



# **ZAMYŠLENÍ NAD KOMUNIKOVÁNÍM STATISTIKY V MÉDIÍCH**

STATISTICKÁ ANALÝZA DAT, PSY117

**Barbora Pecková**  
434724, Psychologie

Vyučující: Mgr. Stanislav Ježek, Ph.D.

Datum odevzdání: 1. 5. 2016

Fakulta sociálních studií MU, 2015/2016

Pro tuto seminární práci jsem si vybrala článek na serveru Novinky.cz (2014) "Vysoké jehly slouží jako atribut sexappealu a přitažlivosti". Hned pod titulkem stojí, že "žena může být sebekrásnější, ale pokud nemá na nohou boty na vysokých podpatcích, pak nemusí u mužů uspět." (tamtéž, 2014). Následně velmi stručně shrnuje výzkum Nicholase Guéguena. Mluví o tom, že přístup mužů ke stejně oblečeným hosteskám byl rozdílný právě díky podpatkům, dokonce i pokud šlo o tutéž hostesku. Dále se dozvídáme, že při žádosti o vyplnění dotazníku byly neúspěšnější ty, které měly nejvyšší podpatky; ovšem pouze u mužů, neboť na ženy podpatky nepůsobí. Při dalším pokusu se k hosteskám na vysokých podpatcích, které upustily rukavici, přihnali muži v 93 procentech případů, zatímco na ty s plochými podrážkami reagovali pouze v 62 procentech případů. Poslední pokus se pak odehrával v nočním podniku, u baru, kde žen vystavovaly své nohy s různými typy obuvi. Ty s vysokými podpatky byly osloveny do osmi minut, zatímco dámy s plochými podrážkami až po 13 minutách. Na konci článku pak modře svítí nabídka "Může se Vám hodit na službě Zboží.cz: Dámské lodičky" (tamtéž, 2014).

Nejprve bych ráda okrajově zmínila, že článek je psán velmi zavádějícím způsobem, jsem si vědoma toho, že následující odstavec se nevěnuje popisu statistik, nicméně se domnívám, že souvisí s její komunikací, neboť je použit za stejným účelem jako nepřesná komunikace konkrétních statistik a dává nám tak nahlédnout na záměr článku jako celku. Popis metody je komunikován naprosto chybně, nejspíše pro účel krátkého rozsahu článku - "Psychologové postavili do řady skupinku hostesek ve stejnokroji..." (Novinky.cz, 2014), přitom v původním výzkumu, který byl rozdělen na 4 části (článek uvádí pouze 3) se jednalo vždy o jednu hostesku v dané oblasti v první části pouze jedna, která oslovovala pouze muže, ve druhé 4 na různých místech a oslovovaly jak ženy, tak muže, ve třetí stejně tak 4 na různých místech, s upuštěním rukavice a v poslední se jednalo o 3 hostesky v různých barech (Guéguen, 2014). Nejvyšší podpatek má 9 cm (tamtéž, 2014), ne více než 10 cm (Novinky.cz, 2014).

Nyní bych se ráda zaměřila na komunikaci statistik. Ty jsou sice zaokrouhlené, ale v tom bych neviděla problém, jelikož se jedná jen o desetiny procent, ale jinak většinou uvedené v souladu s původním výzkumem. Je však naprosto nedostatečná. Je sice pěkné, že se dozvídáme, že hostesky s vysokými podpatky uspěly v 83% případů, ale již nesdělují z kolika, což neuvádí nikde. Navíc článek srovnává 2 statistiky (přístup mužů a žen), které jsou však vzaty z odlišných částí výzkumu. Zatímco totiž v první studii zkoumali pouze reakce mužů (N=90) - odtud taky statistiky použité v článku, tak ve druhé studii již zkoumali jak ženy (N=180) tak muže (N=180). Sice se nejedná o nijak propastný rozdíl, u první studie se jedná o 83,3% (25/30) pozitivních reakcí na hostesku s vysokými podpatky, u druhé pak 81,7% (49/60) (Guéguen, 2014), ale vzhledem k celkovému vyznění článku bych uvažovala nad možností výběru vyššího čísla, pro větší rozdíl. Zde bych ráda poukázala na tu statistiku, která nezapadá do výše zmiňované většiny. Tu je možné najít v této větě: "Bez ohledu na typ obuvi u hostesek byla úspěšnost jen třiatřicet procent, když hostesky žádaly o pomoc ženy." (Novinky.cz, 2014). Vzhledem k tomu, že původní studie uvádí pozitivní reakci u žen takto: u hostesek s plochými podrážkami 31,7% (19/60), u těch se středně vysokými podpatky 36,7% (22/60) a u těch s vysokými podpatky 30% (18/60) (Guéguen, 2014). Je však pravdou, že rozdíl mezi přístupem žen k hosteskám s jakýmkoliv podpatky nebyl statisticky významný  $\chi^2(1) < 1$ ,  $\phi = 0,7$  (tamtéž, 2014). Nakonec bych se ráda zaměřila na slova použitá ve spojení se statistikami v závěru článku. "Muži se přihnali...když měla ploché podrážky, reagovali..." (Novinky, 2014) Zde vnímám vybrané výrazy jako velmi sugestivní, kdy „přihnali

se“ působí velmi aktivně, živě, zatímco na dívky bez podpatků pouze reagovali, což ve mně vzbuzuje pocit malého zájmu obzvláště v kombinaci se slovem „přihnali“, které naopak vzbuzuje pocit velkého zájmu. Při udávání časových údajů u poslední substudie je psáno, že dámy s vysokými podpatky byly osloveny **do** osmi minut, zatímco ty bez podpatků **až po** třinácti minutách (tamtéž, 2014). Zde mi připadá chybné neuvedení informace, že se jedná o průměry s určitou směrodatnou odchylkou ( $M=13,54$ ,  $SD=4,87$ ;  $M=7,49$ ,  $SD=2,18$ ). Pokud by tato informace byla uvedena, mohl by si čtenář udělat lepší představu o skutečné situaci, zatímco když je to popsáno tímto způsobem, vzbuzuje to ve čtenáři (nebo spíš čtenářce) pocit, že jen samotná přítomnost vysokých podpatků bude znamenat, rychlejší reakci okolí.

Myslím, že článek je vlastně dobře udělaná reklama na dámské lodičky (odkaz pod článkem). Ve čtenářce vzbuzuje pocit, že pokud nemá na nohou vysoké podpatky, tak nemůže být dostatečně atraktivní a proto by si je radši měla hned pořídit. A pokud by snad nevěděla, kde by si je měla pořídit, uvedeme jí odkaz hned na konci článku, ještě před uvedením jména autora.

Zdroje:

Guéguen, N. (2015). High heels increase women's attractiveness. *Archives of sexual behavior*, 44(8), 2227-2235.

Novinky.cz. (2014). *Vysoké jehly slouží jako atribut sexappealu a přitažlivosti*. Staženo z: <http://www.novinky.cz/zena/styl/354066-vysoke-jehly-slouzi-jako-atribut-sexappealu-a-pritazlivosti.html>

*Dobrá práce se vtipnou pointou.*

SJ