

UNIVERZITA KARLOVA

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

Diplomová práce

Bc. Anna-Marie Millerová

**Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné
české společnosti**

**Public Opinion on Third Culture Kids in the Current
Czech society**

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. et Mgr. Pavle Malvotové za zpětnou vazbu a čas věnovaný mé diplomové práci. Dále děkuji výzkumné agentuře Behavio Labs s.r.o. za umožnění sběru dat, která byla v této práci využita.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 9.5.2022



Anna – Marie Millerová

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá tématem stereotypizace (dospělých) dětí třetí kultury čili (A)TCK v kontextu současné české společnosti. Cílem práce je zmapovat vnímání (A)TCK českou populací, konkrétně v kontextu stereotypizace. Autorka především verifikuje vybrané okruhy možné stereotypizace (A)TCK a zda jsou (A)TCK v uvedeném kontextu vnímání spíše pozitivně či negativně. Tyto záměry doplňuje o výzkum vlivu sociodemografických údajů respondentů na stereotypizaci (A)TCK. Jelikož je práce empiricky zaměřená, autorka zmiňovaná témata ověřuje prostřednictvím vlastního výzkumu uskutečněném na 500 respondentech z České republiky. Pro sběr dat byl zvolen kvótní výběr, vzorek je kvazi-reprezentativní. Výsledky analýzy naznačují, že jsou (A)TCK v Čechách vnímány v některých aspektech spíše pozitivně (z hlediska kapitálů, osobnostních charakteristik a rysů), v jiných k nim mají lidé neutrálnější postoj (v případě sociální distance). Lidé si tak s (A)TCK pojí ve sledovaných okruzích spíše pozitivní stereotypy. Tento výsledek však mohl ovlivnit způsob konstrukce dotazníku. Dále pak analýza věnující se vlivu sociodemografik respondentů na stereotypizaci (A)TCK nemá přesvědčivé výsledky na jejichž základě bychom mohli tvrdit, že určité sociodemografické charakteristiky hrají roli v míře stereotypizace dané skupiny. Vzhledem k neprobádanosti tématu (A)TCK a originálnímu přístupu řešení má tato práce přínos jak na akademické, tak na společenské úrovni.

Klíčová slova

Děti třetí kultury, veřejné mínění, česká společnost, stereotypy, kapitál

Abstract

The master's thesis deals with the topic of stereotyping of (adult) third culture kids, also known as (A)TCKs, in the current Czech society. The aim of this work is to examine how (A)TCKs are perceived by Czechs, particularly in the context of stereotyping. The author mainly focuses on verifying preselected areas of potential stereotyping of (A)TCKs. She is particularly interested in whether (A)TCKs are perceived in a more positive or a more negative manner. She furthermore deepens her research by focusing on the role of sociodemographic factors of respondents in relation to stereotyping of (A)TCKs. Since it is an empirical thesis, the author chose to verify the aforementioned topics via her own research executed on 500 respondents from the Czech Republic. Data has been collected using quota sampling, the sample itself is quasi-representative. Results of the analysis indicate that (A)TCKs in the Czech Republic are perceived more positively in certain aspects (in the case of capitals, personal characteristics and traits) and quite neutrally in others (like the Bogardus social distancing scale). We may say that in these terms people tend to assign more positive stereotypes to (A)TCKs. Nonetheless, this result might have been influenced by questionnaire construction. Further on, the analysis of effect of sociodemographic factors of respondents on stereotyping of (A)TCKs does not offer convincing results confirming that certain sociodemographic factors do indeed affect stereotyping of the social group examined. Given the lack of research regarding the topic of (A)TCKs and the creative approach of this research, this thesis is an asset to both the academia and the public in general.

Key words

Third Culture Kids, public opinion, Czech society, stereotypes, capital

Obsah

Úvod.....	8
1. Společenský stereotyp.....	13
1.1. Stereotyp a jeho polarizační efekt	13
1.2. In-group a out-group.....	14
1.3. Autostereotypy a heterostereotypy	15
1.4. Stereotypizace.....	16
1.4.1. Stereotypizace explicitní a implicitní	16
1.4.2. Předsudek a stereotypizace.....	17
1.5. Češi a stereotypy.....	17
1.6. Shrnutí kapitoly společenský stereotyp	19
2. Stereotypizace v kontextu kapitálů (A)TCK.....	20
3. Sociodemografické údaje jako prediktory stereotypizace	21
3.1. Věk jako prediktor stereotypizace	21
3.2. Velikost místa bydliště jako prediktor stereotypizace	21
3.3. Příjem jako prediktor stereotypizace	22
3.4. Shrnutí sociodemografických údajů jako prediktorů stereotypizace.....	22
4. Metody využití ke zkoumání stereotypizace (A)TCK	23
4.1. Kapitály	23
4.2. Big Five	24
4.3. Stereotype Content Model	25
4.4. Bogardusova škála sociální distance	27
4.5. Shrnutí metod využitých ke zkoumání stereotypizace (A)TCK.....	28
5. Metoda	29
5.1. Sběr dat.....	29
5.2. Vzorek	29
5.3. Sociodemografická charakteristika vzorku	30
5.4. Konstrukce dotazníku	31
5.4.1. Kapitál	32
5.4.2. Big Five	33
5.4.3. Stereotype Content Model.....	34
5.4.4. Bogardusova škála sociální distance	34
5.5. Předvýzkum	36
6. Analýza dat	37
6.1. Způsob zpracování dat.....	37

6.2. Reliabilita použitých metod pro analýzu stereotypizace (A)TCK v závislosti na sociodemografických údajích respondentů	37
6.2.1. Kapitály	37
6.2.2. Big Five	38
6.2.3. Stereotype Content Model.....	38
6.2.4. Bogardusova škála sociální distance	39
6.3. Příprava proměnných pro analýzu	39
6.4. Výsledky analýzy	40
6.4.1. Analýza hlavních zjištění	40
6.4.2. Shrnutí analýzy hlavních zjištění	48
6.4.3. Analýza průměrových indexů a sociodemografik.....	48
6.4.4. Analýza korelační matice	49
6.4.5. Shrnutí analýzy průměrových indexů a sociodemografik.....	52
7. Diskuze	54
7.1. Limity práce.....	56
Závěr.....	58
Seznam literatury.....	61
Seznam tabulek	65
Příloha A – Dotazník.....	66
Příloha B – Grafy vztahů indexů jednotlivých měřicích nástrojů a vybraných sociodemografických údajů.....	69

Úvod

Ačkoliv se nám toto zjištění nemusí líbit, všichni máme nějaké stereotypy a všichni někoho do jisté míry stereotypizujeme. (Case, 2007; Duguid, Thomas-Hunt, 2015; May, 2015; Salinas, 2003) Otázkou tudíž není, zda chováme stereotypy, ale jaké, vůči komu a případně z jakého důvodu. Termín stereotyp si za svá léta existence v naší společnosti vysloužil poměrně pejorativní konotaci. Pro někoho může být dokonce urážející, pokud je konfrontován se skutečností, že by mohl mít nějaké stereotypy. Nicméně, stereotyp, na rozdíl od předsudku, diskriminace či rasismu, což jsou termíny jemu příbuzné, povětšinou postrádá stejně emotivní náboj. Ve své hluboké podstatě se jedná o neutrální východisko pro různě emotivně zbarvené kognitivní procesy, které ze stereotypů vznikají. Přesto hovoříme o tzv. negativních anebo pozitivních stereotypech. Patrně právě z důvodu jejich případných dopadů. Ve chvíli, kdy si dokážeme připustit, že se tato tematika týká i nás samých, můžeme s tímto zjištěním začít pracovat. Zároveň, členové skupiny, ke které dané stereotypy chováme, k nim mohou zaujmout určitý postoj. Určitě je náročnější situace, kdy si ani jedna ze zainteresovaných stran není vědoma těchto mentálních procesů a nemůže na ně tak adekvátně reagovat, oproti situaci, kdy všichni více či méně ví na čem jsou. Tématu stereotypů je ve společenských vědách věnován značný prostor, a proto k tomuto tématu hodláme přispět i my výzkumem zaměřeným na sociální skupinu, která je naopak v mnoha ohledech neprobádaná, a to na tzv. děti třetí kultury.

Pojem děti třetí kultury čili TCK, a koncept třetí kultury jako takové, je detailněji zpracován v bakalářské práci od Millerové (2019). Nicméně, pro ukotvení a porozumění tématu je nutné věnovat prostor vymezení termínu a konceptu i v této práci. Koncept třetí kultury spočívá v životním stylu, který se pojí s tzv. dětmi třetí kultury (TCK).¹ Jak průkopníci tohoto fenoménu Pollock a Van Reken (2001, p. 19) tvrdí:

Dítě třetí kultury (TCK) je někdo, kdo strávil významnou část vývojových let mimo kulturu svých rodičů. TCK si vyvine vztah ke všem kulturám, zároveň se však necítí být úplnou součástí žádné z nich. Ačkoliv si TCK v životě osvojí různé prvky z jiných kultur, pocit sounáležitosti má s jedinci obdobného zázemí.

Oficiálně tedy existují v tomto kontextu dva termíny, jak příslušníky třetí kultury označovat: zmiňované děti třetí kultury, zkráceně TCK a dospělé děti třetí kultury čili

¹ V angličtině se používá termín „third culture kids,“ odtud zkratka TCK.

ATCK.² Označení ATCK se používá pro jedince, kteří jsou starší 18 let.³ Hovoříme-li o celé skupině, tj. jak o dětech pod 18 let a dospělých nad 18 let, kteří však měli odpovídající průběh dětství korespondující s charakteristikami TCK, používáme souhrnné označení (dospělé) děti třetí kultury čili (A)TCK.

Pro účely diplomové práce vycházíme z teoretického základu, který nám je poskytnut bakalářskou prací *Třetí kultura jako kapitál moderní doby* (Millerová, 2019). Tato teoretická bakalářská práce zpracovává zastoupení lidského, kulturního, sociálního a ekonomického kapitálu (A)TCK a analyzuje konceptualizaci třetí kultury z pohledu výše zmíněných kapitálů. I vzhledem k nedostatečnému probádání tématu, zejména v českém prostředí, je zmiňovaná práce vhodným výchozím zdrojem pro navazující empirickou studii, jakou je tato diplomová práce. V tomto případě aplikujeme teoretické znalosti o (A)TCK na českou populaci a zkoumáme její mínění o (A)TCK. Podle našich zjištění se na našem území tématem TCK zabývala kromě Millerové (2019) ještě M. Thompson (2010) z Masarykovy univerzity. Vzhledem k tomu, že se tímto jedná jen o jednotky závěrečných prací, vyhodnotili jsme, že je fenomén (A)TCK v Čechách stále velmi neprobádaný a má tudíž smysl se mu dále věnovat.

