

**Pražská vysoká škola psychosociálních studií
Hekrova 805/25, Praha 4**



Efekt třetí osoby v české populaci

Tomáš Novotný

Bakalářská práce

Studijní program: B7701

Vedoucí bakalářské práce: Doc. PhDr. Jaroslav Kořa

Praha 2018

Prague College of Psychosocial Studies

Hekrova 805/25, Praha 4



The Third-Person Effect in Czech Population

Tomáš Novotný

The Bachelor Thesis

Study Program: B7701

The Bachelor Thesis Supervisor: Doc. PhDr. Jaroslav Kořa

Prague 2018

Anotace: Tato bakalářská práce se zabývá jevem, který nese název *efekt třetí osoby*. Cílem této práce je snaha o zjištění, zda se *efekt třetí osoby* vyskytuje v české populaci. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je představen vznik teorie, následně je pak popsán samotný *efekt třetí osoby*. V dalších kapitolách je přiblíženo, jaký vliv má tento jev na chování člověka a jsou popsány prvky, které se podílejí na tomto jevu. V posledních dvou kapitolách teoretické části jsou rozebírány experimenty, díky kterým došlo k prokázání *efektu třetí osoby*. Na závěr jsou uvedeny příklady *efektu třetí osoby* v historii a v současnosti a jsou nastíněny názory různých autorů o tom, kam by se dle nich měl dále ubírat výzkum tohoto jevu. V praktické části je na úvod představen cíl a hypotéza práce. Dále jsou uvedeni účastníci výzkumu, metoda šetření a metoda zpracování dat. Následuje závěr šetření, závěr práce a diskuse.

Klíčová slova: Mass media, vnímání, chování, efekt třetí osoby

Abstract: This Bachelor Thesis deals with phenomenon called The Third-Person Effect. Goal of this thesis is to demonstrate Third-Person Effect in czech population. Thesis is divided into theoretical part and practical part. In the theoretical part the origin of theory is introduced and Third-Person Effect is described. In following chapters the influence on people behavior is being described as well as other elements participating in Third-Person Effect. In the last two chapters of theoretical part the experiments which helped to discover the Third-Person effect are being described. Finally, the examples of Third-Person Effect in history and in present day are shown and opinions of other authors on which direction the future research should go are displayed. In the begining of practical part the hypothesis and goal of the thesis are shown. The participants of the research, method of research and method of data processing follow. At the end of the thesis are the conclusion of the research, conclusion of the thesis and discussion.

Key words: mass media, perception, behavior, Third-Prson Effect

Čestné prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne: 15.07.2018

Tomáš Novotný

Poděkování

Chtěl bych touto cestou poděkovat panu Doc. PhDr. Jaroslav Kořovi, za odborné vedení, trpělivost a cenné rady při psaní této bakalářské práce. Děkuji rovněž respondentům, kteří byli ochotni se výzkumu zúčastnit a byli otevřeni k spolupráci na této bakalářské práci.

OBSAH

I.	ÚVOD.....	7
II.	TEORETICKÁ ČÁST	8
1.	Efekt třetí osoby.....	8
	1.1 Vymezení pojmů.....	8
	1.2. Vznik teorie	8
	1.3 Definice efektu třetí osoby	9
	1.4 Efekt třetí osoby a vliv na chování.....	12
	1.5 Atribuční teorie a její podíl na efektu třetí osoby	13
	1.6 Faktory podílející se na efektu třetí osoby.....	15
	1.6.1 Sociální distance.....	15
	1.6.2 Zdánlivé znalosti.....	16
	1.6.3 Míra vystavování se médiím.....	18
2.	Experimenty a měření.....	18
3.	Efekt třetí osoby v praxi.....	21
	3.1 Příklad v historii	21
	3.2 Projevy v současnosti	22
	3.3 Budoucí výzkumy	25
III.	EMPIRICKÁ ČÁST.....	27
1.	Cíl šetření a hypotézy.....	27
2.	Účastníci šetření.....	28
3.	Metodologie.....	29
	3.1 Metoda šetření.....	29
	3.2 Metoda zpracování dat.....	30
4.	Výsledky šetření	31
	4.1 Celkový skór.....	31
	4.2 Skóry u mužů a žen.....	31
	4.3 Skóry u mužů a žen ve věku 18-30 let.....	32
	4.4 Skóry u mužů a žen ve věku 30-55 let.....	32
	4.5 Skóry dle vzdělání.....	33
5.	Závěr šetření.....	34
6.	Závěr.....	38
7.	Diskuse.....	39
IV.	POUŽITÁ LITERATURA.....	42
	PŘÍLOHA 1 - Dotazník	

I. Úvod

Česká literatura o *efektu třetí osoby* téměř nepojednává. Teorie vznikla ve Spojených státech amerických, kde se také nejvíce tento jev zkoumal. Tuto práci jsem vytvořil s cílem více tomuto efektu porozumět, prozkoumat dosavadní literaturu, výzkumy a pokusit se zjistit, zda se *efekt třetí osoby* projevuje i v české populaci.

V první kapitole se čtenář seznámí se základními pojmy, které se vztahují k danému tématu, popřípadě jsou pro něj důležité. Zaměřím se na vznik konceptu *efektu třetí osoby*. Přiblížím autora, proč a jak tato teorie vznikla, nebo jací autoři přispěli k vypracování konceptu.

V dalších podkapitolách se zaměřím na *efekt třetí osoby* samotný. Pokusím se čtenáře přiblížit tomuto jevu představením jeho definice a uvedu několik příkladů, ve kterých se tento jev projevuje. Cílem této kapitoly je co nejvíce čtenáře seznámit s *efektem třetí osoby* a z jakého důvodu autor zvolil právě tento název.

Ve druhé kapitole budou uvedeny experimenty, které W. Phillips Davison použil pro prozkoumání tohoto jevu. Představím konkrétní studie a experimenty, díky kterým byl tento *efekt* prokázán a popsán.

Třetí kapitola se bude věnovat využití *efektu třetí osoby* v praxi. Nejdříve bude představeno, jak se tohoto efektu využívalo v minulosti, především v období války. Poté rozvedu, jak se tento efekt projevuje v současné době a jak může ovlivnit naše životy. Na závěr se pokusím přiblížit názory autorů o tom, jakým směrem se bude tento jev vyvíjet a jaké by mohlo být jeho využití v budoucnu.

Ve čtvrté kapitole budou představeny hypotézy a cíl šetření. V páté kapitole budou uvedeni účastníci šetření, jejich počet, jejich věkové rozložení, vzdělání a proč byli tito účastníci vybráni. V šesté kapitole bude představena metoda šetření, popsán dotazník, který byl k šetření použit, jaké měl náležitosti a proč byla tato metoda vybrána. V poslední, sedmé kapitole, budou uvedeny výsledky a zda se potvrdily či vyvrátily stanovené hypotézy.

II. Teoretická část

1. Efekt třetí osoby

1.1 Vymezení pojmů

Chování

„Chování je souhrn vnějších projevů, činností, jednání a reakcí organismu.“ (Hartl, Hartlová, 2000, s. 211).

Mass Media

Hromadná komunikace (Mass Communication), „je jakákoliv forma komunikace, vysílaná prostřednictvím média (kanálu), který zároveň dosahuje velkého počtu lidí.“ (D. Wimmer, 2013, s. 2). Je to tedy jakýkoliv komunikační kanál, který je využíván pro dosažení velkého počtu lidí, jako je televize, noviny, časopisy, billboardy, nahrávky, knihy a samozřejmě také internet, chytré telefony či tablety (D. Wimmer, 2013).

Postoj

Hartl a Hartlová definují postoj jako „Sklon ustáleným způsobem reagovat na předměty, osoby, situace a na sebe sama.“ (Hartl, Hartlová, 2000, s. 442).

1.2 Vznik teorie efektu třetí osoby

Autor konceptu *efektu třetí osoby*, o kterém práce pojednává, se jmenuje Walter Phillip Davison. Sociolog a profesor žurnalistiky, který v době, kdy začal o *efektu třetí osoby* přemýšlet, působil na Princetonské universitě v New Jersey. Tvrdit však, že se myšlenka o vytvoření teorie *efektu třetí osoby* zrodila pouze v jeho hlavě, by bylo přinejmenším nepřesné. Muž, kvůli kterému se Davison začal o téma zajímat, byl mladý historik, univerzitní kolega, taktéž působící na Princetonské univerzitě. Tento historik se jmenoval Jeter Isely. Při hledání podkladů pro svou knihu, narazil Isely na informace, které

poukazovaly na zajímavý jev, který se stal za druhé světové války na ostrově Iwo Jima Island v Pacifiku (viz. kapitola 3.1). Tento příběh samotný ještě nepřiměl Davisona k formulaci jakéhokoliv konceptu, ale vzbudil v něm zájem, díky kterému později formuloval svou teorii (W. Davison, 1983).

Událost, která Davisona silně podnítila k vytvoření vlastní teorie, proběhla až o několik let později. V té době zkoumal, jakou roli hrál západoněmecký tisk, při formování tzv. Bonnské zahraniční politiky. Přitom se mu naskytla příležitost hovořit s různými redaktory (W. Davison, 1983, s. 2). Při rozhovorech s redaktory narazil na zajímavý jev. Pokaždé, když se jich zeptal, jaký vliv má podle nich úvodník v novinách na jejich čtenáře, většinou dostal stejnou odpověď, a sice, že úvodníky mají malý, nebo žádný vliv na lidi jako je on sám, nebo dotyčný novinář, ale obyčejný čtenář bude pravděpodobně velmi ovlivněn. (W. Davison, 1983, s. 2). Toto zjištění v něm vzbudilo zájem a zvědavost a když se poté sám, při volbách v jeho regionu přistihl, že myslí velmi podobně, přišel s hypotézou, kterou nazval *efekt třetí osoby* (W. Davison, 1983). V průběhu následujících let uspořádal Davison několik experimentů, kterými se pokusil dokázat, že *efekt třetí osoby* existuje.

1.3 Definice efektu třetí osoby

Jako definici *efektu třetí osoby* vytvořil Davison formulaci:

„Jedinci, kteří jsou součástí publika, vystaveného přesvědčivému sdělení (nehledě na to, zda je přesvědčivé záměrně, či nikoliv), budou očekávat, že toto sdělení bude mít větší vliv na ostatní než na ně samotné.“ (W. Davison, 1983, s. 3).

Davison tím chtěl naznačit, že lidé mají tendenci přeceňovat vliv mass medií na ostatní a zároveň s tím podceňovat vliv na ně samotné. Příklad s novináři, kterých se Davison ptal, tvrzení silně podporuje. Při dotazu, zda si myslí, že mají úvodníky nějaký vliv, odpověděli, že na lidi jako oni to vliv mít nebude, avšak na ostatní čtenáře určitě ano. Je zjevné, že přisuzovali větší vliv právě na své čtenáře, tedy ty druhé.

Na místě by mohla být otázka, kdo jsou to ti druzí? Název příliš nenapovídá, a proto se musíme ponořit hlouběji do Davisonovy teorie. Mluvíme-li o vlivu mass medií, dle definice to znamená, že hovoříme o velkém počtu lidí, kteří dostávají stejnou zprávu či sdělení současně (viz. 1.2). Davisonova teorie v sobě nese název třetí osoba právě z důvodu toho, že lidé, kteří jsou vystaveni nějakému sdělení, neznají všechny, kteří jsou tímto sdělením ovlivněni. Pro někoho z publika by tedy ostatní posluchači či pozorovatelé, byli prostě „oni“, či jednoduše „lidé“. Dochází k náhledu ze dvou perspektiv. Z pohledu těch, kteří jsou ovlivňováni (posluchači, pozorovatelé), dochází k hodnocení vlivu nikoli na ně samotné nebo na „Tebe“, ale na „Oni“. Neurčitost osob, na které sdělení působí, vytváří dojem jakési třetí osoby, která se nachází v pozadí. Nejedná se o „Já“ ani „Ty“, ale o „Oni“. Pro Davisonovu teorii je nejdůležitější právě neurčitost osob, se kterými se dotazovaný porovnává. Druhá perspektiva se nám může nabídnout z pohledu těch, kteří něco sdělují. Z jejich pohledu bude třetí osobou ten jedinec, který má vliv na postoje a chování potencionálního publika. Z pohledu propagátora to tedy nejsou ti, kteří jsou přímo vystaveni jeho sdělení, nýbrž všichni ostatní, tedy například přátelé, příbuzní nebo nadřízení. Tato druhá definice bude ještě blíže vysvětlena v podkapitole, kde jsou představeny případy využití *efektu třetí osoby* v historii. (W. Davison, 1983).

