

STEREOTYPY V KONTEXTU

Karel Hnilica & Zdeněk Bartoš

Abstrakt

Ve studii jsme testovali několik hypotéz týkajících se vlivu kontextu na stereotypy. První z nich se týká explicitních stereotypů. Podle ní budou respondenti uvádět u Čechů příznivější atributy, bude-li seznam obsahovat pouze kategorie Čechů a Romů, než bude-li v něm rovněž některé kategorie, které jsou hodnoceny příznivěji než Češi. Další hypotéza se týkala vlivu kontextu na implicitní stereotypy. Podle ní bude při použití Testu implicitních asociací (IAT; Greenwald et al., 1998), kdy dochází ke srovnávání dvou kategorií, zjištěn větší rozdíl mezi postoji k Čechům a k Romům než při použití techniky afektivního primingu BFP (Fazio et al., 1995), kdy ke srovnávání nedochází. Poslední dvě hypotézy se týkají konsenzuálních stereotypů. Podle první z nich se obsahy konsenzuálních stereotypů nebudou krýt s obsahem osobního stereotypu žádného respondenta, podle druhé budou valence konsenzuálních stereotypů více polarizované než průměrné valence osobních stereotypů. Kontext bude mít na konsenzuální stereotypy obdobné účinky jako na stereotypy osobní.

Výzkumu se zúčastnily dva soubory (N1 = 86, N2 = 201) dospělých jedinců. K měření explicitních stereotypů jsme použili techniku otevřeného formátu. Jedna skupina uváděla atributy příslušníků dvou kategorií, druhá atributy příslušníků dvanácti kategorií. Konsenzuální stereotyp definujeme jako množinu deseti nejčastěji uvedených atributů. K měření implicitních postojů jsme použili Test implicitních asociací a techniku afektivního primingu BFP.

Výsledky obou šetření v souladu s hypotézami ukazují, že odpovědi respondentů jsou ovlivněny v očekávaném směru kontextem a že obsahu konsenzuálního stereotypu neodpovídá obsah osobního stereotypu žádného respondenta. Kontext se prosadil při použití explicitních i implicitních technik. Současně se ukázalo, že kontext má obdobné, ale ne identické účinky na osobní i na konsenzuální stereotypy.

Klíčová slova: kontext; stereotyp; valence atributů; implicitní postoje; etnické kategorie

STEREOTYPES IN A CONTEXT

Abstract

In the study we tested some hypotheses concerning the influence of a context on stereotypes. Our first hypothesis concerns explicit stereotypes. According to it Czech respondents will ascribe to their own category more positive attributes if a list of categories will include only Czech and Roma people than when it will include also some categories which are more positively evaluated than Czechs. The next hypothesis concerns implicit stereotypes. According to it when using IAT (Implicit Association Test; Greenwald et al., 1998), where there are compared two categories, we will ascertain a more profound difference between

attitudes to Czech and Roma people than when we use BFP (Bona Fide Pipeline; Fazio et al., 1995), in which there is no such a comparison. Our next two hypotheses concern consensual stereotypes. According to one of them the content of a consensual stereotype will overlap with content of a no personal stereotype. According to the other, the valences of consensual stereotypes will be more polarized than the mean valences of personal stereotypes. The context will have similar influences on consensual and personal stereotypes.

In our two researches there took part two samples ($N_1 = 86$, $N_2 = 201$) of adult members. To ascertain the content of explicit stereotypes we used an open-form technique. The first sample adduced attributes of members of two categories, the second sample adduced attributes of members of twelve categories. We define the consensual stereotype as a set of ten most often cited attributes. To measure implicit stereotypes, we used IAT and BFP.

Results show that responses of the respondents were influenced by context in the directions expected. The content of no personal stereotype overlapped with the content of any consensual stereotype. The context had influence on both explicit and implicit measures. At the same time it was found that context had on personal and consensual stereotypes similar, but not identical influences.

Keywords: *context; stereotype; valence of attributes; implicit attitudes; ethnic categories*

*Došlo do redakce: 20. 10. 2016
Schváleno k publikaci: 3. 6. 2017*

Úvod

Zeptáme-li se většího souboru respondentů na to, jaké jsou typické atributy příslušníků různých sociálních kategorií, uvedou jich u každé z nich několik set, u některé i přes tisíc. Například v našich výzkumech mělo celkem cca 750 respondentů uvést libovolný počet atributů, které pokládají za typické pro různé sociální kategorie (Francová, 2015; Hnilica & Radová, 2013; Hnilica, 2016). Dohromady posuzovali respondenti příslušníky 43 etnických, profesních a některých dalších kategorií. Jednotliví respondenti přitom uváděli atributy příslušníků cca 10 různých kategorií. Ačkoli každý z nich uvedl u každé kategorie pouze několik atributů, celkem uvedli respondenti v těchto výzkumech 5 865 různých atributů.

Nabízí se proto otázka, zda nelze tyto tisíce atributů uspořádat na základě několika málo principů, které by umožnily jejich vysvětlení a predikci. To je jedním z cílů teorie, již rozpracováváme i v této studii (viz Hnilica, Francová, Komárková, Smetáčková, 2017). V tomto úsilí samozřejmě nejsme první, ani jediní (viz například Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002; Cuddy, Fiske, & Glick, 2008; Cuddy et al., 2009). Naše teorie se od ostatních liší především v tom, že v ní klademe důraz na pozitivní funkci stereotypů, již spatřujeme v *udržování morálního řádu ve společnosti*. Obsah stereotypů je proto do značné míry předem určen obsahem morálních norem. Značná část variability odpovědí by proto měla být vysvětlitelná morálními normami, jichž je výrazně méně než potenciálních atributů stereotypů (viz například Greene, 2013; Haidt, 2012/2013).

Hlavní hypotézou tohoto šetření je, že je obsah v myslích respondentů aktivovaných a jimi sdělovaných stereotypů závislý na tom, které morální normy jsou aktivovány. K této hypotéze nás vede například zjištění, že součástí stereotypu snad *každé* sociální kategorie je, jak jsou její typičtí příslušníci inteligentní a pracovití (Hnilica et al., 2017). *Spontánně* však respondenti uvádějí tyto atributy pouze u kategorií, které mají buď vysoký, nebo naopak nízký sociální status. Čili status, který tyto atributy legitimizují a vysvětlují. U ostatních kategorií se s těmito atributy nesetkáme, pokud se na ně přímo nezeptáme. Pak ale přiřazené atributy poměrně věrně reflektují místo kategorie v sociální struktuře. Podle našeho soudu tedy prezentace kategorie, která má velmi vysoký nebo naopak velmi nízký status, povede spontánně k aktivaci dané morální normy, jíž je v tomto případě norma meritokratická. Aktivace této normy zvýší pravděpodobnost její aplikace i na kategorie, které ji samy spontánně neaktivují.

Stereotypy: populační, konsenzuální a osobní

Zmíněné stovky až tisíce atributů, které respondenti u jednotlivých kategorií uvádějí, lze analyzovat na třech úrovních. Jednak můžeme uvést jejich celý nezkrácený seznam. Necháme-li pak respondenty u každého atributu navíc určit, jak je kladný nebo záporný, můžeme spočítat i celkovou valenci tohoto odhadu „populačního stereotypu“. Jiný způsob spočívá v tom, že se z těchto stovek až tisíců atributů vybere určitá úzká podmnožina, například deset nejčastěji uváděných, a označí se jako *konsenzuální stereotyp* (Katz & Braly, 1933; Karlins, Coffman, & Walters, 1967). I jeho valenci můžeme snadno spočítat. Třetí přístup spočívá v analýze *osobních stereotypů*, tedy obsahů stereotypů jednotlivých respondentů. Pracujeme-li s reprezentativními soubory, lze z valencí osobních stereotypů vypočítat odhad valence populačního stereotypu dané kategorie. A v míře, v níž tato valence reflektuje morální hodnocení dané kategorie, i jejího morálního statusu.