V rámci zmiňované bakalářské práce vyvstaly teze, které v diplomové práci hodláme ověřovat. (A)TCK jsou dle závěrů bakalářské práce bohatí na zmiňované kapitály; sociální, ekonomický, kulturní a lidský. Tyto kapitály se úzce pojí se způsobem života zkoumané skupiny. (A)TCK se tím liší od běžné populace a mohou vzbuzovat v široké veřejnosti různé více či méně adekvátní představy. To nás inspirovalo ke zkoumání stereotypů, které si může současná česká společnost s (A)TCK spojovat.

Hlavním cílem práce je pomocí kvantitativního výzkumu získat relevantní data reflektující aktuální situaci veřejného mínění o tak specifické skupině jakou jsou (A)TCK. Konkrétně se zaměřujeme na jejich stereotypizaci na základě charakteristik spjatých s jejich netradičním životním stylem. Cílem je v první řadě prozkoumat, jak jsou (A)TCK vnímáni a jaké stereotypy se s nimi pojí. Zjištění poté navíc podrobujeme analýze z hlediska sociodemografik vzorku a snažíme se zjistit, zda se stupeň stereotypizace (A)TCK liší v závislosti na těchto sociodemografických údajích respondentů. Za vedlejší

² V angličtině se používá termín „adult third culture kids“, odtud zkratka ATCK.

³ Podle Pollock a Van Reken (2001, p. 27) se totiž „(...) nikdo nestane bývalým dítětem třetí kultury. TCK jednoduše přejdou do dospělých dětí třetí kultury, protože jejich životy vyrůstají z kořenů zasazených a zalévaných zkušeností třetí kultury.“

cíl považujeme zjištění, do jaké míry veřejnost ví o existenci (A)TCK. Zaměřujeme se na to, jak veřejnost uvažuje o této skupině například v kontextu kapitálů a zda si s nimi pojí nějaké charakteristiky. Poté nás zajímá, zda lidé (A)TCK vnímají jako „jiné“ (out-group), ve smyslu sociální exkluze, či zda jsou vnímáni jako „jedni z nich“⁴ (in-group), ve smyslu sociální inkluze. Skrze zkoumání vnímaných kapitálů, osobnostních charakteristik, míry vřelosti či kompetence v kontextu Fiske Stereotype Content Model a Bogardusově škále sociální distance, si vytváříme na (A)TCK ucelenější náhled ze strany veřejnosti a analyzujeme, jaký charakter mají stereotypy spojené s (A)TCK. Dílčími cíli jsou, samozřejmě, zvýšení povědomí o daném sociálním fenoménu, jakým (A)TCK jsou, a ještě hlubší obeznámení sociologické, ale i široko společenské sféry.

Téma této práce je relevantní jak ze sociologického, tak ze společenského hlediska. Téma stereotypizace zkoumáme na sociálním jevu, který se „[s] globalizací, která v posledním století vzkvétá, (...) stává čím dál běžnější.“⁵ (Melles, Schwartz, 2013, p. 261) Stále platí, že (A)TCK nejsou v sociologii, tím spíše v české sociologii, natož v běžné společnosti, zakotveným tématem. Diplomová práce přispěje k rozšíření povědomí o (A)TCK na akademické úrovni i ve společnosti.⁶ Dojde k rozšíření poznatků o (A)TCK a jejich vnímání v současné české společnosti, na kterém mohou stavět další, úžeji zaměřené výzkumy (A)TCK, a to zejména na našem území. Právě zasazení výzkumu do českého kontextu je stěžejní, jelikož naprostá většina zdrojů na téma (A)TCK pochází ze Spojených států. (Cottrell, 2011) Jak Lambiri (2005, p. 34) tvrdí: „(...) měl by být a skutečně i je rostoucí zájem a potřeba dat z jiných zemí. (...) Jelikož se jedná o velkou a důležitou komunitu, touha po více informacích o TCK mimo Spojené státy roste (...)“.

Čím více prostoru je tématu věnováno, tím spíše se dostane do akademického, potažmo všeobecně společenského, povědomí. Společenská relevance je spatřována též v potenciální přínosnosti pro organizace a instituce, které s (A)TCK pracují, např. školy. Ty mohou poznatky využít při inkluzi nově příchozích žáků. Pedagogové mohou s nabytými znalostmi pracovat a konfrontovat tak i své vlastní stereotypy, které mohou k takovýmto lidem chovat.⁷ Zároveň mohou zjištění pomoci i rodičům (A)TCK

⁴ „Jedni z nich“ z pohledu respondentů.

⁵ U veškerých cizojazyčných citací se jedná o vlastní překlad.

⁶ Myšleno ve smyslu, že skrze vyplnění dotazníku se o tématu dozví i lidé, kteří o (A)TCK doteď nevěděli.

⁷ Obdobné projekty byly již v procesu. Lambiri (2005, p. 34) ve svém článku například zmiňuje, že „[v] únoru 2005, vedoucí služby *Interaction International*, Libby Stephans, jela do Madridu, aby proškolila zaměstnance různých misionářských organizací v porozumění profilu TCK a problémům

při výchově a pochopení, jak je na jejich děti pohlíženo. Stejně tak mohou být nabyté znalosti přínosné i pro (A)TCK samotné.

Na první pohled se nemusí zdát, že by téma (A)TCK bylo vysloveně palčivým problémem prostupujícím společnostmi a ovlivňujícím všeobecné jednání. Nicméně, vzhledem k paralele s jinými subkulturami či etniky a již nabytým znalostem o tom, jak společnost vnímá takové skupiny, lze předpokládat, že se stereotypní vnímání bude vyskytovat i v tomto kontextu. A téma stereotypizace ve společenskovědních oborech je již po mnoho let důkladně a často studovaným předmětem. (Bowd, 2003; Martin, Halverson, 1981; Revenson, 1989; Villano, Fontanella L., Fontanella S., Donato, 2017 atd.)

Z dosavadní rešerše vyplývá, že téma (A)TCK obecně není v českém kontextu příliš probádané. Domníváme se tedy, že většina dotázaných nebude mít spontánní znalost o tom, kdo (A)TCK jsou. Nicméně, očekáváme, že po předložení definice a profilů reprezentujících (A)TCK bude rekognice vyšší. Na základě závěrů z bakalářské práce soudíme, že stereotypy o (A)TCK existují a že jsou spíše pozitivního rázu. Eakin dokonce „(...) varuje, že minoritní TCK se mohou po návratu do své původní kultury setkat s předsudky, na které nejsou zvyklí.“ (Melles, Schwartz, 2013, p. 261) Předpokládáme, že lidé budou vnímat (A)TCK jako skupinu s vysokým socioekonomickým statusem (SES), na což může navazovat dojem, že jsou ve společnosti výrazně zvýhodněni. Závěry přispívají především k lepšímu zmapování novodobého fenoménu (A)TCK v české společnosti, konkrétně k určení míry povědomí o (A)TCK a posouzení rizika dopadů jejich stereotypizace většinovou společností.

Předpokládáme, že (A)TCK jsou stále poměrně málo zastoupeni v široké populaci a mohou tudíž nastat problémy v nedostatečné znalosti cílové skupiny. Nicméně, dotazník jsme se snažili koncipovat tak, aby i jedinci, kteří osobně nemají s (A)TCK zkušenost, byli schopni pochopit kdo (A)TCK jsou a odpovědět nám tak na navazující otázky. Zároveň tímto průzkumem získáme řadu vedlejších zjištění, např. jaké je všeobecné povědomí o této cílové skupině, částečně můžeme zmapovat i frekvenci jejich výskytu v populaci, byť toto zjištění může být poměrně ovlivněno subjektivní identifikací respondentů. Tím máme na mysli situaci, kdy respondent vyhodnotí, že zná někoho, kdo z jeho pohledu odpovídá parametrům (A)TCK, ačkoliv jím ve skutečnosti neodpovídá.

jejich tranzice. Tyto skupiny plánovaly letní tábor pro děti misionářů latinsko-amerického původu (...), kde by využily školení v praxi, při práci s těmito dětmi.“

Nicméně, dosud není stanovena jedna standardní definice fenoménu, takže je celá záležitost v určitých aspektech stále dosti subjektivní a hranice identifikace mohou být občas tenké.

1. Společenský stereotyp

Stejně jako mnoho jiných kognitivních procesů či chyb v sociální interakci,⁸ stereotypy, potažmo předsudky, nám slouží především jako úspora energie.⁹ (Kahnemann, 2011, Lippmann, 1922; Tajfel, 1969) Ve chvíli, kdy s někým poprvé interagujeme, je pro nás přirozené tvořit úsudky na základě vnímaných vjemů. Ty si v mžiku roztřídíme do zažitých struktur, které jsme si osvojili v socializačních procesech; prostřednictvím signifikantních druhých, referenčních skupin, médií, vzdělávacího systému apod. Na základě těchto zažitých struktur daný subjekt začleníme do patřičné kategorie, to vše během několika prvních milisekund či sekund.¹⁰ Toto zrychlení nám umožňuje ušetření toliko důležité kognitivní energie, kterou poté můžeme využít při jiných náročných procesech. Na tento princip odkazuje i Kahnemanův (2011) koncept *rychlého a pomalého myšlení*, které je jednoduše ekonomickým zacházením s nedostatkovým zbožím, tj. s naší energií. Nicméně, tato přirozená zkratkovitost v našem úsudku má tendence být vnímána pejorativně, je napadána a zpochybňována. Většinou, je-li řeč o stereotypech či stereotypizaci, automaticky toto téma vnímáme v negativních konotacích. Málokdy si tyto termíny spojíme s pozitivní stereotypizací, přesto, že je tento fenomén poměrně frekventovaně zastoupený napříč všemi společnostmi.¹¹ A zejména tomuto tématu se budeme věnovat, konkrétně v kontextu (A)TCK.¹²

1.1. Stereotyp a jeho polarizační efekt

Walter Lippmann, který společenským vědám představil koncept stereotypu ve svém díle *Veřejné mínění* (1922, p. 3), označuje stereotypy za „obrazy v našich hlavách.“ Tyto obrazy mohou být různé, pozitivní i negativní. Nicméně, ani jeden z těchto obrazů mnohdy nemusí reflektovat realitu. Někdy jí může odpovídat, ale v mnoha případech se můžeme velice mýlit, pokud se necháme vést těmito zažitými obrazy. Jak již bylo nastíněno výše, stereotypy jako takové mívají spíše negativní konotaci, ale pozitivní stereotypizace není o nic méně častá. „Mnoho stereotypů přisuzuje celé skupině pozitivní

⁸ Heuristiky, rychlé myšlení, haló efekty, první dojmy, efekt sociálního postavení, projekce atd.