Efekt třetí osoby byl zkoumán u mnoha druhů mediálních obsahů. Z těchto výzkumů vyšlo najevo, že velmi důležitou roli hraje samotný obsah sdělení. Ukázalo se, že způsob hodnocení obsahu sdělení má vliv na posuzování působení jak na sebe sama, tak především na ostatní. Jestliže jedinec bude považovat sdělení za nedůvěryhodné, hloupé nebo nepřijatelné pro jeho postoje, bude vypovídat, že takové sdělení jeho osobu neovlivní. U ostatních dojde k závěru, že nebudou schopni udělat takové zhodnocení, respektive neproběhne u nich podobná reflexe jako u něho a tím pádem podlehnou své naivitě a sdělení je ovlivní. Pro lepší ilustraci důležitosti vnímání obsahu byl zkoumán vliv reklamy a televizního zpravodajství. Pánové Brosius a Engel našli v roce 1996 v Německu výskyt *efektu třetí osoby* jak u reklamy, tak u zpravodajství. Poukázali na nutné rozlišení mezi dvěma typy tohoto efektu. Přišli na to, že lidé vnímají reklamu jako závadný (ohrožující) zdroj informací. Avšak pokud se jedná o zpravodajství, především televizní, mají lidé tendenci považovat ty, kteří ho sledují, za vzdělané a informované. Takové lidi je poté těžší ovlivnit (Brosius, Engel, 1996). Objevuje se předpoklad, že lidé budou vykazovat větší míru vlivu *efektu třetí osobu* u reklamy než u televizního zpravodajství. Tento předpoklad podpořilo zjištění Alberta Gunthera a Paula Mundyho, kteří v roce 1993 zjistili větší míru

přítomnosti *efektu třetí osoby* v případech, kdy bylo sdělení prezentováno jako reklamní sdělení (A. Gunther, P. Mundy, 1993). Avšak jiné výzkumy naopak poukazují na to, že žádný významný rozdíl mezi tím, kdy je sdělení v podobě reklamy, a tím, kdy je sdělení v podobě televizního či jiného zpravodajství, není (L. Connors, 2006, s. 6).

Obecně můžeme říci, že to, jak je obsah sdělení i samotné médium vnímáno má vliv na míru výskytu efektu. Z dalších výzkumů Alberta Gunthera vyšlo najevo, že rozdílné míry výskytu *efektu třetí osoby* lze pozorovat u reklam, které jsou považovány za více „škodlivé“ (L. Connors, 2006). Porovnání reklamy a tzv. oznámení ve veřejném zájmu (public service announcements) prokázalo, že u reklamy je výskyt větší, respektive u oznámeních ve veřejném zájmu nebyly nalezeny projevy tohoto efektu.

Albert Gunther a Esther Thorson při testování *efektu třetí osoby* na reklamách a oznámeních ve veřejném zájmu narazili na jev, který označují jako *opačný efekt třetí osoby*. Tento jev se vztahuje především na veřejná oznámení, která jsou v očích respondentů brána jako jejich osobě prospěšná a tedy velmi pozitivní. Respondenti vypovídali, že oznámením ve veřejném zájmu by byli ovlivněni více než druzí lidé (A. Gunther, E. Thorson 1992). Objevuje se mírně odlišný způsob hodnocení obsahu sdělení. Veřejné oznámení je vnímáno jako velmi pozitivní a přínosné. Oznámení ve veřejném zájmu jsou reklamní sdělení, vysílaná v televizi, rádiu nebo jinou formou, která slouží k upoutání pozornosti veřejnosti na téma, které ji přímo zasahuje. Jako příklad můžeme uvést oznámení týkající se škodlivosti kouření na krabičkách od cigaret, nebo v roce 2008 vysílané reklamní spoty „Nemyslíš, zaplatíš“. Oznámení se snaží upozornit na škodlivost kouření a tím přimět kuřáky k omezení kouření. Zpráva tedy není vnímána jako ohrožující nebo škodlivá. Dojde k opačnému zhodnocení zprávy. Při hodnocení míry působení *efektu třetí osoby* provede respondent zhodnocení, že on není tak naivní, aby podlehl negativně vnímanému sdělení, ale že ostatní lidé toho schopni nebudou, tím pádem, budou tímto sdělením ovlivněni. U *opačného efektu třetí osoby* je naopak vnímán pozitivní dopad sdělení. Respondent provede zhodnocení, že on je schopen zprávu převzít za svou, ale ostatní lidé toho schopni nebudou (L. Connors, 2006, s. 7). Dle Hoorens a Ruitera by tedy v hodnocení míry vlivu *efektu* mohli hrát roli i tendence k sebe-vylepšování, respektive vylepšit vnímání své osoby ostatními (V. Hoorens, S. Ruiter, 1996).

1.4 Efekt třetí osoby a vliv na chování

Při zkoumání *efektu třetí osoby* se kromě vlivu na vnímání druhých lidí můžeme zaměřit také na behaviorální složku. Dle Johannsona se mnoho studií zaměřuje na potvrzování existence efektu, avšak jen málo z nich se zaměřuje právě na behaviorální komponenty (B. Johannson, 2002). K popisu toho, jak efekt ovlivňuje chování jedince, použil Davison příklad, kdy je očekáván nedostatek určitého zboží. Říká, že v době, kdy dojde k omezení dodávek zboží do obchodů a v médiích se začne mluvit o možném nedostatku, najdou se jedinci, kteří ihned poběží do obchodů. Pokud se jich zeptáme proč, pravděpodobně dostaneme odpověď, že mají obavy z vlivu zpráv o nedostatku na ostatní lidi. Raději si tedy udělají zásoby, než přijdou ostatní a vše vykupí (W. Davison, 1983). Davison poukazuje na to, že rozdíl ve vnímání může ovlivnit jedincovo chování tak, že očekávaný vliv oznámení na ostatní může vést k tomu, že podniknou určité kroky (půjdu si udělat zásoby). Dalo by se říci, že začnou chovat tak, jak očekávají, že se začnou chovat ostatní.

Jakýkoliv efekt, který sdělení bude mít, nemusí plynout z reakce publika, ale spíše z chování těch, kteří stojí mimo publikum. Lidé nepůjdou dělat zásoby kvůli tomu, jaký vliv mělo sdělení na ně samotné. Půjdou nakupovat ze strachu o to, jaký vliv toto sdělení mělo na druhé lidi (W. Davison, 1983).

Velký prostor pro spekulace ohledně vlivu *efektu třetí osoby* v sobě nese cenzura (W. Davison, 1983).

„Cenzura se objeví tehdy pokud osoba nebo skupina lidí prozkoumá určitý materiál a zamezí lidem v přečtení nebo shlédnutí dotyčného materiálu“ (K. Magoon, 2010, s. 112).

Z pohledu cenzora je velmi složité si přiznat, že obsah, který chce zakázat, má stejný vliv na něj, jako na ty, kteří by dle něho měli být ovlivněni. Bude pro něj složité přiznat vliv i na své kamarády či rodinu. Cenzura pro něho bude sloužit především k ochraně druhých, například malých dětí a mladistvých.

Historie ukázala, že rozdíl ve vnímání vlivu na sebe samotného, potažmo na členy nějaké skupiny (např. komunistická strana), a na druhé lidi (zbytek společnosti), může vést až k těm nejhorším činům jako je věznění či dokonce zabíjení, a dodává:

„Dokonce i dnes jsou věznice v totalitních a autoritářských zemích plné lidí, jejichž zločin je nazýván „propaganda proti státu“ nebo „šíření destruktivních pomluv“ (W. Davison, 1983, s. 14).

1.5 Atribuční teorie a její podíl na *efektu třetí osoby*

Ve snaze vysvětlit *efekt třetí osoby* se při experimentech manipulovalo s různými faktory. Dva z nich byly atribuce publika, tedy určité nastavení, ve kterém publikum zprávu hodnotí a charakteristika původu zprávy, tedy odkud a z jakého zdroje zpráva pochází. Takovéto manipulace s experimentálními podmínkami provedl například Perloff ve svých studiích televizního zpravodajství. Díky tomu zjistil, že publikum, které je silně zainteresované v daném tématu se bude považovat za více znalé, a proto bude druhým lidem přisuzovat větší míru ovlivnění *efektem třetí osoby* (Perloff, 1989). Cohen a další zjistili, že na zvýšení míry přisuzování ovlivnění *efektem třetí osoby* má vliv označení zdroje oznámení jako zaujatý proti subjektu či objektu oznámení (Cohen et al, 1988). Jinými slovy, pokud bude posluchači sděleno, že zdroj oznámení je zaujatý, bude sám sebe vnímat jako schopného toto zaujetí ignorovat, ale ostatní toho schopni nebudou. Gunther poukazuje na to, že v podobných případech je možné narazit na jev, který byl popsán v souvislosti s teorií kauzálních atribucí, tedy předpojatost (A. Gunther, 1991).

Základy atribuční teorie položil Fritz Heider. Považoval člověka za naivního vědce a snažil se zjistit, jak si lidé vykládají události, které se kolem nich dějí. Došel k závěru, že člověk si spojuje pozorovatelné s nepozorovatelným. Tedy, že určitým událostem připisuje určitou příčinu, která nemusí být na první pohled zjevná. Heider rozlišil mezi příčinami „vnějšími“ a „vnitřními“. Vnější příčiny jsou faktory mimo osobu nebo událost, které ji přímo ovlivnily. Může to být například dopravní nehoda, která způsobila, že člověk dorazil pozdě na schůzku. Vnitřní příčina je vlastnost či charakteristika jedince, která způsobila určité chování. Jedinec tedy dorazil na schůzku pozdě, protože je nedochvilný (M. Hewstone, 2006). Při snaze zdokonalit a více prozkoumat atribuční teorie se přišlo na

jev, kterému byl dán název *základní atribuční chyba*. Ta se vyznačuje tím, že pozorovatel má tendenci u druhých lidí přeceňovat „vnitřní“ dispozice, tedy osobnostní vlastnosti a podceňovat situační, neboli „vnější“ dispozice. Při hodnocení svého chování je tomu naopak (M. Hewstone, 2006).

Dle Gunthera je atribuční teorie, potažmo základní atribuční chyba, relevantní pro *efekt třetí osoby*, y právě kvůli předpovídání chování či míry ovlivnění určitým sdělením. Proces, který probíhá při *efektu třetí osoby*, bychom mohli do jisté míry přirovnat k druhu základní atribuční chyby. Jedinec se bude domnívat, že lidé budou více ovlivnění sdělením z důvodu jejich osobnostních charakteristik, například nevzdělaností, nebo nedostatečnou inteligencí při rozpoznávání snahy o jejich ovlivnění. Nebudou schopni brát v potaz situační faktory tak dobře, jako hodnotící jedinec. Při hodnocení míry ovlivnění své vlastní osoby, bude ovlivnění přičítáno ve větší míře situačním faktorům. Ovlivnění druhých lidí bude tedy přičteno jejich neschopnosti se tomuto ovlivnění bránit z důvodu určité osobnostní charakteristiky. Naproti tomu případné ovlivnění hodnotícího jedince bude způsobeno situačními faktory, tedy například tím, jakým způsobem, či kde bylo oznámení podáno (A. Gunther, 1991).

Jistým podkladem pro základní atribuční chybu může být zlepšování sebehodnocení a vnímání své vlastní osoby a hodnoty. Jedinec situuje příčinu svého chování do vnějšího světa, čímž neohrozí svůj vlastní sebeobraz například představu dochvilného člověka. U *efektu třetí osoby* lze nahlédnout podobný jev. Jedinec ohodnotí druhé lidi jako více ovlivněné, čímž si potvrdí svou schopnost se ovlivnění ubránit a posílí si tak sebehodnocení (A. Gunther, 1991).

Davison se ve svých spisech o atribuční teorii nezmiňoval. Jeho názor na podobnost mezi jeho konceptem *efektu třetí osoby* a konceptem, jehož základy položil Fritz Heider, zůstává skrytý. Gunther však poukázal na to, že určitá podobnost existuje.

1.6 Faktory podílející se na *efektu třetí osoby*

Pro lepší porozumění, jak *efekt třetí osoby* funguje, se různé výzkumy zabývaly faktory, které se na něm mohou podílet. Těmito faktory jsou například sociální distance, vnímané znalosti a míra vystavování se mediím (L. Connors, 2005). Nemusí být jeho podmínkou, dalo by se říci, že ho spíše doprovází. Například sociální distance vyjadřuje, jakým způsobem se jedinec porovnává s ostatními. Za zdánlivé znalosti můžeme označit specifický projev jedince, který odráží jeho přesvědčení o hodnotě jeho znalostí. Snaha o co nejpřesnější překlad slovního spojení *zdánlivé znalosti* do českého jazyka, mohla způsobit nejasnosti ohledně významu. Proto jej v kapitole 1.6.2 blíže popisují. Na míru vystavování médií se zaměřila jen malá část výzkumů. Výsledek těchto výzkumů je uveden spíše pro úplnost. U tohoto prvku by bylo potřeba více výzkumů. Na *efektu třetí osoby* se pravděpodobně podílí více faktorů. V literatuře jsou však popisovány jen tyto tři, tedy sociální distance, zdánlivé znalosti a míra vystavování se mediím.

1.6.1 Sociální distance

O distanci neboli o vzdálenosti, můžeme hovořit v případech, kdy chceme poukázat na vzdálenost mezi různými předměty, místy nebo osobami. V takových případech tedy mluvíme o fyzikálním světě.

Slovo distance však můžeme použít i v případě, mluvíme-li o názorech, postojích či vztazích k druhým lidem.

„Sociální distance je vzdálenost daná především hodnotovými představami, postoji, předsudky, pocity, sympatiemi a antipatiemi...O její měření usiluje například sociometrie při zkoumání vztahů (sympatie a antipatie) mezi členy skupiny nebo skupinou a osobami stojící mimo ni“ (J. Jandourek, 2012, s. 60).