Morální normy a osobní stereotypy

Naši snahu o vysvětlení funkce stereotypů ve společnosti proto provází i snaha o objasnění interakce *osobních stereotypů* a *morálních norem* v situaci, kdy má respondent uvést atributy typických příslušníků určité kategorie. Proč by měl jedinec, má-li se zamyslet například nad typickými vlastnostmi Čechů, uvádět atributy, které reflektují obsah morálních norem? Při formulaci hypotéz pro náš výzkum vycházíme z koncepce paměťových schémat (Anderson, 1983; Bartlett, 1932; Devine, 1989; Fiske & Taylor, 2013; Piaget, 1923). Schématem se v souvislosti se *stereotypy* rozumí paměťová struktura, v níž jsou s určitou sociální kategorií asociovány určité atributy. Aby mohl jedinec informace asociované s určitou kategorií použít, musí být v jeho dlouhodobé paměti příslušné schéma aktivováno. Přitom však nedochází k aktivaci všech atributů najednou, ale pouze jejich určité podmnožiny (Lepore & Brown, 1997; Richeson & Ambady, 2003; Yzerbyt, Schadron, Leyens, & Rocher, 1994). Výzkumy ukazují, že to, které atributy stereotypu budou v dlouhodobé paměti aktivovány, záleží na kontextu, v němž k aktivaci dochází (Nigbur & Cinnirella, 2007; Smith & Conrey, 2009; Wittenbrink, Judd, & Park, 2001). Kontextem se rozumí množina sociálních kategorií, které jedinec posuzuje současně s klíčovou kategorií.

Kromě stereotypů jsou podle těchto teorií v dlouhodobé paměti uloženy – v podobě procedurálních schémat – rovněž *sociální normy* (Anderson, 1983; Park & Smith, 2007). Jejich aktivace má rovněž vliv na to, jaká část schématu stereotypu bude aktivována (Cialdini & Trost, 1998; Gabriel, Banse & Hug, 2007; Glaser & Knowles, 2008).

Proč by tedy měl respondent, má-li se zamyslet nad typickými vlastnostmi Čechů, uvádět atributy, které reflektují obsah morálních norem? Očekáváme, že jeho odpověď bude do určité míry záviset na kontextu. Kontext ovlivní prostřednictvím aktivace morálních norem to, jaké části stereotypu a jaké valence atributů budou aktivovány. Bude-li například respondent posuzovat současně Čecha a Japonce, obdržíme pravděpodobně odlišné odpovědi, než bude-li posuzovat Čecha současně například s Romem. Rozdíly se přitom budou týkat především atributů, které reflektují obsah těmito kategoriemi aktivovaných morálních norem, tedy například pracovitosti. Pracovitost, coby klíčová morální norma, je relevantní pro všechny kategorie, avšak jaká konkrétní „hodnota“ bude kategorii připsána, a to, zda jí vůbec bude nějaká spontánně připsána, bude záviset na kontextu. Díky tomu bude pravděpodobně valence stereotypu Čecha při jeho srovnávání s Japoncem méně příznivá než při jeho srovnávání s Romem. Osobní stereotypy proto můžeme chápat do určité míry jako výpovědi o morálním hodnocení dané kategorie, včetně explikace norem, vzhledem k nimž k němu v různých kontextech dochází.

Osobní stereotypy: implicitní a explicitní

Protože nelze očekávat, že je každý čtenář s problematikou stereotypů seznámen, zmiňme několik definic, které se týkají strukturních prvků osobních stereotypů: (1) Jak jsme uvedli, *stereotypem* rozumíme paměťové schéma, ve kterém jsou s určitou sociální kategorií asociovány určité atributy. (2) *Sociální kategorií* rozumíme soubor lidí, kteří sdílejí určitý společný znak. V této studii jsme se zaměřili na *etnické* kategorie, čímž rozumíme například Čechy, Romy, Japonce a Vietnamce. (3) *Atributem* rozumíme vše, co lze příslušníkům kategorie připsat. Jde především o vlastnosti, jako jsou například chytrý, pracovitý, slušný, agresivní atp. (4) U každého atributu lze současně stanovit míru, v níž je pokládán za dobrý,

správný či žádoucí. Hovoříme o *valenci atributu*. Například pracovitost a inteligence jsou hodnoceny kladně. Týká-li se hodnocení celé kategorie, hovoříme o *valenci kategorie*. Tu v této studii operacionalizujeme jako průměrnou valenci všech jedincem udaných atributů.

Vyjdeme-li z teorie, podle níž je stereotyp paměťovým schématem, pak je jeho nositelem vždy určitý konkrétní jedinec; stereotyp tedy neexistuje jinak než jako *osobní stereotyp*. Osobní stereotypy můžeme dále rozlišit na *implicitní* a *explicitní*. Toto rozlišení se týká míry, v níž jsou reakce na podnětové kategorie vědomé, kontrolované a záměrné (Bargh, 1992; Logan, 1985). Zjednodušeně lze říct, že je za *implicitní stereotyp* pokládán stereotyp, k jehož zjištění jsou používány techniky, které se snaží obejít vědomou kontrolu sociálně nežádoucích reakcí a identifikovat atributy, které jsou obsahem schématu. Mezi tyto tzv. implicitní techniky patří například sémantický priming s lexikálním rozhodováním (Wittenbrink, Judd & Park, 1997), IAT (Test implicitních asociací; Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998) a BFP (Bona Fide Pipeline; Fazio, Jackson, Dunton, & Williams, 1995).

Aktivovaný implicitní stereotyp a s ním asociovaný postoj ke kategorii je v různé míře reflektován v *explicitním stereotypu*. Explicitně vyjadřuje stereotyp například výrok „Romové jsou pracovití“. Jde o vědomou, kontrolovanou odpověď, která může, ale nemusí být v souladu s implicitní reakcí. Ke zjišťování obsahu explicitních stereotypů se používá řada různých technik (jejich přehled uvádí například Hnilica, 2010). Patří mezi ně i technika otevřeného formátu (Esses & Zanna, 1995; Haddock & Zanna, 1998; Chang & Demyan, 2007), již jsme použili v této studii.

Efekt kontextu na obsah a valenci explicitních a implicitních stereotypů

V této studii jsme se zaměřili na efekt kontextu na stereotypy Čechů a Romů. Klademe si v ní tři otázky: Bude mít kontext vliv na obsah explicitních stereotypů těchto dvou kategorií? Bude mít kontext vliv na výsledky implicitního měření postojů k těmto dvěma kategoriím? Bude obsah konsenzuálních stereotypů těchto dvou kategorií ovlivněn kontextem? Kromě toho se věnujeme otázce reprezentativnosti atributů konsenzuálních stereotypů a toho, kdo je vlastně jejich nositelem.

Při formulaci hypotézy týkající se první otázky vycházíme z výsledků výzkumů, které ukazují, že mezi klíčové dimenze stereotypů patří zejména pracovitost, inteligence, slušnost a pořádkumilovnost (Francová, 2015; Hnilica & Radová, 2013; Chang & Demyan, 2007). Je zřejmé, že jde současně o klíčové morální normy. Ke spontánnímu uvádění těchto atributů dochází zejména u Romů (jsou asociovaní s jejich negativními póly) a například rovněž u Vietnamců, Japonců a Židů, kteří jsou asociovaní s kladnými póly některých z nich (ale ne všech). Ve všech těchto dimenzích připisují čeští respondenti Čechům příznivější hodnoty než Romům. Ve většině z nich však připisují například Japoncům a Vietnamcům ještě příznivější hodnoty než Čechům. Lze tedy očekávat, že pokud bude seznam kategorií obsahovat pouze Čechy a Romy, budou respondenti u Čechů uvádět častěji, že jsou pracovití, inteligentní atd. a posuzovat je celkově příznivěji, než bude-li seznam zahrnovat rovněž například Japonce a Vietnamce.