⁹ Lippmann (1922, p. 95) to konkrétně nazývá „ekonomií vynaloženého úsilí.“

¹⁰ Studie zabývající se touto tematikou pracují v tomto kontextu nejčastěji s údajem 40 až 50 milisekund. (Todorov, Porter, 2014; Zebrowitz, Montepare, 2015) Některé studie tvrdí, že si první dojem člověk vyvine už při 220 až 700 milisekundách. (Renner, Schmälzle, Schupp, 2012)

¹¹ Typickou ukázkou by byl úsudek, že asijský spolužák bude excelovat v matematice, čistě proto, že se jedná o Asiata.

¹² V následující kapitole se dozvíme, že ani pozitivní stereotypizace nemusí být ve své podstatě pozitivní. Tj. jedná se sice o pozitivní stereotypizaci, ale ta může taktéž nést negativní konotaci. I tento typ stereotypizace totiž přispívá k nerovnému jednání, stejně jako tomu je v případě negativní stereotypizace.

kvality, například fyzická zdatnost u černochů nebo vřelost a šarm Irů, anebo – v případě mladých lidí – mladistvý idealismus. Mnohdy mohou být takové stereotypy vnímány jako romantizování dané skupiny. Ačkoliv se to může zdát neškodné, stále to způsobuje zjednodušování komplexní sociální reality, která je v mnoha případech blahosklonná a má za efekt ztrátu vlivu.“ (Devlin, 2006, p. 11) I v našem případě předpokládáme, že máme co dočinění spíše s pozitivními stereotypy, které si lidé spojují s (A)TCK. I tyto pozitivní stereotypy však mohou mít negativní důsledky. Proč se domníváme, že si lidé spojují s (A)TCK spíše pozitivní stereotypy vychází z premisy, že životní styl, který se s (A)TCK pojí může být pro lidi návodný. To znamená, že lidé mohou (A)TCK hodnotit především na základě znalostí o jejich dlouhodobých pobytech v zahraničí, různých občanstvích a národnostech, znalostech jazyků nebo rodičích pracujících na určitých funkcích, mnohdy pro nadnárodní organizace apod. Spíše, než aby je hodnotili na základě toho, jací jsou (A)TCK samotní.

Kromě toho, že mohou být stereotypy spíše pozitivní či spíše negativní, mohou být i zdrojem pro rozlišování toho, kdo jsme *my* a kdo *oni*. Podle Lippmanna (1922, p. 90) je „[n]ám o světě vyprávěno ještě, než ho stihneme spatřit sami. Většinu věcí si představujeme ještě před tím, než je prožijeme. A tyto předem utvořené názory, pokud vzdělání nezpůsobilo, že si toho jsme vědomi, hluboce ovládají celý proces percepce. Některé věci vymezují jako povědomé anebo naopak neznámé, kladou důraz na rozdílnost, takže i to, co je nám jen trochu povědomé je vnímáno jako velmi známé, a to, co je poněkud neznámé, je vnímáno jako výrazně odlišné.“ Stereotypy tak mohou být silně polarizující. I sebemenší náznak rozdílnosti může být prostřednictvím jejich interpretačního rámce zveličen, a stejně tak mohou způsobovat i nadměrnou inklinaci k subjektům, které nám ve skutečnosti nejsou až tak blízké, ale stačí jen náznak. Stereotypy tak přispívají i k dělbě společnosti na zmiňované *my* a *oni* čili konceptu *in-group* a *out-group*, což je dílčí část našeho zkoumání (A)TCK.

1.2. *In-group a out-group*

Pojem *in-group* čili členská skupina, používáme pro označení skupiny za jejíž součást se považujeme. Pojem *out-group* čili nečlenská skupina, naopak používáme pro označení skupiny za jejíž součást se nepovažujeme.¹³ Oba termíny, členská a nečlenská skupina, v psychosociálních vědách představil W. G. Sumner ve své práci *Obyčeje* a později

¹³ Někdy jsou též užívány pojmy vztažná a nevztahná skupina.

termíny in-group a out-group zpopularizoval Henri Tajfel prostřednictvím metody minimálního skupinového paradigmatu.

To, jestli jsme součástí in-group, je odvozeno od řady faktorů, jako jsou náboženství, rasa, gender apod. Skutečnost, že jsme součástí in-group vymezuje existenci out-group. Rozlišování mezi těmito skupinami a tím, jak se my samotní vůči nim vymezujeme, má dopad na naše chování. K lidem, které považujeme za členy naší in-group, se máme tendenci chovat a soudit je příznivěji než členy out-group. To je označováno jako *in-group favoritism* čili zvýhodňování členské skupiny. Stane-li se něco členovi naší in-group, můžeme k němu cítit empatii, ale ve chvíli, kdy se totéž stane členovi out-group, může to v nás vyvolávat dokonce až potěšení. Takový fenomén je označován jako out-group diskriminace.

Z tohoto hlediska je pro nás zajímavé dílčí zjištění, zda jsou (A)TCK v české společnosti vnímány spíše jako členové in-group či out-group. To, k jaké straně se respondenti přiklání se může odrážet ve stereotypech, které si s nimi lidé spojují. Jsou-li vnímány spíše v kontextu *my* (in-group), pak jim mohou být přisuzovány pozitivnější kvality než v opačném případě, kdy jsou vnímány spíše jako *oni* (out-group). Touto tematikou se však zabýváme skutečně spíše okrajově, primárně prostřednictvím Bogardusovy škály sociální distance.

1.3. Autostereotypy a heterostereotypy

Stereotypy dále dělíme na tzv. autostereotypy a heterostereotypy. I tato dělba konceptu staví na jedincově schopnosti identifikovat, do které skupiny patří, pokud do nějaké. Zda se jedná o situaci *my* anebo *oni*. Autostereotypy¹⁴ jsou stereotypy, které chovají dané skupiny samy k sobě, tj. jedinec si je pravděpodobně vědom příslušnosti k dané skupině. Příkladem může být autostereotyp o *zlatých českých ručičkách* nebo jak pozitivní, tak negativní stereotypy spjaté se stářím z pohledu seniorů. Heterostereotypy jsou, na druhou stranu, stereotypy, které chováme k jiným skupinám. Často skloňované heterostereotypy se vážou na rasistická, etnická nebo genderová témata, nicméně nezůstávají jen u nich. V rámci zkoumání stereotypů o (A)TCK se tedy zaměřujeme na heterostereotypy české společnosti vůči (A)TCK.

Důvod, proč předpokládáme, že jsou (A)TCK stereotypizováni je následující. Byť nemusíme být každý den v kontaktu s (A)TCK, protože jejich výskyt v populaci je

¹⁴ V angličtině někdy též užívaný termín *self-stereotype*.

nižší v porovnání s jinými skupinami, jedná se o identifikovatelnou sociální skupinu,¹⁵ což je samo o sobě předpokladem k vytváření stereotypů. Zároveň to, že jsou (A)TCK v populaci méně častí, přispívá k nemožnosti frekventovanějšího nabourávání těchto možných stereotypů. Náš mozek funguje na principu frekventovaného opakování, tak si utváří zvyky. (Duhigg, 2012; FitzGerald, C., Martin, A., Berner, D. *et al.*, 2019; University of Warwick, 2019) Čím častěji se s něčím setkáváme, tím se daná věc stává familiárnější a mozek ji vyhodnocuje i jako bezpečnější. (Press, 2015) I proto je navrhováno, aby pro snižování stereotypů, byli lidé více vystavováni osobnímu kontaktu s danou skupinou (což je ostatně princip Allportovy *kontaktní hypotézy*). Ojedinelý kontakt se sociální skupinou je mnohdy skloňován i v souvislosti s xenofobií čili fobií z cizího. Avšak v případě (A)TCK nepředpokládáme, že bychom identifikovali xenofobní projevy, především proto, že se (A)TCK zpravidla na první pohled neliší od většinové populace. Specifikum této skupiny v českém kontextu totiž spočívá v jejich relativní vizuální nenápadnosti. Na první pohled, dokud si s (A)TCK nepromluvíte a nezjistíte o něm bližší informace, pravděpodobně nepoznáte, že se jedná o (A)TCK.

1.4. Stereotypizace

Po vymezení si stereotypu navážeme jeho samotnou aplikací, totiž stereotypizací. Stereotypizace je, stejně jako společenský stereotyp, rozsáhlé téma, které však pro účely práce zužujeme pouze na dva subtypy; explicitní a implicitní.

1.4.1. Stereotypizace explicitní a implicitní

Hovoříme-li o explicitní stereotypizaci, je řeč o situaci, kdy si je jedinec vědom o chování určitých stereotypů. V takové situaci je možné s těmito stereotypy pracovat a snažit se je kontrolovat. Explicitní stereotypizace se z toho důvodu lépe koriguje. Práce s implicitní stereotypizací je na druhou stranu obtížnější, hůře se kontroluje. Na rozdíl od stereotypizace explicitní totiž není zvědomělá, jedná se o zautomatizované mentální procesy. Jedinec tak může systematicky stereotypizovat určité lidi, aniž by si toho byl sám vědom, neúmyslně. Specifikum implicitní stereotypizace spočívá v jeho rozporuplnosti. Jedinec může daný stereotyp explicitně odmítat, ale stále jej bude chovat implicitně. (Greenwald a Banaji, 1995)

¹⁵ Že jsou (A)TCK identifikovatelná sociální skupina dokládá již samotná narůstající pozornost v oblasti akademických prací, jakou je právě i tato práce. (A)TCK mají jednotící prvky, odrážející se od jejich životního stylu, které z nich činí distinktivní sociální jev.