Davison ve své práci spekoval o tom, zda máme tendenci vnímat rozdíl v ovlivnitelnosti u lidí, kteří jsou podobní „mému Já“ a naopak u lidí, kteří jsou „jiní než Já“ anebo zda je názorová či postojová podobnost nepodstatná (W. Davison, 1983). Jeremy Cohen et al. zkoumali sociální distanci v jednom ze svých experimentů. Uskutečnili

výzkum, ve kterém byli studenti Stanfordské univerzity vystaveni různým hanlivým novinovým článkům. Po přečtení článků se studentů zeptali na jejich názor ohledně osoby, které se článek týkal. Poté jim byla položena otázka, na kolik tento článek ovlivnil je samotné, a nakonec byli požádáni, aby zhodnotili, jaký efekt bude mít tento článek na názory (a) jiných studentů Stanfordské univerzity, (b) jiných občanů Kalifornie a (c) široké veřejnosti (J. Cohen, 1988). Výsledky experimentu ukázaly, že studenti vnímali větší míru efektu u jiných kalifornských studentů a především u široké veřejnosti. Tento experiment mírně favorizuje význam podobnosti v Davisově spekulaci. Tedy, že stupeň podobnosti se skupinou, která je subjektem hodnocena, může ovlivnit jeho odhad. Duck a Mullin svými experimenty, které byly podobné experimentu Jeremyho Cohena, také přispěli k potvrzení Davisonovy hypotézy o významu podobnosti se skupinou. Ve výsledcích vyšlo najevo, že jejich respondenti měli tendenci přisuzovat větší míru vlivu na osoby jim velmi vzdálené (neznámý občan) a menší míru vlivu na osobu velmi blízkou (například rodina) (J. Duck, B. Mullin, 1995).

Perloff namítá, že některé experimenty ukázaly, že i v případě porovnávání se s blízkou osobou mají respondenti tendenci se považovat za méně ovlivnitelné. Sociální distance se dle něho tedy podílí na *efektu třetí osoby*, není však podmínkou pro jeho vznik (R. Perloff, 1999).

1.6.2 Zdánlivé znalosti

Další faktor, který by dle Davisona a ostatních mohl hrát roli, je přisuzování větší hodnoty svým znalostem, než znalostem ostatních. V jistém smyslu jsme všichni experti na záležitosti, jež jsou pro nás významné, a to proto, že máme informace nedostupné druhým lidem. Respektive se domníváme, že takové informace vlastníme. Tyto informace nemusí být faktické nebo technické, mohou se týkat našich osobních zkušeností, tedy toho, co máme a nemáme rádi. Druzí lidé nevědí to, co víme my. O to se opírá předpoklad, že tím pádem jsou více ovlivnitelní médii (W. Davison, 1983). Experti mohou namítat, že právě ta zvláštní, jedinečná zkušenost je chrání před vlivem médií, zatímco jiní, méně znalí členové publika, budou více citliví na jejich vliv. Tento argument je nicméně založen nikoliv na vlastnění expertství jako takového, ale na „vnímání“ expertství. *Efekt třetí osoby* nemusí vznikat na základě znalostí a dovedností, kterými člověk disponuje, ale pouze na základě představy,

někdy i mylné, že takovými znalostmi nebo dovednostmi disponujeme (D. Lasorsa, 1989). Davison uvádí příklad pracovníků v atomové elektrárně, kteří byli přesvědčeni, že lidé jsou proti atomové energii právě proto, že jsou špatně informováni skrze média (W. Davison, 1983).

Jedinci, kteří sami sebe považují za více vzdělané, mají tendenci přeceňovat vliv na jiné lidi. Tento jev může dle Lasorsy sloužit k vysvětlení takzvaného „efektu hostilních medií“. Tato hypotéza tvrdí, že silní zastánci na obou stranách konfliktu nebo diskuze („*partyzáni*“), budou vnímat zaujatost proti jejich postoji v jednom a tom samém článku. Tito lidé se domnívají, že veřejnost bude mít méně informací o konkrétním tématu, a proto bude více ovlivnitelná tím, co se objeví v médiích. To podle Lasorsy může vysvětlovat, proč mohou partyzáni vypadat jako extrémně citliví na to, co považují za zkreslenou reportáž v médiích (D. Lasorsa, 1989). Perloff používá pojem zapojení ega (ego-involvement). Pakliže se jedinec identifikuje se sociální skupinou, utvoří si extrémní postoj ke všem zprávám týkající se dané sociální skupiny. To způsobí, že bude považovat všechny zprávy za předem zaujaté proti jeho skupině, a to i ty neutrální (R. Parloff, 1999).

Salwen a Driscoll přišli s názorem, že užívání médií a jedincovo pojetí vlastních znalostí a zkušeností mu poskytuje jistotu v tom, aby se považoval za chytřejšího než druzí lidé a tím pádem byl méně zranitelný při setkání s manipulativními nebo ohrožujícími zprávami (M. B. Salwen, P. D. Driscoll, 1997).

Také vzdělání může hrát významnější roli. Rucinski se Salmonem přišli na to, že vyšší stupně vzdělání korespondují s vyšší mírou efektu třetí osoby. Vzdělaný jedinec využije své vzdělání k tomu, aby se distancoval od ostatních způsobem, který bude vyhovovat jeho pojetí sebe sama (D. Rucinski, Ch. Salmon, 1990). Connors na závěr dodává: „*Vnímání rozdílů ve vzdělání a inteligenci může stačit k ovlivnění efektu třetí osoby.*“ (L. Connors, 2006, s. 11).

1.6.3 Míra vystavování se médiím

Různí autoři se také zabývali tím, jak velký vliv má doba, kterou jedinec stráví vystavováním se médiím. Překvapivě došli k závěrům, které nevyznívají jednoznačně ve prospěch předpokladu, že čím delší dobu stráví jedinec vystaven médiu, tím větší míru *efektu třetí osoby* u něho budeme pozorovat. Ačkoliv u novin v klasické, papírové podobě dochází k větší míře výskytu efektu než u televizní podoby, obecně se výzkumy shodují na tom, že to, jak dlouho je jedinec vystaven určitému médiu nemá vliv na zvyšování či snižování míry efektu (L. Connors, 2006).

2. Experimenty a měření

Pro otestování hypotézy, že jedinec má tendenci přeceňovat vliv přesvědčujícího oznámení v médiích na ostatní a zároveň podceňovat stejný vliv na jeho vlastní osobu, sestavil Davison čtyři malé experimenty. Sám Davison přiznává, že experimenty nebyly nijak výjimečné nebo „*elegantní*“, ale bylo zajištěno, aby se skupiny navzájem neovlivňovaly, a aby nikdo z participantů nevytušil, co se danými testy vlastně zkoumá. Tři tyto experimenty je vhodné představit, aby měl čtenář lepší představu o tom, s jakým typem otázek Davison pracoval, aby otestoval svou hypotézu. Výsledky testů byly dle Davisona vypovídající ve prospěch jeho hypotézy, proto zde uvedu i čísla, která to dokládají (W. Davison, 1983).

První z experimentů byl proveden na Columbijské univerzitě v roce 1978. Zúčastnilo se ho 33 studentů masové komunikace. Experiment proběhl velmi krátce po guvernérských volbách ve státě New York. Dotazník se skládal ze dvou částí, z nichž první se týkala občanů státu New Yorku obecně a druhá část se týkala osobních zkušeností respondenta.

První část dotazníku obsahovala tuto otázku: „*Jak pravděpodobně víte, Guvernér Carey opakovaně vyzýval pana Duryea (Republikánského oponenta), aby zveřejnil své daně z příjmů a neschopnost pana Duryea tak učinit využil jako hlavní téma své vlastní kampaně. Jak velký vliv, podle Vás, měla tato kampaň na způsob, jakým občané New Yorku volili*

v guvernerských volbách? Prosím, zaznamenejte pomocí značky na odpovídajícím místě na měřítku níže.“ (W. Davison, 1983, s. 5).

Měřítka měla podobu úsečky se sedmi body od 0 (žádný vliv) až po 7 (velmi zásadní vliv).

Druhá část obsahovala tuto otázku: „*A co naléhání guvernera Careyho na selhání pana Duryea zveřejnit jeho daně z příjmů? Kdybyste byl New Yorkský volič (nebo jestli jste byl New Yorkský volič), jaký vliv by to podle Vás mělo (nebo doopravdy mělo) na vaši volbu v guvernerských volbách? Prosím, zaznamenejte pomocí značky na odpovídajícím místě na měřítku níže.*“ (W. Davison, 1983, s. 5).

Měřítka měla opět podobu úsečky se sedmi body od 0 (žádný vliv) až po 7 (velmi zásadní vliv).

Výsledky tohoto experimentu vyšly ve prospěch hypotézy. Po propočítání výsledků pro New Yorkské voliče obecně, vyšel skóre 3,4, blížil se tedy více ke středu. Skóre pro vliv na jedince samotné vyšel 2,26. Výsledky tedy vyšly tak, jak autor očekával. Potvrdilo se, že respondenti budou připisovat větší míru vlivu na ostatní než na ně samotné. Z celkového počtu respondentů odpovídalo 48 %, že ostatní jsou více ovlivněni než oni, 6 % více ovlivněni než ostatní, 36 % stejný vliv na respondenta jako na veřejnost a 9 % procent nemělo názor či neodpovědělo (W. Davison, 1983, s. 5). Tyto výsledky tedy potvrdily hypotézu, nicméně byly zorganizovány další experimenty, aby data byla více vypovídající.

Druhý experiment také potvrdil hypotézu, i když ne tak přesvědčivě. Při následném vyhodnocení odpovědí respondentů došel Davison k závěru, že ty byly pravděpodobně ovlivněny stylem otázek, které byly položeny. Jeho dotazník byl administrován v roce 1981, a to 25-ti studentům. V tomto případě byla jako první položena otázka týkající se jich samotných. Respondenti byli nejprve dotázáni, jak často jim rodiče jako malým dětem četli, a poté v kolika letech byli schopni odlišit reklamu od jiného obsahu vysílání a další různé osobní otázky. Následně jim byla položena otázka na postoje vůči komerčním produktům. Otázka zněla, zda si myslí, že je vystavování se televizním programům přimělo k tomu, aby po rodičích vyžadovali zakoupení věcí, které by jinak ani nechtěli. To byla tedy otázka směrem na respondenta. Následovala otázka ohledně druhých lidí, především ohledně dětí. V té Davison položil otázku, zda vystavování se televizi způsobuje, že děti vyžadují od rodičů koupi věcí, které by jinak nechtěli (W. Davison. 1983).

Výsledky druhého experimentu hrály opět ve prospěch potvrzení výskytu třetí osoby. 68 % respondentů odpovědělo, že ostatní děti budou velmi ovlivněny, zatímco 38 % odpovědělo, že byli oni sami velmi ovlivněni. Existuje tedy tendence vnímat větší vliv na jiné děti než na ně samotné, když byly dětmi. Dle Davisona však nejsou výsledky dostatečně přesvědčivé, aby nevytvořily prostor pro jistou míru skepse. Hlavní problém, na který upozornili respondenti, byl právě styl a smysl položených otázek. Podotýkali, že je těžké nastolené situace navzájem porovnávat, protože se jedná o dvě rozdílné doby, které jsou od sebe poměrně dost vzdálené. Mohou zde hrát roli takové faktory jako například změna reklamních technik anebo to, že děti v roce 1981 jsou mnohem více ovlivněny televizí, než byly děti v období dětství respondentů (W. Davison, 1983, s. 6).

Třetí otázka se týkala hlavních volebních kampaní před prezidentskými volbami v roce 1980. Skupina 25ti respondentů byla dotázána na vliv médií v nadcházejících prezidentských volbách. Davison podotýká, že otázky byly rozloženy tak, aby respondenti nepoznali, jaká hypotéza je testována. První otázka byla mířena na osobu respondenta, kdy se Davison ptal, zda si respondent myslí (za předpokladu, že by byl voličem), že by bylo jeho rozhodování o volbě ovlivněno výsledkem primárek ve státě New Hampshire. Následně se ptal na názor ohledně veřejnosti, avšak tuto otázku zformuloval trochu jinak. Respondentů se zeptal, jak velký vliv budou mít výsledky primárek v New Hampshire na politické naděje Ronalda Reagana (Republikánského kandidáta) a jak ovlivní politické naděje Jimmyho Cartera (Demokratického kandidáta).

Respondenti měli na výběr z odpovědí a) velmi ovlivní, b) trochu, c) vůbec neovlivní a d) nejsem si jistý. Nikdo z respondentů neodpověděl, že je samotné by to velmi ovlivnilo, zato 52 % odpovědělo, že politické naděje Raegana budou velmi ovlivněny a 32 % odpovědělo, že politické naděje Jimmyho Cartera budou ovlivněny. 24 % a 48 % poté odpovědělo, že politické naděje Raegana, respektive Cartera, budou ovlivněny jen trochu. U odpovědi, že nebudou ovlivněni vůbec, najdeme největší rozdíl. 72 % respondentů odpovědělo, že jejich volba primárkami ovlivněna nebude, zatímco k tomu, že primárky neovlivní politické naděje kandidátů, se přiklonilo pouze 20 % z respondentů. (W. Davison, 1983). Z výsledků je tedy zřejmé, že respondenti přikládali větší význam primárek pro druhé lidi než pro ně samotné.