Obdobné úvahy se týkají i druhé otázky. Zde vycházíme z předpokladu, že jsou implicitní postoje založeny na zkušenosti s tím, jak daná kategorie dodržuje či porušuje morální normy. Patrně pouze za tohoto předpokladu lze z naší teorie vyvodit, že spolu budou implicitní a explicitní postoje v souladu. Z tohoto předpokladu pak lze – v kombinaci s výsledky měření explicitních postojů (viz například Hnilica et al., 2017) – dále vyvodit, že respondenti budou

mít k Čechům příznivější implicitní postoje než k Romům. Protože však na základě výzkumů explicitních stereotypů nelze jednoznačně určit, zda jsou postoje českých respondentů k Čechům kladné, neutrální, nebo záporné, nelze formulovat žádnou specifickou hypotézu. Vycházíme proto z výsledků jediné nám známé studie, v níž Radová (2009) zjistila, že skupina univerzitních studentů má k Čechům v průměru neutrální a k Romům negativní implicitní postoj. Hlavní otázkou, již si zde však klademe, je, zda jsou s kategoriemi Čechů a Romů asociovány neměnné implicitní postoje, nebo zda jejich valence závisí na tom, v jakém kontextu k jejich aktivaci dochází. Protože ale nevíme, zda lze předpokládat, že mají čeští respondenti zautomatizované postoje i k jiným kategoriím než k Čechům a k Romům, formulujeme naši hypotézu tak, že respondenti budou vykazovat relativně příznivější implicitní postoje k Čechům, budou-li aktivovány současně kategorie Čechů a Romů, než bude-li aktivována pouze kategorie Čechů.

Protože očekáváme, že budou implicitní i explicitní stereotypy Čechů v kontextu Romů příznivější než v ostatních kontextech, očekáváme, že i konsenzuální stereotypy, definované jako deset nejčastěji uváděných atributů, budou kontextem ovlivněny ve stejném směru.

V odpovědi na poslední otázku navazujeme na studii Hnilici a Radové (2013). Tito autoři ukazují, že rozdíl mezi konsenzuálními a osobními stereotypy spočívá jednak v míře jejich sdílení, jednak v odlišnosti jejich obsahů a valencí. Zatímco osobní stereotyp má definitoricky svého konkrétního nositele, není podle výsledků jejich šetření nositelem konsenzuálního stereotypu patrně vůbec nikdo. Pokud někdo takový existuje, pak jde o zcela ojedinělé případy, zcela jistě ne o většinu, jak se domnívají někteří autoři a jak často uvádějí média. Je to dáno tím, že konsenzuální stereotyp je *statistickým artefaktem*, agregátem atributů, z nichž každý připisuje dané kategorii *jiná* podmnožina respondentů. Kromě toho, že konsenzuální stereotypy sestávají z úplně jiných atributů než většina stereotypů osobních, jsou zpravidla rovněž *více polarizované*. Například konsenzuální stereotyp Romů obsahuje více negativních atributů než osobní stereotypy většiny respondentů. Nejen tedy, že patrně vůbec nikdo nepřipisuje Romům atributy, které jim podle některých autorů připisuje většina, ale většina respondentů ani nemá k Romům tak negativní postoj, jak by naznačoval konsenzuální stereotyp a na nějž je z jeho obsahu chybně usuzováno. Ve výzkumu těchto autorů se zároveň ukázalo, že pro kategorii Čechů platí pravý opak: osobní stereotypy zde nejsou v průměru tak příznivé jako je obsah stereotypu konsenzuálního. Očekáváme proto, že se i v tomto výzkumu ukáže, že nositelem konsenzuálního stereotypu není žádný konkrétní respondent a že valence atributů konsenzuálních stereotypů budou více polarizované než průměrné valence osobních stereotypů.

Výzkum

Hypotézy

V našem výzkumu jsme testovali celkem sedm hypotéz. Čtyři z nich jsme formulovali na základě výsledků výzkumu Hnilici a Radové (2013). Zajímalo nás, zda se je podaří replikovat s odstupem času u dvou jiných souborů.

H1: Obsahy konsenzuálních stereotypů Čechů ani Romů se nebudou krýt s obsahy osobních stereotypů žádného respondenta. (Záměrně tuto hypotézu formulujeme takto polemicky, v protikladu ke „všem“ nebo „většině“.)

H2: Valence konsenzuálních stereotypů bude více polarizovaná než valence stereotypů osobních. (a) V případě Čechů budou osobní stereotypy v průměru méně kladné než stereotyp

konsenzuální. (b) V případě Romů budou osobní stereotypy v průměru méně záporné než stereotyp konsenzuální.

H3: Budou-li v seznamu pouze kategorie Čechů a Romů, budou respondenti uvádět u Čechů příznivější atributy, než budou-li v seznamu rovněž například Japonci a Vietnamci.

H4: Kontext těchto kategorií bude mít obdobné účinky i na konsenzuální stereotypy.

H5: Respondenti budou mít k Čechům v průměru neutrální implicitní postoje.

H6: Respondenti budou mít k Romům v průměru negativní implicitní postoje.

H7: Při měření implicitních postojů budou výsledky závislé na použité technice. Při použití IAT, kdy dochází ke srovnávání Čechů a Romů, bude zjištěn větší rozdíl mezi postoji k Čechům a k Romům než při použití BFP, kdy k jejich srovnávání nedochází.

Metoda

Našeho šetření se zúčastnily dva soubory.

1. soubor

První soubor sestával z 86 respondentů (39 mužů a 47 žen) ve věkovém rozpětí od 18 do 65 let ($M = 27,5$; $SD = 10,3$). Všichni respondenti dosáhli minimálně středoškolského vzdělání, 55 % z nich dosáhlo vysokoškolského vzdělání. K výběru vzorku byla užitá metoda prostého záměrného výběru. Zvoleným kritériem bylo, aby byli respondenti členy majoritní společnosti a aby jim bylo nejméně 18 let. Respondenti vyplnili dotazník, ve kterém byly uvedeny pouze kategorie Čechů a Romů. Kromě toho byly měřeny jejich implicitní postoje k těmto dvěma kategoriím technikami IAT a BFP.

2. soubor

Druhý soubor čítal 201 odlišných respondentů (98 mužů a 103 žen) ve věkovém rozpětí od 18 do 76 let ($M = 41,6$; $SD = 15,7$). Šlo o vzorek heterogennější populace z 5 různých regionů a 97 různých obcí ČR, v němž bylo 15,9 % jedinců se základním vzděláním (i nedokončeným), 26,9 % vyučených, 32,8 % středoškolsky a 24,4 % vysokoškolsky vzdělaných. Všichni respondenti byli příslušníky majoritní společnosti. Respondenti vyplnili dotazník, ve kterém bylo uvedeno těchto dvanáct různých etnických kategorií: Američan, Arab, Čech, černoš, Japonec, Němec, Rom, Rus, Slovák, Ukrajinec, Vietnamec, Žid. Implicitní měření u nich realizováno nebylo.