Z tohoto hlediska nelze s jistotou říct, která forma stereotypizace se může v našem výzkumu projevit.¹⁶ My sice nejsme z výsledků schopni identifikovat, o který z těchto druhů stereotypizace se jedná, nicméně, pro naše účely je podstatný výsledek, nikoliv vnitřní dialog daného respondenta. Diskrepance by mohla nastat pouze ve chvíli, kdy by si byl respondent své explicitních stereotypizace vědom a rozhodl se, na tomto základě, upravit svou výpověď. Nicméně, dotazník je zcela anonymní a neexistují v něm z pohledu respondenta žádné správné ani špatné odpovědi. Respondenti by tak neměli mít důvod chtít své výpovědi uzpůsobovat.

1.4.2. Předsudek a stereotypizace

V rámci naší práce je důležité zmínit i termín *předsudek*, ačkoliv se jedná spíše o příbuzný termín stereotypu. Tyto dva pojmy jsou si velice blízké, přesto je mezi nimi rozdíl. Předsudek má totiž, na rozdíl od stereotypu, afektivní charakter. Je to emočně laděný předpoklad o chování, jednání někoho jiného na základě informací, které nám jsou různou formou představovány, mnohdy od raného dětství, různými způsoby a zdroji. Stereotyp je jakési penzum, základ znalostí, z nichž předsudek může vycházet. Předsudek je totiž názor, obvykle negativního rázu. V kontextu (A)TCK je důležité se zabývat mírou stereotypizace právě proto, že na jejím základě hrozí vznik předsudků, nebo v některých případech i diskriminace. Tato skutečnost ovlivňuje jejich každodenní život a soužití s většinovou společností.

1.5. Češi a stereotypy

Nejsme schopni s určitostí říci, jakým způsobem Češi konzistentně stereotypizují, nicméně tato kapitola nám poskytuje vhled do pozorování stereotypů na české úrovni. Hnilica a Bartoš uskutečnili v roce 2017 výzkum o stereotypech na české populaci. Záměr výzkumu bylo zkoumání stereotypů v kontextu, tj. jak kontext ovlivní výsledky stereotypizace. Kontextem je v této studii myšlena situace, kdy není zkoumána pouze jedna sociální skupina, ale je jich ve výzkumu použito vícero. Respondenti tak mohou vnímat i jakýsi porovnávací aspekt mezi skupinami. Pro nás je tento výzkum hodnotný svým zmapováním jak Češi stereotypizují sebe a jak jiné etnické skupiny či národnosti (v tomto případě Američany, Araby, Čechy, černochoy, Japonce, Němce, Romy, Rusy,

¹⁶ Greenwald a Banaji (1995, p. 15) se ve své práci zaměřili konkrétně na rasovou a genderovou implicitní stereotypizace, jelikož „právě tyto druhy již byly, na rozdíl od jiných stereotypů, prozkoumány do značné míry a poskytují nejpřesvědčivější důkazy o implicitní stereotypizaci.“ Vzhledem ke specifickým spojených s relativně málo známou skupinou (A)TCK z našeho pohledu v současné chvíli není možné uskutečnit takovéto šetření.

Slováky, Ukrajince, Vietnamce, Židy). (Hnilica a Bartoš, 2017, p. 22) Jak se ve výzkumu prokázalo, kontext hraje ve stereotypizaci roli. Avšak, pro nás je důležitá informace, že v měření, kde se porovnávali Češi a Romové, Češi měli poměrně neutrální stanovisko k Čechům a negativnější k Romům. Nás zajímá zejména ono stanovisko Čechů k Čechům samotným a že se vnímají poměrně neutrálně. Jsou-li to totiž (A)TCK vnímání jako *jedni z nich*, pak by mohli být taktéž vnímání neutrálně. Ve chvíli, kdy se měření uskutečňovalo za použití i jiných etnických skupin, např. Němců či Japonců, tak Češi hodnotili Čechy v některých aspektech o něco hůře. Naše měření je zaměřené pouze na (A)TCK, takže by výsledky neměla ovlivňovat přítomnost jiných sociálních skupin. Kromě zjištění, že stereotypizace nemusí být konzistentní, nám tento výzkum poskytl výchozí bod pro to, jakým způsobem Češi hodnotí sebe a některé jiné skupiny. Nyní máme potvrzeno, že jsou Češi schopní hodnotit jiné sociální skupiny jak kladněji, tak záporněji a nejspíše nemají tendence se systematicky přiklánět k jedné z variant. Výsledek stereotypizace (A)TCK tak může být jak kladnější, tak zápornější.

Graf (2015, p. 183) ve své habilitaci pracovala se stereotypizací, mimo jiné, v kontextu vřelosti a kompetence. Graf uvádí, že: „[h]rdost na příslušnost k národu (...) souvisela s vřelostí pociťovanou k vlastnímu národu. To znamená, že čím podobnější si respondenti připadali s typickým představitelem vlastního národa, tím důležitější pro ně byla příslušnost k vlastnímu národu. Tato důležitost vlastní národní příslušnosti se přenášela na vyšší vřelost pociťovanou k vlastnímu národu.“ Z tohoto závěru vyvozujeme, že je-li někdo vnímán jako součást členské skupiny, respondent ho vnímá jako sobě podobného, bude k němu chovat i vyšší míru vřelosti. Tato skutečnost se může odrazit i v našem výzkumu. Záleží, do jaké míry budou respondenti považovat (A)TCK za sobě podobné a zda je budou vnímat jako členy in-group.

Výzkum o Česích a jejich sousedech (Graf, 2015, p. 184) zároveň dokládá, že „[v]řelost pociťovanou k sousedním národům výrazně ovlivňoval kontakt s jejich příslušníky. Kontakt s konkrétními lidmi z nečlenských skupin patří na základě současných vědeckých poznatků k nejefektivnějšímu způsobu odstraňování předsudků vůči nečlenským skupinám (Al Ramiah a Hewstone, 2013).“ V následující kapitole bude objasněno, jak vybrané sociodemografické údaje, které využíváme jako prediktory stereotypizace (A)TCK, jsou právě z tohoto důvodu podstatné. Mají-li někteří respondenti větší povědomí o (A)TCK, ideálně s nimi mají více kontaktu než jiní, pravděpodobně k nim budou pociťovat vyšší míru vřelosti.

1.6. Shrnutí kapitoly společenský stereotyp

Téma stereotypů a stereotypizace je skutečně obsáhlé, a proto jsme věnovali prostor alespoň některým jeho podtématům, která považujeme za relevantní v kontextu zkoumání (A)TCK. V této kapitole jsme si tedy představili význam společenského stereotypu a existenci jeho jak pozitivního, tak negativního charakteru. Ve spojitosti s (A)TCK předpokládáme celkově výskyt spíše pozitivních stereotypů způsobených jejich životním stylem. Dále pak jsme představili koncept in-group a out-group čili vnímání lidí a sociálních skupin jako *my* a *oni*, což je dílčím zájmem i v našem měření stereotypizace (A)TCK. Vysvětlili jsme si i rozdíl mezi tzv. autostereotypy a heterostereotypy, kdy náš výzkum se zabývá heterostereotypy ze strany české společnosti vůči (A)TCK. Na závěr jsme si představili ještě základní formy stereotypizace, a to stereotypizaci explicitní a implicitní a zmínili jsme, jak spolu souvisí předsudek a stereotypizace. Pro lepší pochopení tématu jsme věnovali prostor i vzhledu do českého kontextu stereotypizace.

2. Stereotypizace v kontextu kapitálů (A)TCK

Skutečnost, že (A)TCK mívají v porovnání s většinovou společností nestandardní dětství, považujeme za možný zdroj stereotypizace právě ze strany většinové populace. Co je pro (A)TCK normou, může být pro někoho jiného naopak nepředstavitelné: žítí v cizí zemi, rodiče různých národností, navštěvování mezinárodní školy apod. Koncept třetí kultury je tak významným potenciálním zdrojem různých druhů kapitálů. (Millerová, 2019) Životní styl, který se s třetí kulturou pojí, a který si (A)TCK osvojují, jim může přinést jak mnoho užitku, tak řadu nepříjemností.¹⁷ Vedlejším produktem tohoto životního stylu se tak mohou stát i určité stereotypy, které si většinová společnost může s těmito lidmi spojovat. Ty potom mohou ovlivňovat, jak lidé s (A)TCK jednají a jak k nim přistupují.

My konkrétně předpokládáme, že si lidé budou s (A)TCK spojovat všechny čtyři druhy kapitálů (ekonomický, sociální, lidský i kulturní). Domníváme se však, že si lidé budou s (A)TCK nejvíce spojovat kapitál ekonomický a sociální. Ty jsou základy pro vyšší SES, o kterém víme, že se s (A)TCK obvykle pojí, nicméně, není pravidlem. Ne všichni (A)TCK jsou dobře finančně zajištěni a nemají nadstandardní sociální vazby. Dle našeho názoru se ekonomický a sociální kapitál na první pohled rozpoznává snáze než například kapitál kulturní či lidský. Zdá se nám, že tyto druhy kapitálu jsou spíše niternější, reflektující osobnost daného jedince. I proto by si je lidé mohli spojovat s (A)TCK méně.

To, jaké kapitály lidé (A)TCK přiřazují může taktéž souviset s tím, jaké osobnostní charakteristiky si s nimi spojují. Jinak řečeno, podle toho, jestli lidé vnímají (A)TCK jako například movité a mající vlivné konexe může být reflektováno v tom, že si lidé s (A)TCK spojují spíše negativnější osobnostní vlastnosti. Fiske et al. ve svém Stereotype Content Modelu (o kterém hovoříme podrobněji v kapitole *Metody využití ke zkoumání stereotypizace (A)TCK*) pracuje například se závistivými stereotypy. Domníváme se, že k něčemu podobnému může docházet i v našem případě. Spojují-li si lidé (A)TCK s řadou kapitálů, může se to odrazit na jejich vnímání této skupiny právě skrze pocity závisi. To poté přispívá ke stereotypizaci (A)TCK.

