jako hluboká, ale ve skutečnosti jsou jen souborem náhodných slov specifického typu (buzzwords) uspořádaných do správné syntaxe. Taková věta je sice vágní, ale umí oslnit a zaujmout. Příkladem budiž kupříkladu *Mokrý se deště nebojí*.

V dnešní době se jedná zejména o krátká a úderná tvrzení – svým rozsahem příhodně padnoucí do limitů tweetu –, pomocí nichž je předávána jakási zdánlivě zásadní životní pravda. Ta má ve čtenáři určitým způsobem rezonovat a dovést jej k zamyšlení (chceme-li být optimističtí), popřípadě sdílení (chceme-li být pesimističtí). V prostředí, v němž vznikl tento výzkum, jsou známé a posloužily jako inspirace výroky New Age guru Deepak Chopra, v našem prostředí mě vytanula na mysl výborná parodie na facebookové stránce *Coelho píše fejsbúky (kdo nemá co ztratit, nemusí nic hledat; usmějte se a všichni uvěří, že se usmíváte)*.

Primární zprávou, kterou zmíněný článek předává, je údajný výsledek výzkumu, jenž ukazuje na to, že sdílíte-li takové citáty, musíte být hlupáci. Toto zaměření je patrné i z dikce úvodních odstavců, kde se hovoří o *zadostiučinění pro ty z nás, kteří v motivačních citátech neviděli moudrost*.

Článek se tedy snaží hrát na lacinou notu *my a oni*. Má-li skutečně smyslem internetového bullshitu být jeho sdílenost, stává se nemilosrdnou ironií fakt, že takovýmto způsobem koncipovaný článek se sám stává bullshitem – prezentuje zdánlivě hlubokou pravdu, podloženou racionálními a vědeckými metodami, ale ztrácí se ve skutečném poselství jejího pramene. Ten zkresluje a vytváří nový nesmysl, který bude dále sdílen a lajkován.

Nezískáváme tak informaci jen o kvalitě práce Daily Mailu, ale i o schématu cirkulace bullshitu, kdy ani samotná studie o něm nemůže zabránit tomu, aby se sama poměrně snadno stala tím, co zkoumá.

Podívejme se nyní na samotnou studii.

Dlouhodobý výzkum o čtyřech částech vedl G. Pennycook z University of Waterloo. Jeho cílem bylo pohlédnout psychologickou podstatu bullshitů, tak jak byly vymezeny v úvodu této práce.

První z nich nechala vzorek studentů (N = 280, 58M, 222F, Mvěk = 20,9; SDvěk = 4,8) hodnotit hloubku jednotlivých tvrzení na pětistupňové škále. Z ní se pak vypočítal skóre *náchylnosti k bullshitu* – BSR. ($\alpha = 0,82$)

Byly také měřeny jejich individuální rozdíly v oblasti kognice. Dalším testem byla série otázek zaměřená na omyly typu *gambler's fallacy* nebo *conjunction fallacy*, která měla ověřovat tendenci podléhat nesprávnému intuitivnímu úsudku. Tento však neměl příliš vysokou reliabilitu ($\alpha = 0,59$). Testována byla také verbální inteligence, ověřována míra religiozity ($\alpha = 0,94$) a "ontologické zmatení", které se zaměřilo na schopnost odlišovat metafory a od doslovných tvrzení ($\alpha = 0,74$).

Míra religiozity a ontologického zmatení pozitivně korelovala s BSR ($r = 0,28$; $0,31$; $p < 0,001$) a negativně s kognitivními schopnostmi.

Ve druhé studii jako vzorek posloužilo 198 respondentů (98M, 100F, Mvěk = 36, SDvěk = 11,4). Tentokrát hodnotili tweety zmíněného guru Chopra a ke kognitivním testům přibyly také dotazníky zaměřené na sebehodnocení. Tato studie měla za cíl replikovat výsledky předchozí, což se (řeceno ve stručnosti) podařilo.

Třetí studie pak pracovala s kombinací tvrzení skutečně považovaných za hluboká a těmi nesmyslnými. 125 účastníků (52M, 73F, Mvěk = 36,4, SDvěk = 13,3) zde vyplňovalo sérii testů zaměřenou jen na povahu tvrzení a test úsudku. Jeho výsledky s BSR korelovaly pozitivně ($r = 0,23$), což ukazuje na vztah mezi analytickým myšlením a schopností odhalit bullshit. Ukázalo se také, že je rozdílný vztah mezi odhalováním hloubky v motivačních citátech obecně a hloupostech. Nejedná se teda nejspíše o věc celkového skepticismu, na kteroužto otázku se zaměřuje poslední studie.

242 účastníků (146M, 107F, Mvěk = 33,9, SDvěk = 10,6) zodpovídalo kombinaci testů z předchozích studií, které měly posloužit k diferenciaci ve vnímání citátů. Z BSR zde byl vypočítán upravený koeficient citlivosti k bullshitu. Zde však schopnost úsudku korelovala s citlivostí již jen velmi málo ($r = 0,1$, $p = 0,121$). Omezili-li se výsledky na ty, kdo guru neznají, korelovalo však upravené BSR s úsudky pozitivně ($r = 0,19$, $p = 0,32$).

Lze tedy uzavřít, že zatímco zjištění výzkumu jsou jen velmi opatrné a stěžejní test úsudků nemá příliš velkou vnitřní konzistenci, Daily Mail je podává jako jistotu. Neláme si hlavu s tím, že korelace neznamena kauzalitu ani s tím, že nebyla testována inteligence (její části jsou jen v prvních dvou studiích), ale zejména schopnost analýzy úsudků.

Článek však může posloužit k popularizaci problematiky bullshitu u těch, kteří si dají tu práci a přečtou si abstrakt odkazované studie.

Zdroje

Daily Mail. (2015). *Not so profound now! People who post inspirational quotes on Facebook and Twitter 'have lower levels of intelligence'*. Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3344712/Not-profound-People-wisdom-inspirational-quotes-tend-lower-levels-intelligence.html>

Pennycook, G. et al. (2015). On the reception and detection of pseudo-profound bullshit. *Judgment and Decision Making*, Vol. 10, No. 6, November 2015
Dostupné z: <http://journal.sjdm.org/15/15923a/jdm15923a.pdf>

*Pěkné a zábavné čtení (které nevnímám jako bullshit) ☺
Práci přijímám.
SJ*