Dotazník zjišťující obsah a valenci explicitních stereotypů

Dotazník byl uveden instrukcí: „Prosím, zamyslete se nad tím, jaké osobnostní charakteristiky jsou typické pro příslušníky níže uvedených skupin. Uveďte takový počet vlastností, který je postačující k rozpoznání dané skupiny. Můžete užít jednoslovné výrazy nebo kratší výrazy složené z několika slov.“

Následovaly tabulky, které měly v záhlaví název posuzované kategorie (například Arab). Pod názvem bylo osm volných políček pro zapsání odpovědí. Po vyplnění všech tabulek se měli respondenti vrátit na začátek a uvést u každé vlastnosti její valenci na škále od -3 (= velmi negativní) do +3 (= velmi pozitivní).

K měření **implicitních postojů** k Čechům i k Romům jsme použili *Test implicitních asociací* (IAT; Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998) a techniku afektivního primingu označenou jako *Bona Fide Pipeline* (BFP; Fazio et al., 1995). Základní rozdíl mezi nimi spočívá v tom, že při použití IAT jsou respondentovi prezentovány obě dvě kategorie současně, zatímco při

použití BFP je mu prezentována vždy pouze jedna. Na rozdíl od IAT jsou tedy reakce respondentů v BFP nezávislé na kontextu. Respondent zde reaguje bezprostředně po primu určité kategorie (například po obrázku Čecha) nezávisle na jakékoli jiné kategorii. Kromě toho je vliv ostatních kategorií kontrolován jejich náhodným rozložením v rámci bloků. Použijeme-li například v roli primů obrázky Čechů, Romů a Vietnamců, pak před obrázkem Čecha předchází někdy obrázek Roma, jindy Vietnamce, ještě jindy jiného Čecha.

Test implicitních asociací (Implicit Association Test, IAT). Pro bližší seznámení s tímto testem odkazujeme na práci Greenwalda a jeho spolupracovníků (Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998). V naší studii jsme použili program FreeIAT v. 1.3.3 (Meade, 2009). V roli primů bylo použito deset fotografií Romů a deset fotografií Čechů. V kategorii podnětových slov bylo použito deset slov s kladným významem (například láska, radost, skvělý, oblíbený) a deset slov s významem záporným (například selhání, zranění, bolest, strašný). V testové baterii byla použita zkrácená verze IAT sestávající z 5 fází, z nichž dvě byly experimentální (třetí a pátá) a tři zácvikové (první, druhá a čtvrtá).

Pro určení velikosti účinku primingu jsme použili index, který Greenwald, Nosek a Banaji (2003) označují jako *D*. Jeho výpočtu a interpretaci se podrobněji věnujeme při rozboru údajů uvedených ve třetí tabulce.

Bona Fide Pipeline (BFP). Pro seznámení s tímto testem odkazujeme na práce Fazia a jeho spolupracovníků (Fazio et al., 1995). V naší studii jsme použili modifikovanou verzi, jejíž autorkou je Lia Radová (2009; viz rovněž Hnilica & Radová, 2013). V roli primů jsme použili 24 fotografií Čechů, Romů a Vietnamců. Obrázky Čechů a Romů, které jsme zde použili, byly totožné s těmi, které jsme použili v IAT. V roli podnětových slov jsme použili komplementární kladná a záporná adjektiva (například hezký/ošklivý, atraktivní/neatraktivní, příjemný/nepříjemný, milý/protivný). Celkem jsme použili 24 podnětových slov, 12 s kladným a 12 se záporným významem. Modifikovaný test se skládá ze čtyř etap. V první etapě je respondentům prezentováno na monitoru počítače návěští (pět hvězdiček) a poté se objevují v náhodném pořadí adjektiva. Úkolem respondentů je stisknutím jedné ze dvou kláves určit, zda má slovo kladný, nebo záporný význam (baseline). Ve druhé etapě je v roli návěští použita některá z fotografií, která je prezentována po dobu 500 ms, poté následuje pauza (125 ms) a po ní se objeví adjektivum. Ve třetí etapě má respondent rozpoznat prezentované fotografie a ve čtvrté etapě tyto fotografie posuzuje pomocí škály sympatičnosti. Pro určení velikosti účinku primingu se používá index označovaný zkratkou *PE*. Jeho výpočtu a interpretaci se rovněž věnujeme podrobněji na příslušném místě v textu.

Výsledky

Konsenzuální a osobní stereotypy – obsah, sdílení, polarizace

Výsledky získané u prvního souboru uvádí tabulka 1. V její první části je uvedeno deset nejčastěji uvedených atributů. Čtyřicet pět respondentů uvedlo, že jsou Češi pracovití. To bylo maximum. Jinými slovy – neexistuje ani jeden atribut, na kterém by se shodlo všech 86 respondentů. Někteří respondenti naopak uvedli, že jsou Češi líní ($N = 6$). Dvacet dva respondenti uvedli, že jsou Češi závistiví. Avšak, jak ukazujeme ve sloupci označeném S (= sdílení), pouze 12 respondentů uvedlo současně, že jsou Češi pracovití a závistiví. Dalších 13 respondentů uvedlo, že jsou Češi vzdělaní. Pouze jeden z nich však uvedl současně, že jsou Češi pracovití, závistiví a vzdělaní. To znamená, že 85 z 86 respondentů toto jádro konsenzuálního stereotypu nesdílelo. Dalších 12 respondentů uvedlo, že jsou Češi přátelští.

Žádný z nich však neuvedl současně, že jsou Češi přátelští, pracovití, závistiví a vzdělaní. A jak je tomu se stereotypem Romů? Zde je shoda výrazně nižší již u prvního atributu. A jak je dále patrné, žádný respondent neuvedl ani první tři atributy zahrnuté do konsenzuálního stereotypu. Obsahy konsenzuálních stereotypů zde tedy nekorrespondují s obsahy osobních stereotypů *žádného respondenta*. V průměru obsahují osobní stereotypy méně než dva atributy konsenzuálního stereotypu (pro stereotyp Čechů $M = 1,70$, $SEM = 0,118$; pro stereotyp Romů $M = 1,52$, $SEM = 0,111$).

Tabulka 1 Konsenzuální a osobní stereotypy Čechů a Romů – 1. šetření

ATRIBUTY ČECHŮ	N	S	valence	ATRIBUTY ROMŮ	N	S	valence
pracovití	45	45	2,378	líní	28	28	-2,000
závistiví	22	12	-2,227	agresivní	21	8	-2,476
vzdělaní	13	1	2,692	hluční	20	0	-1,800
přátelští	12	0	2,083	vypočítaví	15	-	-2,000
cílevědomí	9	-	2,444	soudržní	14		2,357
vtipní	8		2,375	nepracovití	14		-2,714
rádi se baví	7		2,000	nepřízpůsobiví	13		-2,692
zodpovědní	7		2,571	rádi se baví	11		1,545
stěžují si	7		-2,143	nevzdělaní	9		-2,222
spravedliví	7		2,000	rodině založení	9		2,222
konsenzuální stereotyp	0		1,417	konsenzuální stereotyp	0		-0,978
osobní stereotypy				osobní stereotypy			
aritmetický průměr	86		0,751	aritmetický průměr	86		-0,912
standardní odchylka	86		1,278	standardní odchylka	86		1,156
stand. chyba průměru	86		0,138	stand. chyba průměru	86		0,125

Celkem uvedli respondenti u Čechů 179 a u Romů 175 odlišných atributů. Tyto atributy se do značné míry překrývaly (z cca 44 %). Celkový počet uvedených atributů činil 317.