¹⁷ O výhodách a nevýhodách spjatých se třetí kulturou pojednává podrobněji Millerová (2019).

3. Sociodemografické údaje jako prediktory stereotypizace

Ať už se přikláníme ve věčné otázce o přirozenosti versus výchově¹⁸ ke kterékoliv ze stran, prostředí a to, v jaké životní fázi se nacházíme, nás utváří a ovlivňuje.¹⁹ Skutečnost, zda jsme spíše bohatí či chudí, máme vyšší vzdělání či jen základní, jsme muž nebo žena, mladší či starší atd. jsou faktory, na jejichž základě obvykle zkoumáme vzorek a které v tomto případě využíváme pro analýzu stereotypizace (A)TCK. Sociodemografické charakteristiky respondenta mají vliv na jeho míru stereotypizace. Melles a Schwartz (2013, p. 264) například tvrdí, že gender a věk jsou „významnými prediktory předsudků.“ To potvrzuje naši domněnku, že by se stereotypizace (A)TCK mohla lišit na základě sociodemografických údajů respondentů. Pro účely této práce jsme si výběr sociodemografických kritérií jejichž optikou budeme nahlížet na sesbíraná data zúžili na tři. Těmito kritérii jsou věk, příjem a velikost místa bydliště respondentů.

3.1. Věk jako prediktor stereotypizace

Domníváme se, že sociodemografický údaj věku by mohl hrát ve stereotypizaci (A)TCK roli proto, že mladší generace má dle našeho názoru větší šanci se s konceptem třetí kultury, potažmo s (A)TCK setkat. Kupříkladu studenti mají v současné době větší možnosti, co se týče nejen výměnných zahraničních pobytů, ale i cestování všeobecně. To je nejen příležitost se seznámit s jinou kulturou, ale i s novými lidmi a mezi nimi mohou být i např. (A)TCK. Dále pak nemůžeme opomenout význam sociálních sítí a všudypřítomná média, která mladší generace doprovází již od raných let. I to, dle našeho názoru, zvyšuje pravděpodobnost, že se někdy setkají s (A)TCK. Starší generace mohly mít, bohužel, těchto možností méně. Proto by věk mohl být faktorem, který ovlivňuje stereotypizaci.

3.2. Velikost místa bydliště jako prediktor stereotypizace

Od velikosti místa bydliště se odvíjí celá řada skutečností. Ve větších městech bývá obvykle větší výběr všeho: vzdělávacích či zdravotních zařízení, kulturních možností, sportovních aktivit, volnočasového vyžití atd. Zároveň větší město znamená i větší počet obyvatel, vyšší výskyt a koncentrace lidí. Tato kombinace by mohla vést ke zvýšené

¹⁸ Nature versus nurture

¹⁹ Mroczek a Kolarz (1998) např. zkoumali vliv věku na pocit štěstí. Lederbogen, F., Kirsch, P., Haddad, L. et al. (2011) se zabývali tím, jak má život ve větších městech vliv na zpracovávání sociálního stresu. Belanche, Casaló a Rubio (2021) se zajímali o spojení identity jedince s místem, konkrétně se zaměřili na rurální oblast. Sargisson, De Groot a Steg (2020) uskutečnily výzkum na vztah mezi sociodemografií a environmentálními hodnotami. Vyjmenované studie, ač nepřímě, dokládají, že i v našem případě existují potenciální rozdíly mezi vybranými sociodemografií a stereotypizací (A)TCK.

pravděpodobnosti setkání se s (A)TCK. Samozřejmě tím nepopíráme možnost jejich výskytu i v místech s menší hustotou zalidnění, pouze poukazujeme na skutečnost, že čím více lidí a čím více interakcí, tím větší i pravděpodobnost, že se jedinec setká se samotným (A)TCK anebo alespoň narazí na tento koncept.

3.3. Příjem jako prediktor stereotypizace

Jako poslední prediktor stereotypizace (A)TCK jsme zvolili příjem respondentů. Příjem respondenta by v tomto kontextu mohl být významný hned z několika důvodů. Do jisté míry se od něj odvíjí životní styl jedince. Větší města mívají i větší průměrný příjem obyvatel. (OECD, 2016) Z toho můžeme vyvodit, že lidé s vyšším příjmem se mohou spíše vyskytovat ve větších městech. Jak bylo vysvětleno v kapitole o velikosti místa bydliště, zde jsou poté větší šance na setkání se s (A)TCK. Vyšší příjem je taktéž zvýhodňujícím prostředek, co se týče cestování, ať už ve smyslu dovolené anebo v souvislosti s pracovní náplní jedince. To opět rozšiřuje povědomí, zkušenosti a šance na obeznámení se s existencí (A)TCK. Příjem může taktéž souviset se vzděláním. Vzhledem k pracovním pozicím, které rodiče (A)TCK obvykle vykonávají, lze předpokládat, že mívají vysokoškolské vzdělání. Jak bylo v práci Millerové (2019) zjištěno, (A)TCK jsou bohatí na různé druhy kapitálů, včetně kulturního, který se projevuje i v míře vzdělání. Tato souvislost příjmu a vzdělání by mohla být taktéž faktorem zvyšujícím pravděpodobnost setkání se či kontaktu s (A)TCK.

3.4. Shrnutí sociodemografických údajů jako prediktorů stereotypizace

Představili jsme si jak věk, velikost místa bydliště a příjem respondentů může hrát roli v míře jejich obeznámenosti s (A)TCK. Pro objasnění jsme použili jen několik demonstrativních důvodů, ale hlubším zabýváním se touto tematikou bychom jistě objevili i další způsoby jak věk, příjem či velikost místa bydliště může mít vliv na obeznámenost s probíranou tematikou. Domníváme se, že znalost konceptu třetí kultury nebo dokonce přímá znalost (A)TCK může ovlivňovat i míru stereotypizace. To dokládá i Graf (2015, p. 183), která potvrdila, že „(...) kontakt s příslušníky nečlenské skupiny (...) zlepšuje postoje k této nečlenské skupině.“ Proto předpokládáme, že vybrané sociodemografické údaje budou mít i v našem případě vliv na stereotypizaci a že se stereotypizování (A)TCK může lišit v závislosti na tom, do které kategorie v daném sociodemografiku respondent spadá (tj. jestli pochází z nízkopříjmové kategorie nebo naopak z vysokopříjmové apod.).

4. Metody využité ke zkoumání stereotypizace (A)TCK

V této kapitole vás seznámíme s jednotlivými metodami, které jsme využili při měření stereotypizace (A)TCK českou společností. Nejprve shrneme význam měření jednotlivých kapitálů (ekonomického, sociálního, kulturního a lidského) a poté přistoupíme k psychologickým a sociologickým testům, které byly pro tyto účely taktéž využity. Celkem je tak samotné zkoumání stereotypizace rozčleněno do čtyř oblastí; měření názorů na vnímané kapitály, osobnostní charakteristiky dle Big Five, vřelost a kompetence dle Stereotype Content Modelu a Bogardusova škála sociální distance. Každá z těchto oblastí a každý z těchto testů se primárně soustředí na zkoumání odlišných položek. My jsme se těmito testy inspirovali při tvorbě dotazníku. Využíváme je, spolu s vlastním měřením vnímaných kapitálů, k utvoření komplexnějšího náhledu, prostřednictvím několika dimenzí, jak jsou (A)TCK vnímáni českou společností.

4.1. Kapitály

Pro účely měření stereotypizace (A)TCK českou společností jsme se rozhodli navázat na teoreticky zpracované téma kapitálů u (A)TCK od Millerové (2019), kde je každý kapitál analyzován v kontextu třetí kultury a závěrem je, že (A)TCK skutečně jsou bohatí na všechny zkoumané kapitály; tj. ekonomický, sociální, kulturní i lidský, a že životní styl, se kterým se třetí kultura váže, této skutečnosti významně přispívá. I proto nás zajímá, zda lidé, kteří nejsou inherentní součástí tohoto sociálního fenoménu, vnímají, že (A)TCK takové kapitály mají.

Ačkoliv jsou někteří (A)TCK bohatí na všechny kapitály, je nutné si uvědomit, že se jedná o obdobně komplexní skupinu lidí jako je většinová společnost. Ano, jsou charakteristiky, faktory, na jejichž základě je možné tuto skupinu determinovat od většinové společnosti a existují v rámci této skupiny sdílené prvky (což je však aplikovatelné na celou řadu sociálních fenoménů). Ale stále platí, že jeden (A)TCK může být velmi odlišný od jiného (A)TCK. A co platí pro jednoho jedince nemusí být aplikovatelné na celek, do kterého je škatulkován. To je celý princip generalizování a labelizace, což jsou témata, která v sociálních vědách hojně diskutujeme v kontextu rasových a etnických skupin. Problém generalizace se v kontextu (A)TCK pojí i se skutečností, že, obdobně jako v reálné společnosti, i mezi (A)TCK může existovat určitá hierarchie. V některých případech může být dokonce výraznější než v běžné populaci, v závislosti na zdroji (A)TCK, tj. jestli se jedná o lidi z misionářských, vládních, diplomatických aj. poměrů. Od pozice rodiče se v některých případech odvíjí i hierarchické umístění TCK. A od toho se odvíjí

i jaké školy bude TCK navštěvovat, zda bude skutečně prestižní anebo zcela běžná. Nebo zda jsou TCK a jejich rodina nadstandardně finančně zajištěná anebo zcela průměrně či dokonce podprůměrně. Stejně jako v jakékoliv jiné populaci, ne veškerá (A)TCK dosahují stejných benefitů. Prekérnost této situace nastává ve skutečnosti, že (A)TCK jsou nejspíše vnímáni jako vysoce privilegovaná skupina a automaticky tak může být předpokládáno, že se s fenomény jako je sociální exkluze či šikana v běžném životě příliš nesetkávají. (Millerová, 2019) Opak může být pravdou. (A)TCK mohou mít ve výsledku s minoritními rasovými a etnickými skupinami společného více než by se na první pohled mohlo zdát. Ačkoliv se domníváme, že zástupci českých (A)TCK budou v téměř 100 % bílí Češi.²⁰

Nejen z výše zmíněných důvodů (generalizace, labelizace apod.) není ideální chovat stereotypy, ať k (A)TCK nebo k jiným skupinám. Specifikum této sociální skupiny vnímáme i v možných protichůdných výsledcích napříč způsoby měření stereotypizace. V případě (A)TCK předpokládáme spíše pozitivně laděné stereotypy, zejména v oblasti kapitálů. Zde vnímáme problematiku v předpokladu české společnosti, že někomu, kdo je kupříkladu finančně zajištěný (projev ekonomického kapitálu), navštěvuje prestižní školy (projev kulturního kapitálu), má známosti (projev sociálního kapitálu) a je schopný vést lidi (projev lidského kapitálu), pak mohou být přisuzovány spíše negativní osobnostní charakteristiky v testu Big Five anebo mohou nabývat vyšších hodnot reprezentujících kompetenci v SCM. Tato domněnka vychází z kontextu SCM (kterému se věnujeme níže) a z již zmiňovaných závistivých stereotypů, které odhadujeme, že mohou být s (A)TCK spojovány.