Těmito experimenty Davison prokázal výskyt *efektu třetí osoby*. Různí autoři se poté pokoušeli manipulovat s podmínkami testování tak, aby otestovali všechny možné faktory, které by mohly experiment ovlivnit. Například Price a Tewksbury zkoumali, zda pořadí otázek bude mít nějaký vliv na výsledky experimentu. Nejprve tedy připravili experiment, kde byla jako první užitá otázka na vlastní osobu a poté na ostatní. V dalším experimentu pořadí otázek otočili, tedy nejprve na ostatní a poté otázka na vlastní osobu. Z výsledků zjistili, že pořadí, ve kterém jsou otázky kladeny, nehraje žádnou významnou roli. Dále zjistili, že rozdíl se neobjeví ani v případě, kdy se položí pouze jedna z otázek, tedy pokud se položí otázka pouze na „self“ nebo pouze na ostatní (Price, Tewksbury, 1996). Manipulováno bylo také s typem sdělení, které bylo v experimentech použito. Byly použity reálné anebo fiktivní zprávy, reklamy, oznámení ve veřejném zájmu. U všech typů oznámení byl zjištěn výskyt *efektu třetí osoby* (L. Connors, 2006).

Ačkoliv Davison neměl k dispozici příliš velký počet respondentů, položil základy pro zkoumání tohoto efektu. Svými experimenty prokázal výskyt efektu a jeho hypotézu potvrdilo i mnoho autorů po něm. Například výzkum týkající se politické reklamní kampaně od Rucinski a Salmona (D. Rucinski, T. Salmon, 1990) nebo výzkumy zkoumající pohled lidí na reportáže o konfliktech na Středním východě od Perloffa z roku 1989 (R. Perloff, 1989).

3. Efekt třetí osoby v praxi

3.1 Příklad z historie

Bitva na ostrově Iwo Jima, jižně od Japonska, je dobrým příkladem využití *efektu třetí osoby* za druhé světové války. Bitva mezi Spojenými státy americkými a Japonskem, probíhala od 16. února 1945 do 26. března 1945. Japonské jednotky zjistili lokaci americké základny, která byla obsazena převážně vojáky černé pleti, přičemž jejich nadřízení byli bílé pleti. Rozhodli se použít propagační letáčky k oslabení amerických sil. Letáčky obsahovaly sdělení, že Japonci nechtějí bojovat proti vojákům jiné pleti než bílé a že tato válka není jejich, nýbrž amerických bělochů. Dále bylo v propagačním letáčku uvedeno, že by neměli riskovat svůj život pro bělochy a bylo jim doporučeno se vzdát nebo dezertovat.

Efekt třetí osoby se projevil v reakci nadřízených velících důstojníků. Druhý den byla celá jednotka převelena. Propagační listy tedy zjevně neměly velký vliv na černošské vojáky, ale spíše nad jejich nadřízené. Ti se báli, že by skutečně mohlo dojít k dezertování vojáků, a tak se rozhodli je raději převelet. Japoncům se tedy jejich plán vydařil (W. Davison, 1983). U tohoto příkladu se můžeme vrátit ke kapitole 1.3. Jak bylo uvedeno, máme dvě perspektivy, ze kterých se na projev tohoto efektu můžeme nahlížet. První perspektiva je ze strany jedince, který přijímá nějakou zprávu, je součástí publika. Druhá perspektiva je z pohledu toho, kdo nějakou zprávu podává.

Pro subjekt poskytující informaci či sdělení jsou třetí osoby ti, kteří mají nějaký vliv nebo alespoň kontakt s osobou, která sdělení přijímá. V tomto případě to tedy z pohledu japonských vojáků nebyli vojáci samotní, ale spíše jejich nadřízení. Efekt se tedy projevil tak, že letáčky neměly přímý vliv na vojáky, jelikož nejsou žádné zprávy o tom, že by skutečně začali dezertovat, ale rozhodně měly vliv na jejich velící důstojníky.

Davison dále spekuluje, že především v diktátorských nebo totalitních režimech se *efekt třetí osoby* mohl vyskytovat. Poukazuje na to, že i v dnešní době jsou vězení v takovýchto zemích plná lidí, jejichž zločin je například rozvracení státu nebo velezrada. Tyto vlády přikládají disidentské činnosti až nadměrný význam a to má dle Davisona za následek zmaření mnoho nevinných životů (W. Davison, 1983).

3.2 Projevy v současnosti

V dnešní době se *Efekt třetí osoby* může vyskytovat především v cenzuře různého obsahu jako je například pornografie, cenzura hudebních textů, především těch ze žánru rap anebo také v komunikaci týkající se politiky (L. Connors, 2006). Efekt se objevuje například u odborníků, kteří se vnímají jako více informovaní, a tudíž méně ovlivnitelní (viz. 1.5.2). Rucinski a Salmon spekulují, že pokud se jedinec bude velmi zajímat o společenské dění, bude číst noviny, časopisy a bude sledovat pořady, které o tomto dění budou informovat, bude tento jedinec přesvědčen, že on je více odolný vůči ovlivnění než ostatní. To dle nich naznačuje, že politická orientace, politické zájmy nebo třeba způsob používání médií má

velký vliv na míru projevu *efektu třetí osoby* (D. Rucinski, T. Salmon, 1990). Rucinski a Salmon se ve svém výzkumu zabývali tím, jak respondenti vnímají vliv politických kampaní a reklam na ostatní a na ně samotné. Dle nich by behaviorální stránka efektu mohla mít za následek, že lidé budou požadovat větší míru kontroly a regulace politicky podmíněných zpráv.

Ve výzkumu Rucinské a Salmona měli respondenti ohodnotit, jaký mají politické debaty, zprávy ohledně politiky, žebříčky oblíbenosti, reklamy vztahující se na politiku, a to včetně negativně zbarvených a hanlivých (billboardy), vliv na výslednou volbu voličů v případných volbách. Jinými slovy, jaký mají tyto komponenty politické kampaně vliv na rozhodování voličů. Z výsledků vyšlo najevo potvrzení hypotézy o existenci efektu, tedy že respondenti měli představu většího vlivu u druhých lidí než u sebe samotných. Televizní nebo novinové zprávy byly hodnoceny jako nejvíce ovlivňující, na druhém místě byly politické debaty.

Co se týče názoru na škodlivost a potřebu nezávislé kontroly, byly reklamy, především ty hanící, označeny za ty nejrizikovější a dle respondentů je u nich nejvyšší potřeba nezávislé kontroly. Naopak politické debaty byly označeny za nejméně škodlivé. Salmon a Rucinská na závěr své práce poukazují na to, že především sociální kritici a tvůrci regulačních pravidel často upozorňují na vliv obsahu mass medií na ostatní. To má za následek generalizaci a rigidnost postupů pro ochranu diváků. Autoři dále dodávají, že veřejné mínění ovlivňuje tvorbu regulačních pravidel, a proto by na základě výsledků jejich výzkumu, měli tvůrci těchto pravidel být více obezřetní. (D. Rucinski, T. Salmon, 1990). Cenzura jakéhokoliv obsahu je ošemetné téma. Různé studie poukazují na to, že právě v činnosti cenzorů se *efekt třetí osoby* často objevuje. Dle Perloff je nebezpečí *efektu třetí osoby* také v tom, že může přimět člověka k cenzuře, popření nebo boji proti zprávě, která mu připadá nežádoucí. (R. Perloff, 1999). To, že je pro něho nežádoucí však nemusí znamenat, že by ji občané neměli slyšet.

Dominic Lasorsa se ve svém experimentu zabýval právě cenzurou. Pokusil se objevit *efekt třetí osoby* v kauze, která se týkala televizní mini série „Amerika“ z roku 1987. V této mini sérii došlo k obsazení Spojených států amerických Sověty. Po odvysílání se zvedla vlna protestů vůči tomuto seriálu, kvůli údajné propagandistické hrozbě. Lasorsa se tedy rozhodl prozkoumat, zda byl *efekt třetí osoby* přítomen. Stanovil si tedy hypotézu, že lidé budou

uvádět malý nebo žádný vliv na vlastní osobu a velký vliv na ostatní diváky. V jeho experimentu byli respondenti náhodně vybráni na základě telefonního seznamu. Experiment probíhal ve dvou etapách. První etapa proběhla před vysíláním prvního dílu pořadu „Amerika“. Respondenti byli dotázáni na jejich televizní návyky, politické názory a demografické charakteristiky. O pár dní později byli respondenti znovu dotázáni, jaký efekt dle nich měla série „Amerika“ na ně samotné a na ostatní spoluobčany.

Hypotéza se potvrdila. Více než 50 % respondentů odpovědělo, že jejich spoluobčané budou velmi ovlivněni a méně než 7 % se domnívalo, že pořad „Amerika“ nebude mít žádný efekt na jejich spoluobčany. Lasorsa v tomto experimentu také zkoumal to, zda je strach z propagandistického materiálu reálný, anebo je pouze uměle vyvolaný skupinami bojujícími za cenzuru tohoto seriálu. Při dotazování přišel na to, že většina respondentů po zhlédnutí seriálu nezměnila svou politickou orientaci a tento seriál nevnímají jako hrozbu pro jejich politické přesvědčení (D.L. Lasorsa, 1987).

K ilustraci projevu *efektu třetí osoby* a toho, jak se tento jev zjišťuje, můžeme použít například telefonický průzkum americké televize CBS News, která v době odvolání Billa Clintona z funkce prezidenta zjišťovala, jak se americká veřejnost zajímá o sexuální skandál prezidenta. 7 % respondentů odpovědělo, že jsou tímto skandálem fascinováni a naproti tomu celých 50 % odpovědělo, že je to absolutně nezajímá. Zajímavé je to, že když byli dotázáni, aby zhodnotili, jak jsou na tom ostatní Američané, 25 % odpovědělo, že ostatní jsou touto kauzou fascinováni a 18 % odpovědělo, že je tato aféra nezajímá. Je tedy zjevné, že se respondenti považovali v tomto ohledu za lepší než zbytek USA (N. Epley, D. Dunning, 2000). K masmédiím se v posledních letech přidaly také sociální sítě. Azi Lev-On se pokusil zjistit, jak se *efekt třetí osoby* projevuje na sociální síti Facebook, která má nejvíce uživatelů a je považována za nejvlivnější sociální síť. Zaměřil se na vnímání nebezpečí z případné krádeže nebo zneužití osobních informací. Vycházel při tom ze studií, které ukázaly, že většina uživatelů si je vědoma možnosti nastavit si využívání soukromých informací Facebookem, ale pouze 69 % z respondentů tuto možnost využila. Znamená to tedy, že většina uživatelů si je vědoma potenciálního risku, ale nedělají nic pro to, aby tento risk zmírnili nebo eliminovali (A. Lev-On, 2016).

Lev-On vytvořil internetový dotazník, na který odpovědělo 502 uživatelů Facebooku. Dotazník se skládal z osmi otázek, týkajících se nástrah sociální sítě Facebook.

Každá otázka měla dvě varianty, posouzení vlivu na osobu respondenta a posouzení vlivu na ostatní. Otázky byly vybrány na základě odborné literatury a rozhovorů s několika uživateli. V dotazníku se objevily otázky vztahující se na zneužití fotek, textů a informací, krádeže identity, rozšiřování virů anebo získání dezinformací budoucím zaměstnavatelem. Studie se snažila zaznamenat, jak budou respondenti vnímat zranitelnost jich samotných a jiných uživatelů Facebooku vůči těmto faktorům.

Dle předpokladů výsledky prokázaly, že respondenti považovali jiné uživatele za více zranitelné. *Efekt třetí osoby* se tedy vyskytoval i v případě výzkumu sociální sítě. Oproti tradičním massmédiím vstupuje do hry mnohem více vnímání znalostí, sebehodnocení a také zdatnost v užívání sociálních sítí (A. Lev-On, 2016). Zhong ve své studii zjistil, že míra schopnosti ovládnutí počítače, respektive internetu a sociálních sítí, má velký vliv na výskyt efektu třetí osoby (Z.J. Zhong, 2009).

3.3 Budoucí výzkumy

Výzkumy, které byly ohledně *efektu třetí osoby* provedeny, pomohly blíže stanovit teoretické projevy a působení tohoto jevu. Co se behaviorálních projevů týče, jsou dosavadní výzkumy spíše nedostatečné. Dle Connersové se tyto výzkumy zaměřovaly spíše na ověřování domněnek o behaviorálních projevech, a nezkoumaly skutečné projevy. Výzkumníci by se dle ní měli více zabývat tím, zda budou behaviorální projevy v souladu s projeveným názorem. Epley a Dunning se pokusili vytvořit experimenty, které by otestovaly, zda by jedinci jednali v souladu s předpovědí svého chování. Snažili se zjistit, jestli je rozdíl, když respondent pouze mluví o hypotetické situaci a tím, jak se v dané situaci opravdu zachová.

Ke svému experimentu využili charitativní událost na Cornellské univerzitě. Událost nesoucí název „Daffodil days“ slouží k podpoře Amerického sdružení boje proti rakovině. Po dobu čtyř dní se prodávají květiny a výtěžek z této akce je sdružení věnován. Epley a Dunning rozdali pět týdnů před Daffodil days dotazník 251 studentům psychologie, který jim připomněl blížící se událost a vysvětlil jim její význam. Studenti následně dostali za úkol odhadnout, kolik květin si koupí oni sami, kolik spolužáků si koupí alespoň jednu květinu a

kolik květin si průměrně koupí jejich spolužáci. Nikoliv dohromady, ale každý zvlášť. Druhá část dotazníku byla administrována tři dny po skončení Daffodil days. V tomto dotazníku se autoři ptali, zda si respondent zakoupil květinu a pokud ano, tak kolik. Výsledky naznačují, že respondenti předpovídají lepší chování, než nakonec vykazují. 83 % respondentů předpovídalo, že si zakoupí alespoň jednu květinu. U svých spolužáků naopak předpovídali, že si jednu nebo více květin zakoupí jen 56 % zúčastněných. Dále také předpovídali, že si zakoupí dvě a více květin, zatímco jejich spolužáci pouze 1,6 květiny. Takové byly předpovědi. Ve skutečnosti si jednu nebo více květin zakoupilo pouze 43 % respondentů. Respondenti také zakoupili v průměru 1,2 květiny namísto předpovídaných dvou (N. Epley, D. Dunning, 2000, s. 863).