Údaje o valenci atributů ukazují, že průměrné hodnocení *pracovitosti* je vysoce kladné (2,378). Naopak *závistivost* je pokládána za značně negativní vlastnost (-2,227). Průměrnou valenci deseti nejčastěji uvedených atributů můžeme označit jako **valenci konsenzuálního stereotypu**. Ta je u stereotypu Čechů obdrženého v tomto kontextu poměrně kladná (1,417).

Mají však jedinci v průměru takto pozitivní postoje k Čechům? Výsledky týkající se **valenci osobních stereotypů** přináší druhá část tabulky 1. V prvním řádku je průměrná valence osobních stereotypů vypočtená ode všech 86 respondentů. V posledním řádku je uvedena standardní chyba průměru (SEM), která umožňuje stanovení konfidenčního intervalu. Je patrné, že konsenzuální stereotyp Čechů ($M = 1,417$) v konfidenčním intervalu valence osobních stereotypů neleží (KI = 0,480 až 1,020). Osobní stereotypy většiny respondentů sestávají většinou z jiných atributů než konsenzuální stereotyp a jsou v průměru méně pozitivní než on. V případě stereotypu Romů je v datech patrný obdobný trend, tj. konsenzuální stereotyp je extrémnější (-0,978); nalézá se však v konfidenčním intervalu

valence osobních stereotypů (KI = -0,667 až -1,156). Atributy osobních stereotypů respondentů se zde tedy od atributů, z nichž sestává konsenzuální stereotyp, značně liší co do obsahu, ale ne co do valence.

V druhém šetření uváděli respondenti typické atributy nejen Čechů a Romů, ale rovněž příslušníků deseti dalších etnických kategorií. Základní informace z tohoto šetření přináší tabulka 2. Z prostorových důvodů jsme v ní upustili od uvádění obsahu konsenzuálních stereotypů. V tabulce 1 jsme atributy, které se vyskytují v obou stereotypích současně, vyznačili tučně. Ani v tomto šetření neodpovídal žádný z obou konsenzuálních stereotypů ani jednomu osobnímu stereotypu.

Tabulka 2 Valence konsenzuálních a osobních stereotypů Čechů a Romů – 2. šetření

STEREOTYPY ČECHŮ			STEREOTYPY ROMŮ		
	valence	N		valence	N
konsenzuální stereotyp	0,286	0	konsenzuální stereotyp	-1,671	0
osobní stereotypy			osobní stereotypy		
aritmetický průměr	-0,505	201	aritmetický průměr	-1,349	201
standardní odchylka	1,031	201	standardní odchylka	1,344	201
stand. chyba průměru	0,073	201	stand. chyba průměru	0,095	201

Z hlediska našich hypotéz je klíčové zjištění, že se v tomto kontextu obdržené stereotypy značně liší od stereotypů, které jsme získali v prvním šetření. Konsenzuální stereotyp Čechů je zde v souladu s naší hypotézou výrazně méně kladný a konsenzuální stereotyp Romů je zápornější, než tomu bylo v prvním šetření. Osobní stereotypy doznaly změnu ve stejném směru. Protože není známo výběrové rozložení konsenzuálních stereotypů, nelze rozdíly mezi nimi statisticky testovat. V případě osobních stereotypů jsou oba rozdíly statisticky vysoce signifikantní: pro osobní stereotypy Čechů $t(285) = -8,778$; $p < 0,0001$; $d = 1,131$; pro osobní stereotypy Romů $t(285) = -2,791$; $p < 0,006$; $d = 0,360$.

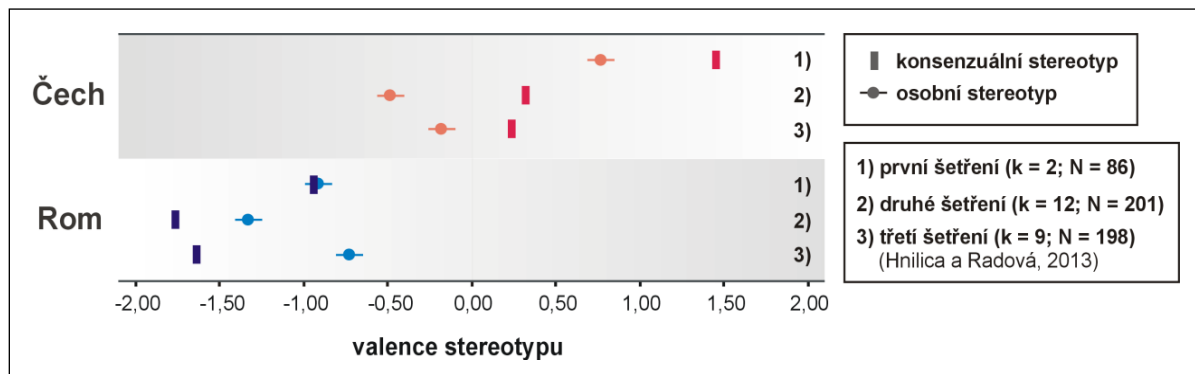
Dále je patrné, že se v tomto šetření valence konsenzuálních stereotypů Čechů ani Romů nenalézají v konfidenčních intervalech průměrné valence osobních stereotypů. Lze tedy dospět k závěru, že se v tomto šetření obsahy osobních a konsenzuálních stereotypů liší nejen co do obsahu, ale i co do valence. V případě Čechů jsou osobní stereotypy méně pozitivní než stereotyp konsenzuální, v případě Romů jsou osobní stereotypy naopak méně negativní než stereotyp konsenzuální.

Kontext a valence stereotypů

Graficky vyjadřujeme zjištění za obě šetření v obrázku 1. Výsledky prvního šetření jsou uvedeny v pomyslných rádcích označených jedničkou. Skutečnost, že v prvním šetření pracujeme pouze se dvěma kategoriemi (Čechů a Romů), vyjadřuje údaj v závorce ($k = 2$). V druhém řádku jsou zjištění z našeho druhého šetření ($k = 12$).

Pro srovnání jsme do obrázku zakreslili i výsledky již publikovaného šetření (Hnilica & Radová, 2013). V něm generovalo 198 studentů a studentek atributy typických příslušníků devíti etnických kategorií. Byli jimi Američan, Čech, černoch, Japonec, Němec, Rom, Ukrajinec, Vietnamec a Žid.

Obrázek 1 Konsenzuální a osobní stereotypy Čechů a Romů – výsledky tři šetření



V obrázku 1 jsou patrné souvislosti mezi kontextem a valencemi stereotypů. Naše vysvětlení odlišných vlivů kontextu spočívá na předpokladu, že příslušníkům některých kategorií budou připisovány výrazně lepší atributy než Čechům. Platí však tento předpoklad? Výsledky ukazují, že ano. Ve druhém šetření připisovali respondenti Japoncům, Vietnamcům a Židům významně kladnější atributy než Čechům. Nejpříznivější atributy byly připsány Japoncům. Jejich konsenzuální stereotyp má valenci 1,614. Následovaly stereotypy Vietnamců (1,251) a Židů (0,621). (Obdobné výsledky jsme obdrželi i ve třetím šetření.) Zahrnutí těchto kategorií tedy mělo za následek, že respondenti uváděli u Čechů celkově méně kladných atributů. To se projeвило v obsahu osobních stereotypů a následně i v obsahu stereotypu konsenzuálního.

Oproti tomu byly Rusům (-0,531) a zejména Arabům (-1,335), kteří byli zahrnuti pouze do druhého šetření, připisovány významně horší atributy než Čechům. Není ale jasné, zda a jak zahrnutí těchto dvou kategorií ovlivnilo stereotypy Čechů. Spíše se domníváme, že poskytly kontext pro uvažování o attributech Romů. V kontextu těchto dvou kategorií je konsenzuální stereotyp Romů nejvíce negativní. Obrázek současně ukazuje, že účinek kontextu na valence osobních stereotypů Romů nelze jednoduše postihnout. Dále je z něj patrné, že zahrnutí více kategorií má za následek snížení vzdálenosti osobních stereotypů Čechů a Romů. Jinými slovy: v kontextu některých dalších etnických kategorií pokládají respondenti Čechy a Romy za sobě podobnější než bez něj.