4.2. Big Five

Model pěti základních dimenzí osobnosti je obvykle využíván jako jeden z mnoha psychologických testů zkoumajících lidskou osobnost, kterým jedinci testují sami sebe. Test se skládá z pěti faktorů:²¹ *otevřenosti, svědomitosti, extraverze, přívětivosti a neuroticismu*, které vychází z práce celé řady autorů. (Allport, 1937; Cattell, 1957, 1965; Eysenck, 1947; Goldberg, 1981, 1993; Norman, 1963; Tupes & Christal, 1961) Takto komplexní přístup zkoumající pět oblastí osobnosti nám poskytuje hlubší porozumění ve vnímání fenoménu jako jsou (A)TCK. Konkrétně tato metoda má pro nás

²⁰ Nemáme data, která by mapovala rasové zastoupení (A)TCK, ale vycházíme ze všeobecné skladby české populace, která je v převážné většině bílá.

²¹ Anglické znění, v pořadí výskytu: *openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, neuroticism (emotional stability)*.

přínos právě svým psychologickým přesahem. Při tvorbě dotazníku jsme se inspirovali především jednotlivými reprezentanty pěti dimenzí osobnosti dle Big Five. Vzhledem do vnímání (A)TCK skrze proměnné používané v testech Big Five získáváme relevantnější data z pohledu stereotypů spojených s touto skupinou. Metoda Big Five je v sociálních vědách nejen známá, ale je také považována za validní a reliabilní způsob měření osobnostních charakteristik.²² To je důvod, proč jsme se pro účely měření inspirovali právě touto ověřenou metodou jako dílčím faktorem zkoumání stereotypizace (A)TCK.

Studie Dewaele a Oudenhoven (2009) využila ke zkoumání vlivu vícejazyčnosti a multikulturalismu na osobnostní charakteristiky TCK metodu MPQ (Multicultural Personality Questionnaire). MPQ se svými faktory podobá Big Five, skládá se z *kulturní empatie, otevřenosti novým názorům, sociální iniciativy, emoční stability a flexibility*. Zejména v případě faktorů měřících otevřenost a emoční stabilitu se jedná víceméně o prolínající se faktory MPQ a Big Five. Vzhledem k tomu, že tato studie byla vykonána přímo na TCK, můžeme posléze porovnat, zda se to, co si o (A)TCK myslí respondenti, shoduje se zjištěními naměřenými přímo z pohledu TCK o nich samých. „Statistické analýzy odhalily, že TCK skórují výše v dimenzích otevřenosti a kulturní empatie a níže skórují v emoční stabilitě.“ (Dewaele, Oudenhoven, 2009, p. 443) Je otázkou, do jaké míry se bude pohled někoho jiného, v našem případě Čechů, na TCK, shodovat s výsledky výše zmíněného výzkumu.

4.3. Stereotype Content Model

Jelikož je Stereotype Content Model (SCM), na rozdíl od téměř století zažité Bogardusovy škály, relativně nová metoda,²³ považujeme za důležité rozvést v čem spočívá a čím je pro naše měření relevantní. Jedná se o novější způsob nahlížení a měření stereotypů. Model se zakládá na dvou hlavních pilířích, a to na *kompetenci a vřelosti*. Jak autoři modelu tvrdí: „(...) dimenze stereotypů vychází z interpersonálních a vnitroskupinových interakcí. Když se lidé setkávají s ostatními, ať už jako individua nebo jako členové skupiny, chtějí vědět, jaké jsou cíle protějšku vůči nim samým anebo

²² „S přesvědčivou faktoriální strukturou a vysokou realibilitou (Cronbachova alfa), byla [metoda] vhodná pro užívání v profesionálním kontextu (kariérní poradenství, výběrová řízení, rozvoj personálu, coaching). (...) Po první rozsáhlé standardizační a validační studii, která proběhla v roce 2012, byl inventář znovu přezkoumán v roce 2020 na rozsáhlém vzorku (n = 21 048). Veškerá měření dosáhla přesvědčivých psychometrických hodnot (Cronbachova alfa mezi .76 a .90), což jsou výsledky, které se téměř neliší od hodnot naměřených v roce 2012.“ (Satow, 2021, p. 2)

²³ Fiske et al. publikovali článek představující tento model v roce 2002.

vůči jejich in-group a jak efektivně bude druhá strana o tyto cíle usilovat. Tj. jedinec chce znát záměry (pozitivní nebo negativní) a schopnosti svého protějšku; tyto charakteristiky korespondují s percepcí vřelosti a kompetence (...)“ (Fiske et al. 2002, p. 879) Dimenze vřelosti tedy reprezentuje záměr zkoumaného subjektu a dimenze kompetence reprezentuje schopnost tento záměr naplnit. Výsledkem těchto dvou dimenzí jsou v ideálním případě čtyři distinktivní clustery, které korespondují se čtyřmi kvadranty, které získáme protnutím zmiňovaných dvou dimenzí (vřelost a kompetence). Získáme tak následující kombinace: NK-VV (*nízká kompetence, vysoká vřelost*), VK-VV (*vysoká kompetence, vysoká vřelost*), NK-NV (*nízká kompetence, nízká vřelost*) a VK-NV (*vysoká kompetence, nízká vřelost*).²⁴ Podle toho, do jaké skupiny je jedinec zařazen, jsou k němu chovány buď paternalistické, obdivné, opovržlivé nebo závistivé stereotypy.²⁵ Pro lepší pochopení kategorizace viz Tabulka 1, převzatá od Fiske et al. (2002).

Tabulka 1: Čtyři typy stereotypů vyplývající z kombinace vřelosti a kompetence, charakteristika skupiny a od toho odvozené afektivní reakce okolí na danou skupinu

VŘELOST	KOMPETENCE	
	Nízká	Vysoká
Vysoká	<i>Paternalistické stereotypy</i> Nízký status, nesoupeřivý Lítost, sympatie (např. staří lidé, postižení lidé, ženy v domácnosti)	<i>Obdivné stereotypy</i> Vysoký status, nesoupeřivý Hrdost, obdiv (např. in-group, blízcí spojenci)
	<i>Opovržlivé stereotypy</i> Nízký status, soupeřivý Opovržení, odpor, vztek, rozhořčení (např. lidé pobírající podporu, chudí lidé)	<i>Závistivé stereotypy</i> Vysoký status, soupeřivý Závist, žárlivost (např. Asiaté, Židi, bohatí lidé, feministky)

Zdroj: Fiske et al. (2002, p. 881)

Podle toho, do jaké skupiny je jedinec zařazen, k němu lidé, podle Fiske et al., cítí určité emoce. Čtyři vyvolávané emoce tedy jsou u NK-VV lítost a sympatie, u VK-VV obdiv a hrdost, u NK-NV opovržení, odpor, vztek či rozhořčení, znechucení a u VK-NV závist a žárlivost. V závislosti na tom, jaké stereotypy si Češi spojují s (A)TCK, můžeme vyvodit i jaké emoce, na základě SCM, mohou lidé k (A)TCK pociťovat. To celé

²⁴ Původní anglická verze: LC-HW (*low competence, high warmth*), HC-HW (*high competence, high warmth*), LC-LW (*low competence, low warmth*) a HC-LW (*high competence, low warmth*).

²⁵ Paternalistickými stereotypy je myšlen nadřazenější přístup, který má však ochranný nebo otcovský charakter.

vypovídá o přístupu k naší zkoumané skupině. Je zřejmé, že se jedná do jisté míry o zjednodušený model pracující s ideálními kategoriemi. Nepředpokládáme, že bychom byli schopní (A)TCK zcela jasně zařadit do jednoho ze čtyř jmenovaných clusterů. Využíváme však tento náhled jako oporu pro případ, že by se přeci jen v souvislosti se stereotypizací (A)TCK objevily nějaké smysluplné tendence k jednomu z clusterů SCM.

V kontextu (A)TCK předpokládáme, že budou respondenti schopni identifikovat vyšší výskyt kapitálů reflektujících socioekonomický status. Dále pak předpokládáme, že v rámci měření SCM budou výsledky korespondovat také s vyšší mírou kompetence. Dle autorů „[s]ocioekonomicky úspěšné out-groups představují kompetitivní hrozbu a jejich úspěch vzbuzuje závist.“²⁶ (Fiske et al., 2002, p. 880) Zároveň, pokud by se prokázala nižší míra vřelosti, SCM vysvětluje, proč by (A)TCK mohli být vnímáni jako out-group umocněné určitým sociálním vyloučením: „Stereotypy nízké vřelosti ospravedlňují, proč jsou skupiny, kterým je záviděno, považovány za někoho, kdo se zajímá pouze o prohlubování vlastních cílů. Ke skupinám, kterým je záviděno, je tudíž pocíťován odpovídající odpor a jsou sociálně exkludovány.“ (Fiske et al., 2002, p. 880)

4.4. *Bogardusova škála sociální distance*

Byť se může tato metoda zdát pro dnešní výzkumy zastaralá,²⁷ stále se v sociálních vědách jedná o poměrně oblíbený způsob měření. Primárně má tato metoda za cíl zkoumat míru předsudků vůči konkrétní etnické či rasové skupině. (Geisinger, 2004) V Česku ji můžeme proto typicky znát z výzkumů, které se zabývají například rasovými předsudky vůči Romům anebo mírou sociální distance Romů vůči majoritě. (Ryšavý, 2003; Švejdová Jandová, 2021) Ve Spojených státech by to potom byli černoši, Hispánci či jiné etnické skupiny. (Horak Randall a Delbridge, 2005; Parillo a Donoghue, 2013; Weaver, 2008)

My využíváme Bogardusovu škálu sociální distance jako další z dílčích způsobů měření stereotypů, které si mohou Češi s (A)TCK spojovat. Zároveň nám je tato metoda, jelikož s její pomocí měříme míru sociální distance od většinové společnosti, schopná poskytnout informaci o vnímání (A)TCK. Zjišťujeme, jak blízko si jsou Češi ochotni pustit (A)TCK k tělu. Prostřednictvím toho usuzujeme, zda je lidé považují spíše za členy stejné skupiny

²⁶ Jako příklad out-groups, ke kterým jsou chovány stereotypy závesti, autoři uvádí např. Židy, Asiaty, kariéristky, feministky nebo sportovce. (Fiske et al., 2002) Vysoce kompetentní jedinci, kterým však lidé nepřisuzují příliš vysokou míru vřelosti.