Data tedy ukázala, že tendence vylepšovat svoji osobu a upevňování pozitivního sebepojetí ovlivňuje to, jak jedinci v takovýchto dotaznících odpovídají. Autoři však zároveň poukazují na to, že design dotazníku umožňuje respondentům „podvádět“, protože si mohou zapamatovat, jak odpovídali a podle toho se poté chovat. Budoucí experimenty by se tedy měly zaměřit na tento problém. Connorsová vidí hlavní problém především v jednotvárnosti experimentů. Žádný z experimentů neprohlubuje teorii *efektu*, ani ji nijak nevylepší. Všechny dosavadní experimenty sloužily pouze k potvrzení, nebo k vyvrácení samotné existence *efektu*.

Dalším odvětvím, kterému by se měla věnovat větší pozornost je cenzura a tvorba restrikcí a zákonů. Zkoumat vliv na občany je důležité, ještě důležitější je však zkoumat vliv na ty, kteří mají možnost určit co je vhodné pro veřejnost a co není. Pokud oni sami budou ovlivněni *efektem třetí osoby*, budou jednat na základě osobního pojetí či odhadu jejich vlivu na ostatní, nikoliv na objektivním posouzení obsahu. Také vysoce postavení úředníci nebo politici mohou být pod vlivem působení *efektu třetí osoby*. Jejich reakce na pomluvu nebo útok pomocí médií, může plynout jednak z osobních důvodů, a jednak z důvodu obav, že to negativně ovlivní voliče. Pokud by výzkumníci zjistili, že cenzori a zákonodárci jsou ovlivněni, další výzkumy by se poté měly zaměřit, jak vliv zmírnit nebo dokonce odstranit (L. Connors, 2006).

Experimenty pro zkoumání *efektu třetí osoby* byly ve většině případů administrovány studentům střední nebo vyšší třídy v Americe, potažmo v Evropě. Asie, Afrika nebo Jižní Amerika jsou kontinenty, kde je kultura mnohdy velmi odlišná od té Americké. Pro lepší

zmapování *efektu třetí osoby* je potřeba administrovat dotazníky například v asijské kultuře, kde se klade větší důraz na komunitní soužití spíše než na individualitu jedince. Kulturní kontext nebyl v experimentech brán v potaz, v tomto směru by tedy mohlo dojít ke zlepšení a tím pádem k lepšímu pochopení *efektu třetí osoby* (R. Perloff, 1999).

Mnoho výzkumů potvrdilo existenci *efektu třetí osoby*. Je tedy potřeba, aby se další výzkumy zabývaly tím, jak tuto teorii rozšířit a vylepšit. I když máme empirickou podporu pro jeho výskyt, stále se může objevit otázka, zda tento efekt neexistuje pouze v experimentálních podmínkách.

III. Empirická část

1. Cíl šetření a hypotézy

Cílem mého šetření bylo odpovědět na otázku, zda se *efekt třetí osoby* vyskytuje i v České republice. Zajímalo mě, zda se koncept prokázaný v prostředí amerických univerzit, potažmo amerických občanů, může projevit i v prostředí české kultury, tedy kultury odlišné od americké. Šetření nemělo za cíl teorii posunout nebo ji vylepšit.

Pro výzkum byly stanoveny následující hypotézy:

Hypotéza 1: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „druhých lidí“ (1(a), 2(a)) bude vyšší, než průměr všech odpovědí u otázky týkající se „vlastní osoby“ (1(b), 2(b)).

Hypotéza 2: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „druhých lidí“ (1(a), 2(a)) bude vyšší u mužů než u žen.

Hypotéza 3: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „vlastní osoby“ (1(b), 2(b)) bude nižší u mužů než u žen.

Hypotéza 4: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „druhých lidí“ (1(a), 2(a)) bude vyšší u respondentů ve věku 18-30 let spíše než u respondentů ve věku 30-55 let.

Hypotéza 5: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „vlastní osoby“ (1(b), 2(b)) bude nižší u respondentů ve věku 18-30 let spíše než u respondentů ve věku 30-55 let.

Hypotéza 6: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „druhých lidí“ (1(a), 2(a)) bude vyšší u vysokoškolsky vzdělaných respondentů spíše než u respondentů s maturitou.

Hypotéza 7: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „vlastní osoby“ (1(b), 2(b)) bude nižší u respondentů s vysokoškolským vzděláním spíše než u respondentů s maturitou.

2. Účastníci šetření

Účastníci šetření byli vybráni na základě věku. Vzhledem k povaze otázky v dotazníku bylo zapotřebí, aby všichni účastníci šetření byli ve věku osmnáct let a výše. Pro potřeby šetření bylo nutné, aby všichni účastníci měli možnost volit v parlamentních volbách v roce 2017 a prezidentských volbách v roce 2018.

Z celkového vzorku čtyřiceti sedmi respondentů se šetření zúčastnilo osmnáct mužů a dvacet devět žen. Věkové rozložení respondentů bylo od osmnácti do padesáti pěti let. Průměrný věk u mužů byl třicet šest let a u žen dvacet sedm let. Mužů ve věku 18–30 let bylo sedm a ve věku 30–55 se jich podařilo získat jedenáct. To ženy byly ochotnější vyplňovat dotazník a ve věku 18–30 let se jich zúčastnilo dvacet jedna. Ve věku 30-55 let se zúčastnilo osm žen. Co se vzdělání týče, převládali respondenti, kteří uvedli nejvyšší dosažené vzdělání střední s maturitou (18). Následovali vysokoškoláci (13) a po nich respondenti se základním vzděláním (9). Nejmenší zastoupení měli respondenti s výučním listem (5). Sběr dat probíhal v Praze, čtyři dotazníky se podařilo získat v Ústí nad Labem.

Minimální věková hranice byla stanovena na osmnáct let a to z pochopitelných důvodů, možnosti účasti ve volbách. Předpoklad byl takový, že pokud se jedinec může účastnit voleb, je více pravděpodobné, že se o volby a dění kolem nich bude zajímat více

než jedinci, kteří ještě volit nemohou. Horní hranice padesáti pěti let byla stanovena na základě sesbíraných dotazníků, kde byl nejvyšší věk respondenta právě 55 let.

3. Metodologie

3.1 Metoda šetření

Rozhodl jsem se použít kvantitativní formu šetření pomocí autorského dotazníku. Dotazník je anonymní, avšak na jeho začátku respondenti vyplní své pohlaví, věk a vzdělání. To vše z důvodu přesnějšího zpracování dat. Dotazník se skládá ze dvou samostatných otázek. Respondenti vyplňovali dotazník jednotlivě a bylo zapotřebí zajistit, aby nevěděli, co přesně dotazník zkoumá. Otázky se skládají z úvodního textu, který slouží jako referenční událost, na níž se otázka váže, dále ze samotné otázky, a nakonec ze škály, která slouží pro zaznamenání odpovědi.

Událost z první části dotazníku se vztahuje k prezidentským volbám a zní:

„Ve druhém kole prezidentských voleb se spolu utkali kandidáti Miloš Zeman a Jiří Drahoš. Jiří Drahoš byl spolkem přátel Miloše Zemana, jeho podporovatelů, často spojován s podporou migrační krize. Tato zpráva kolovala internetem, a dokonce se objevila i na reklamních billboardech s heslem „Stop imigrantům a Drahošovi. Tato země je naše!“. Jiří Drahoš byl také uváděn jako „Vítač“ migrantů.“

Následují otázky. Otázky jsou rozdělené na otázku 1(a) a otázku 1(b) (stejně tak u druhé otázky je rozdělení na otázku 2(a) a 2(b)). Otázka 1(a) se vztahuje k názoru na ostatní a zní: *„Jak velký vliv měla, podle Vás, tato kampaň na rozhodování českých voličů v prezidentských volbách 2018? Prosím, svou odpověď uveďte zaznamenáním hodnoty na měřítku uvedeném níže.“*

Po otázce následuje škála, na kterou respondenti zaznamenávají svou odpověď. Škála se pohybuje od hodnoty 0 (žádný vliv) až po hodnotu 7 (opravdu zásadní vliv). Otázka 1(b), která se vztahuje na osobu respondenta, zní: *„Jak velký vliv měla tato kauza na Vás,*

jako na českého voliče? Prosím, svou odpověď uveďte zaznamenáním hodnoty na měřítku uvedeném níže.“ Následuje škála pro zaznamenání odpovědi.

Ve druhé části dotazníku uvádím jako událost situaci z parlamentních voleb v roce 2017:

„V průběhu parlamentních voleb v roce 2017 se v médiích často objevovala takzvaná kauza „Čapí hnízdo“. Několik politických stran podotýkalo, že hnutí ANO, konkrétně její předseda Andrej Babiš, je zapleten do podvodů s dotacemi od Evropské unie na výstavbu resortu Čapí hnízdo. Andrej Babiš se však hájil, že celá kauze je pouze politického ražení a že byla utvořena pouze za účelem zdiskreditovat ho.“ Následují otázky 2(a) a 2(b), které jsou totožné s otázkami 1(a) a 1(b) s tím rozdílem, že se týkají parlamentních voleb 2017.

Pro dotazník jsem zvažoval použít internetovou formu. Tuto formu jsem však musel zamítnout, protože na internetových serverech neexistovala forma dotazníku, který by vyhovoval mým potřebám. Z toho důvodu jsem dotazník administroval v papírové formě. Dotazník jsem osobně předával respondentům, kteří byli ochotni se šetření zúčastnit. Vzhledem k osobnímu administrování byla návratnost dotazníků 100 %. Dotazník jsem administroval od 28. ledna 2018 do 15. dubna 2018. Vyplnění dotazníku trvalo respondentům v průměru dvě až tři minuty.

3.2 Metoda zpracování dat

Pro vyhodnocení výsledků jsem se rozhodl zvolit výpočet pomocí průměru ze všech odpovědí. Pro práci jsem si vybral aplikaci Microsoft Office Excel. V Excelu jsem do tří řádků pod sebe zapsal základní data od respondentů, která sloužila pro lepší orientaci a rozlišení jednotlivých respondentů. Do těchto řádků jsem uvedl informace z přední stránky dotazníku, tedy pohlaví, věk a stupeň nejvyššího dosaženého vzdělání. Tyto informace byly zapotřebí pro detailnější zpracování toho, jak se *efekt třetí osoby* chová v české populaci.

Na dalších řádcích jsem rozdělil kategorie podle mých hypotéz. První čtyři řádky obsahovaly celkový skóre všech respondentů na otázky 1(a), 1(b) a na otázky 2(a), 2(b) bez rozdílu pohlaví, věku či vzdělání. Následovaly odpovědi pouze mužů a po nich odpovědi

pouze žen. U věku jsem rozlišil kategorie muži 18-30 let, muži 30-55 let a ženy 18-30 let, ženy 30-55 let. K porovnání třetí hypotézy jsem musel sjednotit odpovědi mužů obou věkových kategorií a stejně tak u žen. U vzdělání jsem použil stejný postup jako u rozdělování mužů a žen. Zanesl jsem data do kolonek základní, střední s maturitou, střední s výučním listem a vysokoškolské.

4. Výsledky šetření

4.1 Celkový skór

Za celkový skór bereme aritmetický průměr všech odpovědí. Celkový počet respondentů je 47. V první části, tedy v části, kde jsou prezidentské volby z roku 2018 uváděny jako referenční událost, je průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (1(a)) 4,66. Průměr odpovědí na otázku týkající se vlastní osoby (1(b)) je 2,21.

Ve druhé části dotazníku, kde jsou parlamentní volby z roku 2017 uváděny jako referenční událost, je průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (2(a)) 4,64. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se vlastní osoby (2(b)) je 3,23.

4.2 Skóry u mužů a žen

Z celkového vzorku bylo osmnáct mužských respondentů. V první části, tedy v části, kde jsou prezidentské volby z roku 2018 uváděny jako referenční událost, je průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí 1(a)) 4,78. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se vlastní osoby 1(b)) je 2,72.

Ve druhé části dotazníku, kde jsou parlamentní volby z roku 2017 uváděny jako referenční událost, je průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (2(a)) 5,06. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se vlastní osoby je 3,11.

Počet respondentek byl dvacet devět. U prezidentských voleb z roku 2018 byl průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí 1(a)) 4,59. U otázky týkající se vlastní osoby 1(b)) byl průměr všech odpovědí jen 1,9. U parlamentních voleb z roku 2017 byl průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí 2(a)) 4,38. U odpovědí týkajících se vlastní osoby (2(b)) byl průměr 3,31.

4.3 Skóry u mužů a žen ve věku 18-30 let

Mužů ve věku osmnáct až třicet let se podařilo získat pouhých sedm, a proto nejsou výsledky příliš vypovídající. Nicméně je i přesto pro úplnost uvedu. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (1(a)) u prezidentských voleb 2018 byl 3,71. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se vlastní osoby (1(b)) byl 1,86.

U parlamentních voleb z roku 2017 byl rozdíl mezi průměry jeden z nejmenších. U otázky týkající se druhých lidí (2(a)) byl průměr všech odpovědí 4,14. U otázky týkající se vlastní osoby (2(b)) byl průměr všech odpovědí 3.