Test implicitních asociací (IAT)

Při rozboru vlivu kontextu na implicitní postoje nejprve uvedeme situaci, v níž dochází ke srovnávání Čechů a Romů (IAT), poté situaci, v níž k tomuto srovnávání nedochází (BFP), a nakonec porovnáme výsledky obdržené v těchto dvou částech.

Výsledkem Testu implicitních asociací je číslo označené jako *efekt IAT*. Jeho základ spočívá v tom, že u každého jedince odečteme reakční časy získané v inkongruentních kombinacích od časů obdržných v kongruentních kombinacích. Podělíme-li tento rozdíl sruženou standardní odchylkou, obdržíme index, který Greenwald, Nosek a Banaji (2003) označují jako *D*. Kladný efekt IAT znamená, že jedinec preferuje Čechy před Romy, záporný efekt, že preferuje Romy před Čechy. Obdržené statistiky uvádí první řádek v tabulce 3.

Tabulka 3 Výsledky implicitního měření

	N	M	SEM	SD
D (IAT)	86	0,569	0,036	0,331
BFP – Čech				
rozdíl v RT – kladná adjektiva	86	-0,164	11,367	105,418
rozdíl v RT – záporná adjektiva	86	17,181	13,535	125,515
celkový PE	86	-17,345	21,688	201,129
celkový PE (Radová, 2009)	46	-24,552	27,934	189,461
BFP – Rom				
rozdíl v RT – kladná adjektiva	86	-52,695	11,113	103,058
rozdíl v RT – záporná adjektiva	86	19,661	10,829	100,428
celkový PE	86	-72,356	18,247	169,213
celkový PE (Radová, 2009)	46	-82,160	29,653	201,114
D' = (PE_(Čech) – PE_(Rom)) / SD_{pooled}	86	0,150	0,065	0,606

Průměrná hodnota za všech 86 respondentů činí $\bar{D} = 0,569$ ms. Tato hodnota je statisticky významně vzdálená od nuly, $t(85) = 15,942$; $p < 0,0001$. Respondenti tedy mají významně kladnější implicitní postoje k Čechům než k Romům. Z tohoto indexu není však jasné, zda mají k oběma kategoriím postoje kladné, nebo záporné, nebo zda nemají k Čechům postoj třeba neutrální a k Romům záporný. Je to tím, že nula není u efektu IAT *absolutní* nulou (viz například Karpinski, 2004).

Afektivní priming (BFP)

Výsledkem testu BFP je číslo označené jako **PE** (priming effect). Kladný PE znamená kladný postoj ke kategorii, záporný PE znamená záporný postoj ke kategorii.

Dílní účinky primingu i celkové indexy uvádí druhá část tabulky 3. Po primech obrázků Čechů došlo ke zpomalení reakcí na kladná adjektiva v průměru o 0,164 ms a ke zrychlení reakcí na záporná adjektiva v průměru o 17,181 ms. Průměrný účinek primingu, vypočtený jako rozdíl těchto dvou čísel, činí (PE =) -17,354 ms se standardní chybou 21,688 ms. Tento údaj se statisticky významně neliší od nuly. V dalším řádku uvádíme kurzívou pro srovnání výsledky, které obdržela Radová (2009). Je patrné, že jsou výsledky v obou studiích velmi podobné. Protože rozdíly průměrů ani rozptylů nebyly statisticky významné, provedli jsme metaanalýzu. Ta vede k odhadu velikosti účinku PE = -19,856 ms (N = 132; SEM = 17,098; SD = 196,445). Takto zjištěné implicitní postoje respondentů k Čechům jsou tedy *neutrální*.

Po primu obrázků Romů došlo ke zpomalení reakcí na kladná adjektiva v průměru o 52,695 ms a ke zrychlení reakcí na záporná adjektiva v průměru o 19,661 ms. Celkový účinek primingu (PE = 72,356 ms; SEM = 18,247) se statisticky významně liší od nuly ($t(85) = -3,965$; $p < 0,0005$). I zde uvádíme kurzívou v dalším řádku výsledky, které obdržela Radová (2009). Protože ani zde nebyly rozdíly průměrů ani rozptylů statisticky významné, provedli jsme rovněž metaanalýzu. Ta vede ke zjištění velikosti účinku PE = -75,773 ms (N = 132; SEM = 15,690; SD = 180,263). Implicitní postoje respondentů k Romům jsou tedy *negativní*.

Porovnání výsledků získaných IAT a BFP

Podle naší sedmé hypotézy bude mít odlišnost kontextů – v IAT respondenti srovnávají neustále Čechy s Romy, v BFP k tomuto srovnání naopak nikdy nedochází – za následek získání vyššího rozdílu v postojích respondentů k těmto dvěma kategoriím při použití IAT než při použití BFP.

Problémem však je, že výsledky získané prostřednictvím těchto dvou technik nejsou přímo srovnatelné. Velikost účinku IAT $\bar{D} = 0,569$ znamená, že se od sebe průměrné RT v kongruentních a inkongruentních kombinacích liší o 0,569 průměrné standardní odchylky. Průměrná standardní odchylka je vypočtena ze sdružených (pooled) standardních odchylek jednotlivých respondentů. V BFP tyto kongruentní a inkongruentní kombinace nelze vytvořit. Můžeme si ale položit otázku, o kolik průměrných standardních odchylek (vypočtených opět ze sdružených standardních odchylek jednotlivců) se od sebe liší průměrné účinky primingu obdržené v BFP pro Čechy a pro Romy. Tento index je patrně nejbližší indexu \bar{D} , který získáme při použití IAT. Označme ho jako \bar{D}' . Jeho hodnoty uvádí poslední řádek tabulky 3. Ačkoli výsledky získané IAT ($\bar{D} = 0,569$) a BFP ($\bar{D}' = 0,150$) nelze ani nyní porovnat statisticky, je zřejmé, že dochází-li ke srovnání těchto dvou kategorií, je velikost účinku takřka čtyřikrát větší, než když k němu nedochází.

Diskuse a závěr

V předložené studii jsme se věnovali otázce vlivu kontextu na obsah a valenci etnických stereotypů. Zaměřili jsme se na stereotypy Čechů a Romů. Výsledky našich šetření jsou v souladu s hlavní hypotézou našeho výzkumu. Mají-li respondenti uvést obsah a/nebo valenci určité podnětové kategorie, jsou jejich odpovědi ovlivněny tím, v jakém kontextu k tomu dochází. Účinek kontextu se prosadil při použití explicitních i implicitních technik. Zároveň se ukázalo, že kontext má obdobné účinky na osobní i na konsenzuální stereotypy. Tato zjištění jsou tedy v souladu s naší hypotézou, podle níž stereotypy slouží k udržování morálního řádu ve společnosti. Jeden ze způsobů, jimiž toto dosahují, zřejmě spočívá v aktivaci morálních norem, k níž v kontextu různých kategorií dochází.

V této části se věnujeme stručně rozboru našich zjištění a jejich metodologických a teoretických implikací. Uvádíme je opět v souvislosti s typem stereotypu, jehož se týkají.