²⁷ Jedná se o výzkumnou metodu, která byla vytvořena Emory Bogardem v roce 1925. (Hayes, 2003, p. 113)

čili in-group anebo naopak jako jiné čili out-group. Byť se SCM soustředí na stereotypizaci v závislosti na vřelosti a kompetenci, i tento model pracuje s pojmy in-group a out-group, právě v závislosti na zařazení jedince do jednotlivých skupin. V závislosti na výsledcích tak můžeme konfrontovat výsledky Bogardusovy škály sociální distance i s dílčím zjištěním z SCM.

4.5. Shrnutí metod využitých ke zkoumání stereotypizace (A)TCK

V této kapitole jsme představili čtyři dílčí způsoby, s jejichž pomocí zkoumáme a měříme stereotypizování (A)TCK českou společností. První metodou je zkoumání, jaké kapitály si lidé spíše spojují s (A)TCK. V měření jsme zastoupili čtyři druhy kapitolů; ekonomický, sociální, kulturní a lidský. Další využitou metodou pro měření stereotypizace jsou osobnostní charakteristiky inspirované pěti dimenzemi Big Five, které si mohou lidé spojovat s (A)TCK. Využíváme k tomu zkrácenou formu tohoto dotazníku. Třetí metodou je SCM čili Stereotype Content Model, který využívá dvou os (vřelosti a kompetence) a jejich prostřednictvím člení vzorek do čtyř clusterů. My jsme se touto metodou inspirovali ke zkoumání vnímání míry vřelosti a kompetence (A)TCK. Potažmo, v závislosti na tom, ke kterému clusteru se dle názorů respondentů (A)TCK přibližují, využíváme tuto metodu také ke zkoumání emocí, které k nim česká společnost může chovat. Poslední zvolenou dílčí metodou pro zkoumání stereotypizace (A)TCK je Bogardusova škála sociální distance, která nám poskytuje informace o míře sociální distance (A)TCK od většinové společnosti a o tom, zda jsou vnímáni spíše jako in-group či out-group. Dohromady nám tyto čtyři způsoby zkoumání utváří komplexní náhled na stereotypizování (A)TCK.

5. Metoda

V této kapitole se zaměříme na způsob sběru dat, přiblížení si použitého vzorku a jak jsme jej vybírali. Dále představíme způsob, jakým jsme konstruovali použitý dotazník. Před samotným spuštěním sběru dat jsme navíc provedli předvýzkum, jehož shrnutí si taktéž představíme.

5.1. Sběr dat

Ke sběru dat jsme použili vlastní dotazník, který byl administrován prostřednictvím online panelu výzkumné agentury Behavio Labs s.r.o. Jedná se tak o metodu CAWI čili Computer-Assisted Web Interviewing. Tuto metodu jsme zvolili primárně pro její časovou a finanční efektivitu. (Wright, 2006) Umožnila nám sběr vyššího počtu respondentů a zároveň jsme takto mohli kontrolovat správné zaplnění zvolených kvót. Sběr pomocí CAWI je pro respondenty také více interaktivní a umožnil nám vytvořit vizuálně zajímavější dotazník, což celkově přispívá k příjemnějšímu zážitku respondenta z vyplňování. Sběr byl proveden online na kvazi-reprezentativním vzorku respondentů v České republice. Jednalo se o respondenty české národnosti. Sběr samotný se uskutečnil od 15. do 21. března 2022.

5.2. Vzorek

Dotazník jsme poslali 1 202 lidem a vyplnilo jej celkem 582 respondentů. Míra návratnosti je tak téměř 50 %. Do finálního výběru jsme však vybrali jen 500 respondentů. Vzorek byl vybrán na základě kvótního výběru. Jedná se o kvóty vázané. Reprezentativně jsme zaplnili následující kvóty: pohlaví, věk, velikost místa bydliště, kraj, zaměstnání,²⁸ vzdělání,²⁹ voliči vybraných politických stran z roku 2021,³⁰ nevoliči a příjem. Vzorek je tak kvazi-reprezentativní pro českou online populaci od 18 do 94 let. Dotazník vyplňovali respondenti, kteří jsou evidovaní v panelu výzkumné agentury Behavio Labs s.r.o. Předpokladem pro to, aby respondent obdržel jakýkoliv dotazník, je nejprve vyplnění tzv. *intro setů* čili vstupních dotazníků. Prostřednictvím těchto vstupních dotazníků získává agentura o respondentech veškeré potřebné sociodemografické údaje. Díky tomu jsme mohli korigovat zaplňování jednotlivých kvót, snížit počet rozeslaných dotazníků (tudíž snížit i finanční náročnost sběru) a zároveň zkrátit jak dobu sběru, tak délku samotného dotazníku, kde již nebylo nutné zahrnovat otázky týkající se sociodemografických údajů.

²⁸ Na plný úvazek, mateřská dovolená, student, důchodce.

²⁹ Základní, střední bez maturity, střední s maturitou, vysokoškolské.

³⁰ ANO 2011, Piráti a STAN, SPD, SPOLU.

5.3. Sociodemografická charakteristika vzorku

Nejprve se věnujeme zjištěním z pohledu celého vzorku. Poté se blíže zaměřujeme na analýzu stereotypizace v závislosti na konkrétních sociodemografických údajích respondentů. Konkrétně skrze věk, příjem a velikost místa bydliště respondenta. Tato sociodemografika uvádíme podrobněji, jelikož vstupují do analýzy jako nezávislé proměnné.

Věkové rozložení v našem vzorku je agregované do skupin, nejdříve po pěti letech, posléze po deseti letech. Věkové kategorie jsme agregovali před analytickou částí. Agregaci do takovýchto skupin opíráme o zavedený způsob analýzy ve výzkumné agentuře, která nám umožnila sběr dat. Důvodem, proč je první, nejmladší skupina, agregovaná do pětiletého rozpětí je její specifická oproti zbylým kategoriím. Tato nejmladší věková kategorie se liší v různých ohledech. Ať už svým volebním chováním, zájmy nebo zpravidla nižší návratností dotazníků. Ve chvíli, kdy bychom spojili tuto nejmladší věkovou kategorii s kategorií nad ní, mohli bychom tak přijít o rozdíly mezi těmito věkovými kategoriemi. Tomu se snažíme vyvarovat, jelikož předpokládáme, že stereotypizování (A)TCK mladými lidmi se může lišit od zbylých, starších, věkových kategorií. Konkrétní zastoupení je k dispozici v níže uvedené Tabulce 2.

Tabulka 2: Přehled věkového zastoupení vzorku

Věk (v letech)	Absolutní četnost v kvótním výběru	Relativní četnost v kvótním výběru (v %)
18-24	44	9
25-34	95	19
35-44	116	23
45-54	106	21
55-64	76	15
65+	63	13
Celkem	500	100

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

Příjem máme také agregovaný, a to do tří kategorií: nízko příjmoví jedinci, lidé se středně velkým příjmem a lidé s vysokým příjmem. I v tomto případě vycházíme ze zavedených kategorií využívaných v agentuře Behavio Labs s.r.o. Do nízko příjmové kategorie spadají lidé, kteří mají příjem menší než 15 000 Kč. Střední příjem je od 15 000 Kč do 23 000 Kč a vysoký příjem je od 23 000 Kč výše.

Tabulka 3: Přehled zastoupení příjmu vzorku

Příjem	Absolutní četnost v kvótním výběru	Relativní četnost v kvótním výběru (v %)
Nízký	183	36
Střední	193	39
Vysoký	124	25
Celkem	500	100

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

Sociodemografický údaj o velikosti místa bydliště je taktéž agregovaný. Důvody rozložení kategorií jsou stejné jako v případě věku a příjmu. Kategorie velikosti místa bydliště jsou: město od 0 – 2 000 obyvatel, 2 001 – 10 000 obyvatel, 10 001 – 50 000 obyvatel a města čítající více než 50 000 obyvatel. Jednotlivé zastoupení respondentů v těchto kategoriích je k nahlédnutí v Tabulce 4.

Tabulka 4: Přehled velikosti místa bydliště vzorku

Velikost města	Absolutní četnost v kvótním výběru	Relativní četnost v kvótním výběru (v %)
0 – 2 000	132	26
2 001 – 10 000	107	22
10 001 – 50 000	104	21
50 001+	157	31
Celkem	500	100

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

Ačkoliv pohlaví respondentů nevstupuje do analytické části, doplnili bychom ještě informaci o jeho zastoupení v našem vzorku. Ten se skládá z 249 mužů a 251 žen, pohlaví jsou tak zastoupena v téměř stejné míře.

5.4. Konstrukce dotazníku

Konceptualizací a operacionalizací tématu stereotypizace je mnoho. Jelikož usilujeme o robustní závěry práce a nenalezli jsme žádný standardizovaný způsob měření stereotypů pro danou skupinu, rozhodli jsme se pro komplexní přístup inspirovaný několika již existujícími testy. Využíváme tedy hned několika způsobů, jak stereotypy měřit. Ty budeme poté poměřovat mezi sebou, jestli se ve svých závěrech shodují, či nikoliv. Každá metoda byla zkonstruována s trochu jiným záměrem, každá metoda tudíž i primárně měří něco trochu jiného, jelikož záleží na její konkrétní interpretaci stereotypizace. Jako celek však všechny zvolené metody měří faktory, jejichž kombinací předpokládáme, že lze získat souhrnnou informaci o stereotypech spojených s (A)TCK.