Odpovědi od žen ve věku osmnáct až třicet let se podařilo získat dvacet jedna. U odpovědí týkajících se prezidentských voleb 2018 byl vidět markantní rozdíl. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (1(a)) byl 4,81. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se vlastní osoby (1(b)) byl 1,71. Rozdíl v průměrech u druhé části dotazníku už tak velký nebyl. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (2(a)) byl u prezidentských voleb 2018 4,29. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se vlastní osoby (2(b)) byl 3,33.

4.4 Skóry u mužů a žen ve věku 30-55 let

Mužů ve věku třicet až padesát pět let se zúčastnilo jedenáct. U prezidentských voleb byl průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (1(a)) 5,45. U otázky týkající se vlastní osoby (1(b)) byl průměr všech odpovědí 3,27.

U parlamentních voleb byl průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (2(a)) 5,64. U otázky týkající se vlastní osoby (2(b)) byl průměr 3,18.

Odpovědi u žen ve věku třicet až padesát pět let se bohužel podařilo získat jen osm. U prezidentských voleb byl průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (1(a)) 4. Průměr všech odpovědí týkající se vlastní osoby (1(a)) byl 2,38. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (2(a)) u parlamentních voleb byl 4,63. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se vlastní osoby (2(b)) byl 3,25.

4.5 Skóry dle vzdělání

Nejvíce odpovědí se podařilo získat od respondentů se středním vzděláním s maturitou (19). Všichni tyto respondenti byli studenti různých vysokých škol. Průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (1(a)) u prezidentských voleb byl 4,53. U odpovědí týkajících se vlastní osoby (1(b)) byl průměr 2,42. U parlamentních voleb byl průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých osob (2(a)) 4,47. U otázky týkající se vlastní osoby (2(b)) byl průměr všech odpovědí 3,58.

Druzí v pořadí dle počtu odpovědí byli vysokoškoláci (13). Průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (1(a)) u prezidentských voleb byl 4,77. U otázky na vlastní osobu (1(b)) byl průměr 2,38. U parlamentních voleb byl průměr všech odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (2(a)) 5,23. U otázky týkající se vlastní osoby (2(b)) byl průměr 2,46.

Třetí v pořadí jsou respondenti se základním vzděláním tedy respondenti, kteří stále studují střední školu či gymnázium. Těchto respondentů se podařilo získat deset. U prezidentských voleb byl největší rozdíl mezi průměry. U otázky týkající se druhých lidí (1(a)) byl průměr 4,9. U otázky týkající se vlastní osoby (1(a)) byl průměr 1. U parlamentních voleb byl průměr odpovědí na otázku týkající se druhých lidí (2(a)) 4 a u otázky týkající se vlastní osoby (2(b)) byl průměr 3,3.

Nejmenší zastoupení měli respondenti s výučním listem. Těch se podařilo získat pouhých pět, a proto je zde uvádím jen pro úplnost výsledků. Průměr odpovědí na otázku

týkající se druhých osob (1(a)) u prezidentských voleb byl 4,4. U odpovědí týkajících se vlastní osoby (1(a)) byl průměr 3,4. U parlamentních voleb byly průměry pro ostatní osoby (2(a)) 5 a pro vlastní osobu (2(b)) 3,8.

5. Závěr šetření

Hypotéza 1: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „druhých lidí“ (1(a), 2(a)) bude vyšší, než průměr všech odpovědí u otázky týkající se „vlastní osoby“ (1(b), 2(b)). Výsledky tuto hypotézu potvrdily.

Škála se pohybovala od hodnoty nula (žádný vliv) až po hodnotu sedm (opravdu zásadní vliv). Pokud se u otázky týkající se druhých lidí blíží číslo k hodnotě sedm, znamená to, že lidé přisuzují vlivu médií na druhé lidi velký význam. Pokud by však číslo kleslo pod hodnotu 3,5 a spíše se blížilo k nule, znamenalo by to, že respondenti vlivu médií na druhé lidi nepřisuzují tak velký význam. Pokud se tedy podíváme na hodnoty u otázky 1(a), kde měli respondenti soudit vliv na druhé lidi, zde je hodnota 4,66. Číslo je tedy nad poloviční hodnotou (3,5) a blíží se více k maximální hodnotě, tedy k opravdu velkému vlivu. U otázky týkající se vlastní osoby (1(b)) je hodnota 2,21. Nachází se tedy pod hodnotou 3,5 a blíží se více k nule, tedy k žádnému významu. Respondenti tedy přisuzovali vlivu na vlastní osobu malý význam.

Porovnáme-li obě odpovědi, je zřejmé, že respondenti přisuzují větší vliv médií na druhé lidi než na ně samotné. Průměr u odpovědi 1(a) je vyšší než u odpovědi 1(b) a tím se tedy hypotéza potvrdila.

Jak již bylo zmíněno, pro větší přesnost a kontrolu výsledků byla do dotazníku zahrnuta ještě druhá část, ve které byli respondenti dotázáni na stejné otázky, ale byla jim načrtnuta jiná událost. Záměr byl takový, že pokud by se hodnoty výrazně lišily od hodnot první části, pravděpodobně by to znamenalo, že respondenti nepochopili zadání. Hodnoty však nic takového neprokázaly, a naopak pomohly potvrdit platnost hypotézy.

Hodnota u otázky 2(a), tedy otázky dotazující se na vliv na druhé osoby byla 4,64. Hodnota u otázky 2(b) byla 3,23. I zde tedy můžeme vidět, že hodnota při posuzování vlivu na druhé lidi je větší než hodnota pro posouzení vlivu na vlastní osobu. Hodnota u otázky 2(b) je však blízko poloviční hodnotě. To naznačuje, že při odpovídání na otázku ohledně parlamentních voleb 2017 respondenti vnímali poměrně velký vliv i na jejich osobu. Nicméně výsledky opět ukazují, že průměr odpovědí na otázku ohledně druhých lidí je vyšší než průměr u odpovědí na otázku ohledně vlastní osoby. Můžeme tedy říci, že i výsledky z druhé části dotazníku potvrzují hypotézu.

Zajímavé je také porovnání hodnot u obou částí dotazníku. Hodnoty u otázek týkajících se druhých osob tedy otázky 1(a) a 2(a) jsou velmi podobné (4,66 respektive 4,64). To ukazuje, že odpovědi respondentů ohledně druhých lidí jsou velmi stabilní. Rozdíl však vidíme u otázky 1(b) a 2(b). U otázky 1(b) je hodnota 2,21 zatímco u otázky 2(b) je hodnota 3,23. Můžeme tedy soudit, že respondenti vnímali parlamentní volby 2017 jako více ovlivňující jejich osobu než prezidentské volby v roce 2018.

Hypotéza 2: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „druhých lidí“ (1(a), 2(a)) bude vyšší u mužů spíše než u žen.

Hypotéza 3: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „vlastní osoby“ (1(b), 2(b)) bude nižší u mužů spíše než u žen.

Hypotézy tedy předpokládaly, že se *efekt třetí osoby* bude projevovat více u mužů než u žen. Ačkoliv jsou hypotézy rozděleny jsou spolu významně propojeny. Aby se potvrdilo, že se *efekt třetí osoby* projevuje více u mužů, než u žen bylo by zapotřebí, aby výsledky potvrdily hypotézu dva i hypotézu tři. Hypotéza dva se potvrdila. Avšak hodnoty týkající se hypotézy tři nenasvědčují tomu, že by se *efekt třetí osoby* projevoval více u mužů než u žen.

Hodnota u mužů pro otázku 1(a), tedy otázky na druhé lidi je 4,78 a u žen 4,59. Hodnota u otázky 2(a) je u mužů 5,06 a u žen 4,38. U otázky na druhé lidi vykazují muži větší hodnoty než ženy, a to jak u první části dotazníku týkající se prezidentských voleb, tak u části druhé týkající se parlamentních voleb. Hodnoty tedy hypotézu potvrzují.

Hodnota u otázky 1(b), tedy u otázky na vlastní osobu je pro muže 2,27 a pro ženy 1,9. U otázky 2(b) jsou hodnoty 3,11 pro muže a 3,31 pro ženy. Výsledky pro otázku 1(b) značí, že muži měli tendenci přisuzovat na svoji osobu větší vliv, než si přisuzovaly ženy. Hypotézu to vyvrací. Nicméně u otázky 2(b) vidíme, že naopak ženy měly tendenci přisuzovat větší vliv na svoji osobu, více než muži. I přesto musíme konstatovat, že hypotéza se nepotvrdila. Z výsledků můžeme říci, že ženy vykazují větší míru *efektu třetí osoby* avšak jen nepatrně.

Hypotéza 4: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „druhých lidí“ (1(a), 2(a)) bude vyšší u respondentů ve věku 18-30 let spíše než u respondentů ve věku 30-55 let.

Hypotéza 5: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „vlastní osoby“ (1(b), 2(b)) bude nižší u respondentů ve věku 18-30 let spíše než u respondentů ve věku 30-55 let.

Hypotézy předpokládaly, že se *efekt třetí osoby* bude projevovat ve větší míře u respondentů ve věku 18-30 let. Obě hypotézy jsou opět propojeny a k potvrzení výskytu *efektu třetí osoby* je za potřebí potvrdit obě hypotézy.

U otázky 1(a) byly hodnoty pro respondenty ve věku 18-30 let 4,54. Pro respondenty ve věku 30-55 let byly hodnoty 4,84. Hodnota u otázky 2(a) je pro respondenty ve věku 18-30 let 4,25 a pro respondenty ve věku 30-55 let 5,21. Můžeme tedy vidět, že hypotéza čtyři, tedy že hodnoty pro věk 18-30 let budou vyšší, se nepotvrdila, přičemž rozdíl mezi hodnotami ve druhé části týkající se parlamentních voleb je markantní. Znamená to tedy, že respondenti ve věku 30-55 let přisuzovali ostatním lidem větší míru ovlivnění, než respondenti ve věku 18-30 let.

U otázky týkající se vlastní osoby 1(b), jsou hodnoty pro respondenty ve věku 18-30 let 1,75. U otázky 2(b) jsou hodnoty pro respondenty ve věku 18-30 let 3,25. Pro respondenty ve věku 30-55 let jsou hodnoty pro otázku 1(b) 2,89 a pro otázku 2(b) 3,21. Můžeme tedy vidět, že u otázky 1(b) si respondenti ve věku 18-30 let si přisuzovali menší ovlivnění, než si přisuzovali respondenti ve věku 30-55 let. Na druhou stranu u otázky 2(b) si menší ovlivnění přisuzovali respondenti ve věku 30-55 let. Rozdíl v hodnotách je tak mizivý, že by se odpovědi dali označit za stejné. Hypotéza pět se tedy nepotvrdila.

Z výsledků u otázek na druhé lidi můžeme konstatovat, že respondenti ve věku třicet až padesát pět let přisuzují větší míru ovlivnění druhým lidem, než je tomu tak u respondentů ve věku osmnáct až třicet let. Výsledky u odpovědí na vlastní osobu už tak jednoznačné nejsou. Musíme tedy konstatovat, že se *efekt třetí osoby* neprojevuje ve větší míře u respondentů ve věku 18-30 let.

Hypotéza 6: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „druhých lidí“ (1(a), 2(a)) bude nižší u vysokoškolsky vzdělaných respondentů spíše než u respondentů s maturitou.

Hypotéza 7: průměr všech odpovědí u otázky týkající se „vlastní osoby“ (1(b), 2(b)) bude vyšší u respondentů s vysokoškolským vzděláním spíše než u respondentů s maturitou.

Hypotézy tedy předpokládají, že vysokoškolsky vzdělaní respondenti budou vykazovat menší míru *efektu třetí osoby* než respondenti s maturitou. Hypotéza šest ani hypotéza sedm se nepotvrdily. *Efekt třetí osoby* se tedy u respondentů s maturitou neprojevuje více než u respondentů s vysokoškolským vzděláním.

Pokud porovnáme kategorii vysokoškoláků a respondentů s maturitou, které jsou co do počtu respondentů téměř stejné, dojdeme k zajímavému výsledku. Hodnoty pro otázky 1(a) a 2(a) u vysokoškolsky vzdělaných respondentů jsou 4,77 a 5,23. Hodnoty pro ovlivnění druhých lidí, především u parlamentních voleb, jsou poměrně vysoké. Stejně hodnoty pro respondenty s maturitou jsou 4,53 a 4,47. Vidíme tedy, že vysokoškolsky vzdělaní respondenti přisuzovali větší míru ovlivnění druhým lidem.

Hodnoty pro otázky 1(b) a 2(b) jsou pro vysokoškolsky vzdělané respondenty 2,38 a 2,46. Pro respondenty s maturitou jsou tyto hodnoty 2,42 a 3,58. Opět vidíme, že vysokoškolsky vzdělaní respondenti si přisuzovali v obou případech menší míru ovlivnění. U parlamentních voleb 2017 je rozdíl dokonce markantní.

Vysokoškolsky vzdělaní respondenti vykazovali větší míru *efektu třetí osoby* než respondenti s maturitou. Šetření bylo úspěšné v prokázání výskytu *efektu třetí osoby* u vzorku čtyřiceti sedmi respondentů. Hypotézy 2 až 7 však prokázány nebyly, což znamená,

že se *efekt* choval jinak, než bylo předpokládáno. Vzhledem k malému počtu respondentů však není možné vztahovat výsledky na celou českou populaci.