V naší studii vycházíme z pojetí explicitního stereotypu coby množiny atributů, které příslušníkům určité sociální kategorie (například Čechům) připisují členové stejné nebo odlišné sociální kategorie (Haddock & Zanna, 1998; Chang & Demyan, 2007; Katz & Braly, 1933). Tato obecná operacionální definice stereotypu však nechává otevřené některé důležité otázky. V této studii jsme se zaměřili na tři z nich. Jednou z nich je, zda stereotyp sestává ze všech atributů, které respondenti dané kategorii připisují, nebo pouze z jejich podmnožiny. A pokud z podmnožiny, pak z jaké. Druhá se týká toho, kdo vlastně tuto množinu atributů příslušníkům dané kategorie připisuje. Většina, jedinec, nikdo? Třetí otázka se týká kontextu, ve kterém k těmto procesům dochází. Je respondentům prezentována pouze jedna podnětová kategorie, nebo kategorií více? A pokud více, kolik a které?

Dělení na konsenzuální a osobní stereotypy probíhá po prvních dvou liniích. *Konsenzuální stereotyp* je zlomkem z množiny atributů, které jsou kategorii připisovány. Z univerza několika stovek až tisíců atributů do něj vstoupí například pouze deset nejčastěji uvedených. Každý z nich přitom udává – v limitním případě – úplně jiná podmnožina respondentů. Značná část respondentů přitom udává atributy, z nichž se v této selektivní podmnožině neobjeví ani jeden. Očekávali jsme proto, že tato podmnožina atributů nebude reprezentativní

ani pro populaci respondentů, ani pro universum atributů. V souladu s naší první hypotézou ukazují výsledky obou šetření, že kombinaci atributů, z níž tyto stereotypy sestávají, nepřipisuje příslušníkům daných kategorií ani jeden respondent. Je zřejmé, že usuzovat z toho, co se o určité kategorii nejčastěji říká, na to, co si o ní myslí většina, je logickou chybou. Tato podmnožina atributů není reprezentativní ani v druhém ohledu. Jak ukazují výsledky obou šetření, vyskytují se v ní disproporcionálně často atributy s extrémními hodnotami. (I když v tomto ohledu nebyl jeden z šesti testovaných rozdílů statisticky významný.). Respondenti většinou nemají tak negativní názory na Romy, ale ani tak kladné názory na Čechy, jak by naznačovaly konsenzuální stereotypy. Kromě toho vedlo porovnání výsledků prvního a druhého šetření ke zjištění, že jsou obsahy i valence konsenzuálních stereotypů značně závislé na kontextu. Jsou-li respondentům prezentovány pouze kategorie Čechů a Romů, jsou konsenzuální stereotypy Čechů výrazně příznivější, než jsou-li do seznamu kategorií zahrnuti například i Japonci a Vietnamci. Tento efekt však nekopíruje věrně efekt kontextu na osobní stereotypy a je proto patrně hoden samostatného studia. Vcelku jsou tak výsledky našich šetření v dobré shodě se všemi hypotézami týkajícími se vztahu osobních a konsenzuálních stereotypů.

Osobním stereotypem je míněna úplná množina atributů, které kategorii připisuje určitý konkrétní jedinec. Tohoto stereotypu se proto netýkají otázky reprezentativnosti; čelí však nově otázce vnitřní (či konstruktové) validity. Tedy otázce, zda je nejlepším vysvětlením odpovědi respondenta v dotazníku jeho „stereotyp“ (coby teoretický konstrukt; například jeho paměťové schéma). Jako alternativní vysvětlení se nabízejí zejména sociální normy (Cialdini, Reno, & Kallgren, 1990; Cialdini & Trost, 1998; Dunton & Fazio, 1997; Glaser & Knowles, 2008). Ne každá odpověď je totiž stejně žádoucí, přípustná, či politicky korektní. V této studii jsme se otázce konstruktové validity přímo nevěnovali. Nepřímo však lze účinek těchto sociálních norem zhruba odhadnout racionální analýzou. Například pročetí atributů konsenzuálního stereotypu Romů (viz tabulka 1) a zjištění, že většina respondentů v tomto šetření sice uváděla u Romů zcela jiné atributy, avšak v průměru se stejnou valencí, nás varuje před přeceňováním vlivu sociálních norem. Domníváme se proto, že nejúspěšnějším vysvětlením našich dat je současné působení kontextem aktivovaných morálních norem a „stereotypů“ (coby teoretických proměnných).

Rovněž výsledky, které jsme obdrželi při použití *implicitního měření*, jsou v souladu s našimi hypotézami. Ukazují, že respondenti mají k Čechům v principu neutrální a k Romům spíše negativní implicitní postoje. Podařilo se nám tak replikovat výsledky, které publikovali Hnilica s Radovou (2013). Naše výsledky dále naznačují, že vliv kontextu na explicitní i implicitní postoje k Romům je konzistentní. Klíčovou otázkou pro další výzkumy proto je, zda jsou vlivy kontextu na explicitní stereotypy zprostředkovány jeho vlivem na stereotypy implicitní. Na otázku, zda je působení kontextu konzistentní i v souvislosti s implicitními a explicitními postoji k Čechům, je obtížnější odpovědět, neboť v jednom kontextu (kategorie Romů) je tento stereotyp kladný, v jiném kontextu (kategorie Japonců a Vietnamců) je záporný. Tato otázka si jistě zaslouží dalšího zkoumání.

Závěrem se vraťme k otázce, jak teoreticky vysvětlit vlivy kontextu. Naše výsledky jsou v souladu s hypotézou, podle níž v různých kontextech dochází k aktivaci různých atributů, které jsou součástí paměťového schématu respondenta (Fiske & Taylor, 2013; Smith & Conrey, 2009). Například v seznamu zahrnujícím pouze Čechy a Romy uvádějí respondenti častěji, že jsou Češi pracovití, než přidáme-li do seznamu Japonce a Vietnamce. V kontextu Němců uvádějí respondenti častěji, že jsou Češi nedisciplinovaní, než když Němci v seznamu

nejsou. Podle naší hypotézy aktivují různé kontexty díky aktivaci odlišných morálních norem odlišné atributy téhož schématu. Neexistuje však patrně žádný kontext, který by vedl k současné aktivaci všech atributů, které jsou s kategorií asociovány. Jinými slovy – patrně nikdy nemůžeme zjistit účinky „stereotypu“, ale vždy pouze jeho aktivované části či „stereotypu v kontextu“. Žádnou technikou nemůžeme například zjistit kompletní obsah „stereotypu Čecha“. Naopak, můžeme očekávat, že v různých kontextech obdržíme zčásti odlišné stereotypy. Nereflektování kontextu může mít evidentně významný vliv na zobecnitelnost obdržených dat i na správnost jejich interpretace.

Naše zjištění mají podle našeho soudu i některé důležité společenské implikace. Zmiňme alespoň dvě hlavní. Jak jsme ukázali, je v masových médiích i v odborné literatuře občas uváděný konsenzuální stereotyp Romů zcela chybně připisován většině majoritní společnosti. Jde o metodologickou chybu, která jistě nepřispívá ke zlepšení vzájemných vztahů mezi těmito klíčovými skupinami naší společnosti. Za druhé, náš výzkum naznačuje, že negativní postoje majoritní společnosti k Romům nejsou založeny na rasismu, xenofobii ani na jakýchkoli jiných iracionálních a amorálních důvodech, jimiž jsou občas v masových médiích i v odborné literatuře vysvětlovány, ale spíše na obraně hodnot a morálních norem vlastní společnosti a kultury. Kdyby tomu tak nebylo, neměli by pravděpodobně naši respondenti kladnější postoje k Japoncům, Vietnamcům a Židům než například ke Slovákům, Rusům a ke své vlastní kategorii. Podle našeho soudu jde o metodologickou chybu s potenciálně obdobně závažnými důsledky.

Poznámka

Práce na této studii byla realizována za finanční podpory Grantové agentury České republiky v rámci grantu č. GA14-22000S.

Literatura

- Anderson, J. R. (1983). *The Architecture of Cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bargh, J. A. (1992). The ecology of automaticity: Toward establishing the conditions needed to produce automatic processing effects. *American Journal of Psychology*, 105, 181-199.
- Bartlett, F. C. (1932). *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cialdini, R. B., & Trost, M. R. (1998). Social influence: Social norms, conformity, and compliance. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (Vol. 2, pp. 151-192). New York: McGraw-Hill.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015-1026.
- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., & Glick, P. (2008). Warmth and competence as universal dimensions of social perception: The Stereotype content model and the BIAS map. *Advances in Experimental Social Psychology*, 40, 61-149.

- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., Kwan, V. S., Glick, P., Demoulin, S., Leyens, J. P. & Htun, T. T. (2009). Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences. *British Journal of Social Psychology*, 48, 1-33.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.
- Dunton, B. C., & Fazio, R. H. (1997). An individual difference measure of motivation to control prejudiced reactions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 316-326.
- Esses, V. M., & Zanna, M. P. (1995). Mood and the expression of ethnic stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1052-1068.
- Fazio, R. H., Jackson, J. R., Dunton, B. C., & Williams, C. J. (1995). Variability in automatic activation as an unobtrusive measure of racial attitudes: A bona fide pipeline? *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1013-1027.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A Model of (often mixed) Stereotype Content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902.
- Fiske, S. W., & Taylor, S. (2013). *Social Cognition. From Brain to Culture*. London: Sage.
- Francová, V. (2015). Atributy sociálních kategorií: kvalitativní studie. In K. Millová, A. Slezáčková, P. Humpolíček & M. Svoboda (Eds.), *Sociální procesy a osobnost 2015. Otázky a výzvy* (s. 89-94). Brno: Masarykova univerzita.
- Gabriel, U., Banse, R., & Hug, F. (2007). Predicting private and public helping behaviour by implicit attitudes and the motivation to control prejudiced reactions. *British Journal of Social Psychology*, 46, 365-382.
- Glaser, J., & Knowles, E. D. (2008). Implicit motivation to control prejudice. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 164-172.
- Greene, J. (2013). *Moral Tribes: Emotion, Reason, and the Gap between Us and Them*. New York: Penguin Press.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. K. L. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1464-1480.
- Greenwald, A. G., Nosek, B. A., & Banaji, M. R. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 197-216.
- Haddock, G., & Zanna, M. P. (1998). On the use of open-ended measures to assess attitudinal components. *British Journal of Social Psychology*, 37, 129-148.
- Haidt, J. (2013). *Morálka lidské mysli. Proč lidi rozděluje politika a náboženství*. Praha: Dybbuk.
- Hnilica, K. (2010). *Stereotypy, předsudky, diskriminace*. Praha: Karolinum
- Hnilica, K. (2016). Nepublikovaná výzkumná data.
- Hnilica, K., Francová, V., Komárková, T., & Smetáčková, I. (2017). Stereotypy a morální legitimizace sociální stratifikace. *Československá psychologie*, 61, 109-127.
- Hnilica, K., & Radová, L. (2013). Rasismus? Postoje? Ideologie? K determinantám etnických stereotypů. *Československá psychologie*, 57, 144-161.

- Chang, D. F., & Demyan, A. (2007). Teachers' stereotypes of Asian, Black, and White students. *School Psychology Quarterly*, 22, 91-114.
- Karlins, M., Coffman, T. L., & Walters, G. (1969). On the fading of social stereotypes: Studies in three generations of college students. *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, 1-16.
- Karpinski, A. (2004). Measuring self-esteem using the Implicit Association Test: The role of the other. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 22-34.
- Katz, D., & Braly, K. W. (1933). Racial stereotypes of 100 college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.
- Katz, D., & Braly, K. W. (1935). Racial prejudice and racial stereotypes. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 30, 175-193.
- Lepore, L., & Brown, R. (1997). Category and stereotype activation: Is prejudice inevitable? *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 275-287.
- Logan, G. D. (1985). Skill and automaticity: Relations, implications, and future directions. *Canadian Journal of Psychology*, 39, 367-386.
- Meade, A. W. (2009). Free IAT: An open-source program to administer the implicit association test. *Applied Psychological Measurement*, 33, 643.
- Maier, M., Barchfeld, P., Elliot, A., & Pekrun, R. (2009). Context specificity of implicit preferences: The case of human preference for red. *Emotion*, 9, 734-738.
- Nigbur, D., & Cinnirella, M. (2007). National identification, type and specificity of comparison and their effects on descriptions of national character. *European Journal of Social Psychology*, 37, 672-691.
- Park, H. S., & Smith, S. W. (2007). Distinctiveness and influence of subjective norms, personal descriptive and injunctive norms, and societal descriptive and injunctive norms on behavioral intent: A case of two behaviors critical to organ donation. *Human Communication Research*, 33, 194-218.
- Petty, R. E., Fazio, R. H., & Briñol, P. (2009). The new implicit measures an overview. In R. E. Petty, R. H. Fazio, & P. Briñol (Eds.), *Attitudes: Insights from the new implicit measures* (pp. 3-18). New York: Psychology Press.
- Piaget, J. (1923). *Le langage et la pensée chez l'enfant*. Neuchatel-Peris: Delachaux & Niesté.
- Radová, L. (2009). *Problematika implicitních a explicitních rasových postojů (na příkladu postojů Čechů k Romům)*. Nепublikovaná diplomová práce. Pedagogická fakulta UK, Praha.
- Richeson, J. A., & Ambady, N. (2003). Effects of situational power on automatic racial prejudice. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 177-183.
- Smith, E. R., & Conrey, F. R. (2009). The social context of cognition. In P. Robbins & M. Aydede (Eds.), *Cambridge Handbook of Situated Cognition* (pp. 454-466). Cambridge: Cambridge University Press.
- Tourangeau, R., & Rasinski, K. A. (1988). Cognitive processes underlying context effects in attitude measurement. *Psychological Bulletin*, 103, 299-314.
- Wieser, M. J., & Brosch, T. (2012). Faces in context: A review and systematization of contextual influences on affective face processing. *Frontiers in Psychology: Cognitive Science*, 3, 1-13.

Wittenbrink, B., Judd, C., & Park, B. (2001). Spontaneous prejudice in context: Variability in automatically activated attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 815-827.

Yzerbyt, V. Y., Schadron, G., Leyens, J. P., & Rocher, S. (1994). Social judgeability: The impact of meta-informational cues on the use of stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 48-55.

Údaje o autorech:

Doc. PhDr. Karel Hnilica, CSc., vyučuje sociální psychologii, metodologii a statistiku na Pražské vysoké škole psychosociálních studií. Profesně se zabývá problematikou morálky, stereotypů a meziskupinových vztahů.

Adresa: PVŠPS, s. r. o., Hekrova 805, 149 00 Praha 4 - Háje.

E-mail: khnilica@gmail.com

Mgr. Zdeněk Bartoš studoval v době prací na této studii psychologii na Pražské vysoké škole psychosociálních studií. V současné době pracuje v Pedagogicko-psychologické poradně v Mostě.

E-mail: zdenek-gapa-bartos@seznam.cz

Hnilica, K., & Bartoš, Z. (2017). Stereotypy v kontextu. *E-psychologie*, 11(2), 16-33. Dostupné z http://e-psycholog.eu/pdf/hnilica_bartos.pdf