6. Závěr

V této bakalářské práci jsem se zabýval teorií, která nese název *efekt třetí osoby*. Mým prvotním cílem bylo zmapovat dosavadní zpracování tohoto jevu za pomoci především zahraniční literatury. Jednotlivé kapitoly teoretické části nejprve vymezují *efekt třetí osoby* jako takový. Následně jsou představeny faktory, které se podílí na výskytu tohoto jevu. V další části jsou popsány experimenty, díky kterým se tento jev podařilo prokázat. Na závěr předkládám příklady projevů z historie i ze současnosti a je poukázáno na možnosti budoucích výzkumů tohoto jevu.

V praktické části jsem využil dotazníkového šetření, abych se pokusil prokázat, zda se bude *efekt třetí osoby* vyskytovat i v české populaci. V první kapitole praktické části představuji svůj cíl a hypotézy. Hypotézy byly vybrány z důvodu lepšího prozkoumání, jak se tento jev v české populaci projevuje a chová. V následující kapitole jsou představeni respondenti. V dalších dvou kapitolách představuji metodu šetření a metodu zpracování dat. V posledních dvou kapitolách představuji výsledky šetření a provádím zhodnocení výsledků v kapitole závěr šetření.

Vzhledem k malému počtu respondentů nelze tvrdit, že se tento jev s naprostou jistotou v české populaci projevuje. Šetření však poskytuje náhled do této problematiky. Při hledání zdrojů se mi nepodařilo narazit na práci, knihu či jiné dílo v českém jazyce, které by o tomto tématu pojednávalo, nebo by se jím výhradně zabývalo. Práci a šetření jsem tedy provedl i ze zajímavosti, zda se jev prokázaný ve Spojených státech amerických může ukázat i v České republice.

7. Diskuse

Šetření v mé práci je velmi ovlivněno počtem respondentů. K tomu aby bylo možné prokázat výskyt *efektu třetí osoby* by bylo zapotřebí mnohem více respondentů, a to především z různých částí republiky, zejména z Moravy a Slezska. Vzhledem k tomu, že šetření se zúčastnilo málo respondentů, nemůžeme z něj vyvozovat žádné definitivní závěry. Je důležité poukázat na to, že výsledky nereflektují, zda se *efekt třetí osoby* v České republice opravdu vyskytuje. Výsledky pouze naznačují, že je zde potenciál pro další, mnohem komplexnější výzkumy, které by pomohly odhalit existenci tohoto jevu v české společnosti.

Problematické jsou také otázky, na které jsou respondenti v šetření dotázáni. Sám Davison ve své původní práci přiznává, že jeho experimenty nebyly dokonalé (W. Davison, 1983, s. 4). Davison sám musel použít svůj vlastní dotazník z důvodu neexistující metody, jak nově vytvořený koncept zkoumat. Pro vytvoření dotazníku jsem se inspiroval jeho původním dotazníkem, kterým se pokusil *efekt třetí osoby* odhalit. Davison jako referenční událost, tedy situaci, na kterou se v dotazníku ptá, použil guvernérské volby ve státě New York (W. Davison, 1983).

Na podzim 2017 se v České republice konaly parlamentní volby a v lednu 2018 volby prezidentské. Z toho důvodu jsem se rozhodl využít tyto volby jako referenční událost pro vlastní dotazník. Ačkoliv Davison pro svůj dotazník použil pouze jednu událost, v dotazníku vytvořeném pro tuto práci odpovídá respondent na dvě rozdílné události. Důvodem byl pokus o určitý způsob kontroly. Pakliže by se hodnoty v otázce číslo jedna diametrálně lišily od hodnot v otázce číslo dva, znamenalo by to, že respondenti pravděpodobně nepochopili zadání.

Davison i všichni ostatní výzkumníci, kteří se tímto jevem zabývali, si museli své dotazníky vytvářet. Důvod je ten, že každý používal jinou referenční událost. Z toho důvodu neexistuje žádná oficiální verze, jak by měl dotazník vypadat nebo alespoň jak by měly otázky být koncipovány. To vnímám jako velký nedostatek této teorie. Z toho důvodu bylo velmi těžké formulovat otázku pro šetření v této práci. Vzhledem k tomu, že prezidentské volby se konaly až v lednu roku 2018, byl ovlivněn i čas, po který jsem mohl dotazníky administrovat. Na druhou stranu, politické události jsou asi nejvhodnější pro administrování

takového šetření. Je to konkrétní událost, do které se může občan, který se zúčastnil voleb, dobře vcítit.

Dalším úskalím je metoda zpracování dat. Davison neposkytl ve své práci detailní popis postupu, jak došel ke svým výsledkům. Jiní autoři poskytují pouze výsledky svých šetření. Bylo tedy velmi obtížné zjistit, jakou metodou se výsledky zpracovávají.

Za další nedostatek teorie *efektu třetí osoby* považuji její nejasnou manifestaci. Pakliže rozebereme jednotlivé prvky teorie a budeme se o ni dopodrobna zajímat, projevy tohoto efektu určitě kolem sebe nalezneme. Nicméně až po objevení této teorie a jejím prozkoumání jsem si na sobě začal uvědomovat behaviorální projevy *efektu třetí osoby*. V praxi však o něčem takovém nepřemýšlíme. Souhlasím s Perloffem, který se ptá „*Zda se lidé vůbec porovnávají s druhými lidmi při přemýšlení o efektu médií?*“ (R. Perloff, 1999, s. 371). Je možné, že lidé začnou o něčem takovém jako je srovnání se s druhými lidmi přemýšlet až v momentě, kdy se jich na to zeptáme pomocí dotazníku, nebo i jen mluveným slovem (J. Connors, 2006, s. 14). Výzkumy se většinou zabývají prokázáním daného jevu v určité oblasti, ať už v novinách, v televizi, rádiu nebo v reklamních či politických kampaních. Chybí důkladné výzkumy toho, jak *efekt třetí osoby* konkrétně ovlivňuje naše chování a prožívání. Obávám se však, že k tomu by bylo zapotřebí jiných metod výzkumů ba dokonce, že k takovým výzkumům ani nelze dojít.

Bez povšimnutí nemohu nechat ani podobnost s atribuční teorií, konkrétně se základní atribuční chybou. Při rozboru můžeme dojít k závěru, že atribuční chyba silně ovlivňuje *efekt třetí osoby*. Pozorující jedinec může připsat ovlivnění druhých lidí jejich osobnostní charakteristice. Například, že publikum se skládá z lidí, kteří nejsou dostatečně inteligentní, nebo alespoň tak inteligentní, jako je sám pozorující jedinec. Při hodnocení ovlivnění vlastní osoby bude poukazovat na situaci, ve které se v době ovlivnění nacházel, spíše než na svou neschopnost tomuto ovlivnění odolat. Objeví se tedy určitý druh nadhodnocení situačních „vnějších“ faktorů u vlastní osoby a osobnostních „vnitřních“ faktorů u druhých lidí. Davison se k atribuční chybě nevyjadřuje. Z mého pohledu se tedy naskytuje otázka, do jaké míry se dá Davisonův objev *efektu třetí osoby* považovat za samostatný jev.

Jsem si vědom, že předložená bakalářská práce je předběžným náhledem do fenoménu *efekt třetí osoby*. Téma jsem si vybral především kvůli zájmu o sociální psychologii a interakci se sociálním prostředím. Dalším faktorem pro mě byla určitá osobní zkušenost. Mnohokrát jsem se přistihl, že přemýšlím podobným stylem, jak jej nastiňuje teorie. K určitým lidem jsem zaujímal postoj na základě soudu, že nejsou dostatečně inteligentní na to, aby prohlédli snahu o jejich ovlivnění. Považoval jsem se za schopného sám se ovlivnění ubránit. Zvláště u prezidentských voleb v roce 2018 jsem toto chování u sebe zaznamenal.

To, co vidím jako přínosné je poukázání této teorie na problematiku cenzury, potažmo na hodnocení a odsuzování druhých lidí na základě tendence vylepšovat svou osobu. Cenzura je dle mého názoru nebezpečný nástroj, který může být velmi lehce zneužit například v televizním zpravodajství. Vnímám za důležité, aby různé studie či práce držely nad cenzory a jejich nástroji dohled. Především faktor zdánlivých znalostí (viz. kapitola 1.6.2) je dle mého názoru prvek, který může ovlivňovat každého jedince, aniž by si to uvědomoval. Tyto zdánlivé znalosti mohou vést k tomu, že člověk na svět nahlíží předem stanoveným pohledem a může být rigidní vůči změnám v myšlení.

Použitá Literatura

Hartl, Pavel. Hartlová, Helena. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2004, 1. opravené vydání, s. 776. ISBN 978-80-7367-569-1.

Hewstone, Miles. *Sociální psychologie: moderní učebnice sociální psychologie*. Praha: Portál, 2006, s. 769. ISBN 8073670925

Magoon, Kekla. *Media Censorship*. ABDO Publishing Company, 2010, s. 112. ISBN 1617852856.

Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick. *Mass Media Research*. Cengage Learning, 2013. s. 492. ISBN 1133-3073-37. Dostupné z: https://books.google.cz/books?id=FTukyzrOEDOC&dq=mass+media&lr=&hl=cs&source=gbs_navlinks_s

Jandourek, Jan. *Slovník sociologických pojmů*. Grada Publishing a.s., 2012. s. 258. ISBN 8024736799.

Použité Internetové zdroje:

Lev-On, Azi. *The Third-person effect on Facebook: The significance of Percieved proficiency*. Israel: Elsevier Ltd., 2016, Vol. 34 s. 252–260. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585316302477>

Bengt, Johansson. *Third-person effect, Only a Media Perception?* Department of Journalism and Mass Communication, Göteborg university, 2002, s. 81-93. Dostupné z: http://humancond.org/media/papers/johansson05_third_person_effect.pdf

Brosius, H. D., Engel, D. *The causes of Third – person effects: Unrealistic optimism, Impersonal impact, or generalized negative attitudes towards media influence?* International Journal of Public Opinion Research, 1996, Vol. 8, No. 2. Dostupné z: <https://academic.oup.com/ijpor/article-abstract/8/2/142/684629?redirectedFrom=PDF>

Cohen, Jeremy, Mutz, Diana, Price, Vincent, Gunther, Albert. *Percieved Impact of Defamation and Experiment on Third-Person Effects*. Chicago: Public Opinion Quarterly, 1988, Vol. 52, s. 161-173. Dostupné z: <http://psycnet.apa.org/record/1989-14961-001>

Conners, L. Joan. *Understanding the Third-Person Effect [online]*. Centre for Study of Communication and Culture, 2005, Vol. 24, No. 2. ISSN 0144-4646. Dostupné z: http://cscs.scu.edu/trends/v24/v24_2.pdf

Davison, W. P. *The Third Person Effect in Communication [online]*. Public Opinion Quarterly, 1983, Vol. 47, No. 1. s. 3-15. Dostupné z: <http://ltc-ead.nutes.ufrj.br/constructore/objetos/Davison%20Third-Person%20Effect-1.pdf>

Duck, Julie M., Mullin, Barbara-Ann. *The Percieved impact of the mass media: reconsidering the third person effect*. European Journal of Social Psychology, 1995, Vol. 25, s. 77-93. Dostupné z:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ejsp.2420250107/abstract>

Epley, Nicholas, Dunning, David. *Feeling „Holier than Thou“: Are Self-Serving assessments produced by errors in Self or Social prediction?* Journal of Personality and Social Psychology, 2000, vol. 79, No. 6. 861–875. Dostupné z:

<http://faculty.chicagobooth.edu/nicholas.epley/EpleyandDunning2001.pdf>

Gunther, A. C., Mundy, P. *Biased optimism and the third – person effect*. Journalism Querterly, 1993, Vol. 70. s. 58-67. Dostupné z:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769909307000107>

Gunther, A. C., Thorson, E. *Percieved persuasive effects of product commercials and public service announcements*. Communication Research, 1992, Vol. 19. s. 574-596. Dostupné z:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365092019005002>

Gunther, A. C. *Overrating the X-Rating: The Third-person Perception and support for Censorship in Pornography*. Journal of Communication, 1995, vol. 45. s. 27-38. Dostupné z:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1460-2466.1995.tb00712.x>

Gunther, A. *What We Think Others Think: Cause and Consequence in the Third-Person Effect*. Communication Research, 1991, Vol. 18. s. 355-372. Dostupné z:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365091018003004>

Hoorens, V., Ruiter, S. *The optimal impact phenomenon: beyond the Third – person effect*. European Journal of Social Psychology, 1996, Vol. 26, 599–610. Dostupné z:

[http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199607\)26:4%3C599::AID-EJSP773%3E3.0.CO;2-7/abstract](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/(SICI)1099-0992(199607)26:4%3C599::AID-EJSP773%3E3.0.CO;2-7/abstract)

Lasorsa, L. Dominic. *Real and Percieved Effects of „America“*. Journalism and Mass Communication Quarterly, 1989, Vol. 66, s. 373–529. Dostupné z:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769908906600215?journalCode=jmqb#articleCitationDownloadContainer>

Price, Vincent, Tewksbury, David. *Measuring the third-person effect of news: the impact of questions order, contrast and knowledge*. International Journal of Public Opinion Research, 1996, Vol. 8, s. 120–141. Dostupné z:

<https://academic.oup.com/ijpor/article-abstract/8/2/120/684626>

Perloff, R. *Ego involvement and the Third-Person effect of televised news coverage*. Communication Research, 1989, Vol. 16, s. 236-262. Dostupné z:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365089016002004>

Perloff, Richard, M. *The Third person effect: A critical review and synthesis*. Media Psychology, 1999, vol. 1, s. 353-378. Dostupné z:

https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s1532785xmep0104_4

Rucinski, Dianne, Salmon, T. Charles. *The „Other“ as the Vulnerable Voter: A Study of The Third-Person Effect in the 1988 U.S. Presidential Campaign*. International Journal of Public Opinion Research, 1990, Vol. 2, s. 345-368. Dostupné z: <https://academic.oup.com/ijpor/article-abstract/2/4/345/752249>

Salwen, B. Michael, Driscoll, D. Paul. *Consequences of Third Person Perception in support of Press Restrictions in the O. J. Simpson Trial*. Journal of Communication, 1997, Vol. 4 s. 60-78. Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1997.tb02706.x/abstract>

Zhong, Zhi-Jin. *Third Person perception and online games: A Comparison of Percieved Antisocial and Prosocial Game Effects*. Journal of Computer-Mediated Communication, Hong Kong, 2009, Vol. 14, s. 286-306. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2009.01441.x>

Příloha 1 – Dotazník



EFEKT TŘETÍ OSOBY A JEHO VLIV NA ČESKOU POPULACI

Vážené respondentky, Vážení respondenti,

obracím se na Vás s žádostí o vyplnění mého dotazníku, který použiji pro účely své bakalářské práce na téma „Efekt třetí osoby v české populaci“.

Účast na šetření je zcela anonymní a dobrovolná.

Předem děkuji za účast.

Pohlaví: žena muž

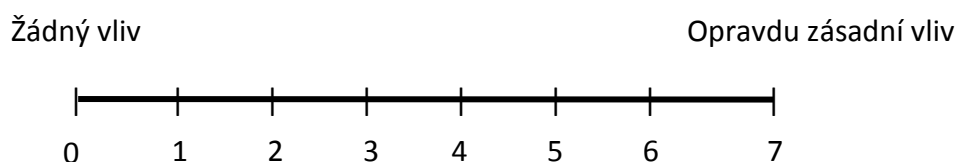
Věk:

Nejvyšší dosažené vzdělání

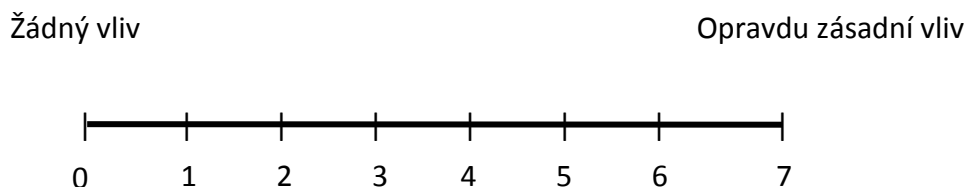
Základní Střední s výučním listem Střední s maturitou Vysokoškolské

1) Ve druhém kole prezidentských voleb v roce 2018 se spolu utkali kandidáti Miloš Zeman a Jiří Drahoš. Jiří Drahoš byl spolkem přátel Miloše Zemana, jeho podporovatelů, často spojován s podporou migrační krize. Tato zpráva kolovala internetem, a dokonce se objevila na reklamních billboardech s heslem „Stop imigrantům a Drahošovi. Tato země je naše!“ Jiří Drahoš byl také uváděn jako „Vítač“ migrantů.

Jak velký vliv měla tato kampaň na rozhodování českých voličů v prezidentských volbách 2018? Prosím, svou odpověď uveďte zaznamenáním hodnoty na měřítku uvedeném níže.



Jak velký vliv měla tato kauza na Vás, jako na českého voliče? Prosím, svou odpověď uveďte zaznamenáním hodnoty na měřítku uvedeném níže.

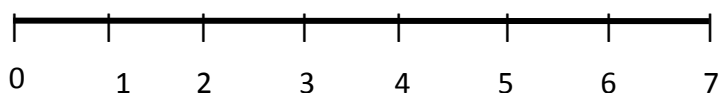


2) V průběhu parlamentních voleb v roce 2017 se v médiích často objevovala takzvaná kauza „Čapí hnízdo“. Několik politických stran podotýkalo, že hnutí ANO, konkrétně její předseda Andrej Babiš, je zapleten do podvodů s dotacemi od Evropské unie na výstavbu resortu Čapí hnízdo. Andrej Babiš se však hájil, že celá kauza je pouze politického ražení a že byla utvořena pouze za účelem zdiskreditovat ho.

Jak velký vliv měl, podle Vás, průběh této kauzy na české voliče? Prosím, svou odpověď uveďte zaznamenáním hodnoty na měřítku uvedeném níže.

Žádný vliv

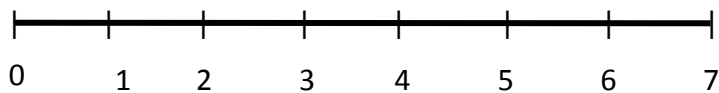
Opravdu zásadní vliv



Jak velký vliv to mělo na Vás, jako na českého voliče? Prosím, svou odpověď uveďte zaznamenáním hodnoty na měřítku uvedeném níže.

Žádný vliv

Opravdu zásadní vliv



Bibliografické údaje:

Jméno a příjmení autora: Tomáš Novotný

Studijní program: Psychologie

Název práce: Efekt třetí osoby v české populaci

Vedoucí práce: Doc. PhDr. Jaroslav Kořa

Rok dokončení práce: 2018

Přímé citace: 1765 znaků

Ostatní text: 73 861 znaků

Celkový počet znaků: 87 507 znaků

Text práce ve formátu PDF: Efekt_treti_osoby_v_ceske_populaci – Tomas Novotny

Text práce ve formátu DOC: Efekt_treti_osoby_v_ceske_populaci – Tomas Novotny

**Posudek vedoucího/oponenta bakalářské/diplomové práce
na Pražské vysoké škole psychosociálních studií**

Jméno a příjmení studenta/-tky: Tomáš Novotný

Obor studia: Psychologie

Název práce: Efekt třetí osoby v české populaci

Vedoucí práce: doc. PhDr. Jaroslav Kořa

Technické parametry práce:

Počet stránek textu (bez příloh): 40

Počet stránek příloh: 3

Počet titulů v seznamu literatury: dostatečný

0**	1	2	3	4
-----	---	---	---	---

Výběr tématu

Závažnost tématu

		2		
--	--	---	--	--

Oborová přílehlavost tématu

	1			
--	---	--	--	--

Originalita tématu a jeho zpracování

	1			
--	---	--	--	--

Formální zpracování

Jazykové vyjádření (respektování pravopisné normy, stylistické vyjadřování, zvládnutí odborné terminologie)

	1			
--	---	--	--	--

Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, odkazy, dodržení norem pro citace, cizojazyčná literatura)

	1			
--	---	--	--	--

Formální zpracování (jasnost tématu, rozčlenění textu, průvodní aparát, poznámky, přílohy, grafická úprava)

	1			
--	---	--	--	--

Metody práce

Vhodnost a úroveň použitých metod

	1			
--	---	--	--	--

Využití výzkumných empirických metod

	1			
--	---	--	--	--

Využití praktických zkušeností

	1			
--	---	--	--	--

Obsahová kritéria a přínos práce

Přístup autora k řešené problematice (samostatnost, iniciativa, spolupráce s vedoucím práce)

	1			
--	---	--	--	--

Naplnění cílů práce

	1			
--	---	--	--	--

Vyváženost teoretické a praktické části v daném tématu

	1			
--	---	--	--	--

Návaznost kapitol a subkapitol

	1			
--	---	--	--	--

** 0 – nehodnoceno; 1 – výborně; 2 – velmi dobře; 3 – dobře; 4 – neprospěl/a

Dosažené výsledky, odborný vklad, použitelnost výsledků v praxi

		2		
--	--	---	--	--

Vhodnost prezentace závěrů práce (publikace, referáty, apod.)

	1			
--	---	--	--	--

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

Jaký největší vliv má efekt třetí osoby v české republice?
Podílejí se na vytváření efektu třetí osoby internetové sítě? A jakým způsobem?

Celkové hodnocení práce (klady, nedostatky):

Předložený text lze považovat za **nový příspěvek k sociální psychologii**, protože jde o téma, které u nás nebylo zpracováno, přestože jde o velice zajímavý jev.

Autor v teoretické části probral vývoj poznání efektu třetí osoby od prvních nástřelů teorie až po rozsáhlé diskuse a pokusy ověřit nebo vyvrátit tuto teorii u řady autorů.

Výklad je psán neobyčejně čtivě, formulace přitom svědčí o dobrém vhledu a ujasněném pojetí celé zkoumaní problematiky u autora práce.

Empirická část popisuje výzkumnou sondu realizovanou v českém prostředí, kdy autor velice vhodně zvolil politické události (volby) a poté sestrojil dotazník, který měl efekt třetí osoby prokázat, což sonda do jisté míry potvrdila. Velice ocenit lze i část nazvanou diskuse, v níž autor ukázal nejen velký nadhled a kritičnost k vlastnímu výzkumu, ale nastínil i některé praktické dopady efektu třetí osoby na společnost (otázka cenzury apod.)

K textu nemám žádné závažnější připomínky, spíše podtrhuji samostatnost a dobrou orientaci autora v metodologii, která mu umožnila dobře koncipovat vlastní dotazníkové šetření.

Celkové hodnocení: Tomáš Novotný předložil text, který splňuje požadavky kladené na bakalářské práce a lze jej doporučit k obhajobě; osobně bych se přimlouval i za to, aby z něj vytvořil časopisecké sdělení v odborném tisku, protože jde, jak již bylo řečeno, o novou a zajímavou sociálně psychologickou problematiku.

Doporučení k obhajobě: doporučuji

Navrhovaná klasifikace: výborně

Datum, podpis: 3.9.2018

**Posudek oponenta bakalářské práce
na Pražské vysoké škole psychosociálních studií**

Jméno a příjmení studenta: Tomáš Novotný
Obor studia: Psychologie
Název práce: Efekt třetí osoby v české populaci
Oponent práce: Mgr. Lucie Vacková Ph.D.

Technické parametry práce:

Počet stránek textu (bez příloh): 41
Počet stránek příloh: 4
Počet titulů v seznamu literatury: 5 + 25

0**	1	2	3	4
-----	---	---	---	---

Výběr tématu

Závažnost tématu

	x			
--	---	--	--	--

Oborová přílehlavost tématu

	x			
--	---	--	--	--

Originalita tématu a jeho zpracování

	x			
--	---	--	--	--

Formální zpracování

Jazykové vyjádření (respektování pravopisné normy, stylistické vyjadřování, zvládnutí odborné terminologie)

	x			
--	---	--	--	--

Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, odkazy, dodržení norem pro citace, cizojazyčná literatura)

	x			
--	---	--	--	--

Formální zpracování (jasnost tématu, rozčlenění textu, průvodní aparát, poznámky, přílohy, grafická úprava)

		x		
--	--	---	--	--

Metody práce

Vhodnost a úroveň použitých metod

	x			
--	---	--	--	--

Využití výzkumných empirických metod

	x			
--	---	--	--	--

Využití praktických zkušeností

	x			
--	---	--	--	--

Obsahová kritéria a přínos práce

Přístup autora k řešené problematice (samostatnost, iniciativa, spolupráce s vedoucím práce)

x				
---	--	--	--	--

Naplnění cílů práce

	x			
--	---	--	--	--

Vyváženost teoretické a praktické části v daném tématu

	x			
--	---	--	--	--

Návaznost kapitol a subkapitol

	x			
--	---	--	--	--

** 0 – nehodnoceno; 1 – výborně; 2 – velmi dobře; 3 – dobře; 4 – neprospěl/a

Dosažené výsledky, odborný vklad, použitelnost
výsledků v praxi

		x		
--	--	---	--	--

Vhodnost prezentace závěrů práce
(publikace, referáty, apod.)

		x		
--	--	---	--	--

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

- 1) Vysvětlete pojem - efekt třetí osoby.
- 2) Jakým způsobem souvisí efekt třetí osoby s atribuční teorií?
- 3) Zamyslete se nad problematickými momenty výzkumu.

Celkové zhodnocení (klady a nedostatky):

V bakalářské práci se autor zaměřil na teorii, která vznikla v USA a pojednává o efektu třetí osoby. Autor nejprve uvádí klíčové pojmy spojené s tímto teoretickým konceptem, dále pak představuje jeho východiska, následně seznamuje čtenáře s autorem i se zahraničními výzkumy, které na „efekt třetí osoby“ navazují. Podrobněji se pak věnuje empirickým příkladům, které tento fenomén potvrzují. V praktické části BP předkládá autor kvantitativní výzkumnou sondu, jejímž cílem bylo zjistit, zda se efekt třetí osoby vyskytuje i v české populaci.

Klady a zápory BP:

Téma odpovídá studovanému oboru. Text je psán kultivovanou a čtivou formou. K obsahové stránce ani ke gramatické stránce bakalářské práce nemám připomínky, naopak oceňuji autorovu snahu téma důkladně zpracovat a doložit zahraničními výzkumy.

K formální stránce mám dvě připomínky: Poněkud zmateně působí kombinace římských a arabských číslic v obsahu i celé BP. Obdobně je tomu u diskuse, kterou autor netradičně zařadil až za závěr BP.

Doporučení k obhajobě: doporučuji

Navrhovaná klasifikace: výborně

Datum, podpis: 31/8 2018

Mgr. Lucie Vacková Ph.D.