Dotazník měřící stereotypy Čechů vůči (A)TCK se celkem skládá z pěti částí: z úvodu, měření názorů respondentů na kapitály, osobnostní charakteristiky dle Big Five, SCM a Bogardusovy škály sociální distance. V úvodu se respondentů ptáme na obecné otázky; *Jestli vědí, kdo jsou TCK či jestli někoho takového znají*. Jelikož termíny TCK a (A)TCK nejsou příliš známé, představujeme v této části dotazníku i definici (A)TCK a později respondentům předkládáme i několik reálných profilů (A)TCK pro lepší pochopení tématu. Před samotným měřením si tak respondent přečte definici a čtyři profily (dva dětské, tj. TCK a dva dospělé, tj. ATCK). Pro jistotu jsme do této úvodní části zakomponovali i otázky zkoumající, zda respondenti konceptu (A)TCK rozumí. Nejprve po přečtení definice a poté ještě po představení profilů. Po předložení definice (A)TCK konceptu porozumělo 63 % respondentů. Poté, co si respondenti kromě definice přečetli i profily reprezentující (A)TCK konceptu porozumělo 95 %. Máme tak zjištěno, že ačkoliv se může koncept zdát složitější, respondenti mu pro účely našeho měření, dle jejich názoru, porozuměli dostatečně.

Součástí dotazníku byly i přestávky, které slouží jako okamžik pro odpočinek pro respondenta. Zároveň jsou využívány k lehkému narušení pozornosti respondenta. Tím máme na mysli, když respondent vyplňuje obdobným způsobem několik otázek za sebou, může mít sklony k bezmyšlenkovitému rozřazování položek. Vložením pauzy mezi otázky tak svým způsobem restartujeme jeho pozornost a zajišťujeme tím uvědomělejší zodpovídání otázek. V dotazníku jsme taktéž hodně využívali randomizace jak celých sad otázek, tak položek v rámci jednoho měřicího nástroje. Díky tomu předcházíme možnému zvýhodňování některých položek apod. Celkově by tato doplnění měla napomáhat k vyšší kvalitě měření. Na závěr je nutné zmínit, že forma dotazníku a jeho provedení (tj. formulace otázek, odpovědí, přestávky mezi otázkami atd.) byla ovlivněna charakteristickým stylem dotazníkového šetření agentury, která nám poskytovala sběr. Nyní k samotnému praktickému využití měřicích metod.

5.4.1. Kapitál

V měření máme tedy zastoupené čtyři standardní druhy kapitálů: ekonomický, sociální, kulturní a lidský. Každý kapitál je v dotazníku reprezentován dvěma položkami. Respondentů se tedy neptáme explicitně, zda (A)TCK přisuzují např. vysoký sociální kapitál, ale ptáme se jich, zda si myslí, že jsou (A)TCK dobře finančně zajištěni atd. Získáváme tak informaci o názorech respondentů na reprezentanty jednotlivých druhů kapitálů spojovaných s (A)TCK. Z toho odvozujeme vnímaný kapitál (A)TCK.

Poté můžeme porovnat, zda je některý ze zmiňovaných kapitálů přisuzován (A)TCK např. výrazně více než jiný anebo jim jsou výrazně přisuzovány všechny měřené kapitály. Jednotlivé typy kapitálů jsou v dotazníku zastoupeny následovně (viz Tabulka 5):

Tabulka 5: Přehled měření kapitálů

Druh kapitálu	Reprezentace daného kapitálu v dotazníku
Ekonomický kapitál	<i>jsou finančně zajištěni mají velký majetek</i>
Sociální kapitál	<i>znají se s celebritami a VIP osobnostmi mají známé na těch správných místech</i>
Kulturní kapitál	<i>studují na prestižních školách umí hrát na hudební nástroje</i>
Lidský kapitál	<i>věnují se osobnímu rozvoji jsou schopní vést lidi</i>

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

U měření názorů na vnímané kapitály (A)TCK jsme použili čtyřbodovou škálu odpovědí a možnost *nevím*: rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, vůbec ne a nevím.

5.4.2. Big Five

Kompletní dotazník měřící osobnostní charakteristiky (Big Five) se skládá ze 44 položek. Pro účely našeho měření využíváme kratší formu tohoto dotazníku převzatou od Rammstedta a Johna (2007). Využíváme jej v našem dotazníku k měření vnímaných osobnostních charakteristik (A)TCK z pohledu Čechů.³¹ Kratší verzi jsme zvolili primárně z důvodu úspory času a náročnosti vyplňování pro respondenty. Jelikož se naše dotazníkové šetření skládá hned z několika dílčích dotazování, využívání plných verzí dotazníků by bylo příliš vyčerpávající. Lze předpokládat, že zjednodušení sady otázek ovlivní kvalitu zjištění, nicméně: „(...) výsledky indikují, že měření BFI-10 [Big Five Inventory využívající 10 otázek] zachovává signifikantní úroveň reliability a validity. Redukce položek BFI-44 [Big Five Inventory využívající celou sadu skládající se ze 44 otázek] na méně, než čtvrtinu původních položek tudíž sice ovlivní velikost účinků, které byly nižší než v případě použití BFI-44, ale pro výzkum je stále dostačující (...).“ (Rammstedt a John, 2007, p. 203) Zároveň, i kdyby v tomto ohledu došlo k ovlivnění

³¹ Big Five se primárně používá jako sebehodnotící test, ale my jej využíváme pro hodnocení někoho jiného, (A)TCK, to může mít teoreticky vliv na naměřené výsledky.

výsledků, my využíváme dotazník Big Five primárně jako inspiraci pro zkoumání názorů na osobnostní charakteristiky (A)TCK. Používáme tak Big Five jiným způsobem, než k jakému byl původně vyvinut, jelikož s jeho pomocí nezkoumáme osobnostní charakteristiky respondentů, nýbrž jejich názor na jinou sociální skupinu, a to (A)TCK.

V dotazníku je každý faktor zastoupen charakteristikami, které mohou respondenti k (A)TCK přiřadit. Nejen, že těmito zjištěními přispíváme ke komplexnějšímu chápání vnímání (A)TCK českou společností, ale zároveň, podle toho, které charakteristiky respondenti k (A)TCK přiřazují (tj. spíše pozitivní či spíše negativní), lze vyvodit, jak o nich usuzují, tj. jak je stereotypizují, případně zda spíše pozitivně či negativně.

Deseti položková verze dotazníku od Rammstedta a Johna pracuje se dvěma položkami na jeden faktor osobnosti, z čehož jedna ze dvou položek je skórována opačně. Faktor *otevřenosti* máme tedy v dotazníku zastoupen položkami *mají živou představivost* a *mají málo zájmů* (reverzní skór). Faktor *svědomitosti* je zastoupen položkami *odvádí dobrou práci* a *jsou líní* (reverzní skór). Faktor *extraverze*: *jsou společenští*, *jsou rezervovaní* (reverzní skór). Faktor *přívětivosti*: *jsou důvěřiví*, *hledají na všem chyby* (reverzní skór) a faktor *neuroticismu*: *jednoduše znervózní* a *jsou uvolnění*, *dobře zvládají stres* (reverzní skór). I v případě měření osobnostních charakteristik dle Big Five jsme použili čtyřbodovou škálu odpovědí a možnost *nevím*: rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, vůbec ne a nevím.

5.4.3. Stereotype Content Model

Výběr položek, kterými měříme dimenze SCM, tj. vřelost a kompetence, se opírá o studii autorky samotné metody SCM, Fiske (2018). V našem měření jsou tudíž dimenze zastoupeny následovně: dimenze vřelosti – *jsou vřelí, spolehliví, přátelští, poctiví, sympatičtí, upřímní* a dimenze kompetence – *jsou kompetentní, inteligentní, šikovní, efektivní, asertivní, sebevědomí*. Stejně jako v případě měření stereotypů spjatých s kapitály nebo v případě Big Five, i zde využíváme čtyřbodovou škálu odpovědí s možností *nevím*: rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, vůbec ne a nevím.

5.4.4. Bogardusova škála sociální distance

Bogardusovou škálou sociální distance jsme se v naší práci inspirovali jako prostředkem k měření sociální inkluze či exkluze (A)TCK. Předpokládáme, že jsou (A)TCK připisovány spíše kladně hodnocené vlastnosti a že jsou s nimi spojovány spíše pozitivní stereotypy. Zajímá nás proto, zda se toto vnímání propisuje i do situací, které odráží

realitu. Právě tento vhléd nám umožňuje využití metody Emoryho Bogarduse, která se datuje až do prvního čtvrtletí minulého století. V dotazníkovém šetření využíváme tvrzení zaměřující se na možnost přímého kontaktu s (A)TCK formou kolegiální, sousedské či učitelské blízkosti. Předpokládáme, že bude k (A)TCK panovat v tomto ohledu spíše inkluzivní přístup. Lidé budou zaujímat buď neutrální anebo pozitivní přístup k možnostem mít (A)TCK jako své kolegy v práci, budoucí zetě či snachy, nebo je mít za své sousedy.

K měření sociální distance Čechů vůči (A)TCK jsme se inspirovali původní Bogardusovou škálou sociální distance, která se skládá z dotazování se na názor na těchto sedm položek: (Bogardus, 1926)

- Blízcí příbuzní prostřednictvím manželského svazku. (skóre 1.00)
- Moji blízcí přátelé. (2.00)
- Sousedi ve stejné ulici. (3.00)
- Kolegové ve stejném zaměstnání (4.00)
- Občané v mé zemi. (5.00)
- Návštěvníci v mé zemi. (6.00)
- Vyloučil bych z mé země. (7.00)

Jedná se o kumulativní Guttmanovu škálu, kdy čím nižší skóre respondent obdrží, tím menší je míra sociální distance mezi dvěma zkoumanými skupinami. Minimální možná získaná hodnota je 0 a nejvyšší je u Bogardusovy originální škály je 7. Pro naše účely jsme museli Bogardusovu škálu mírně upravit, jelikož ne všechny položky se daly vhodně naformulovat pro zkoumanou skupinu. Jedná se zejména o položky reflektující občanství, které však (A)TCK již mají, mnohdy jich mají i vícero. Téma občanství tudíž nepovažujeme v tomto ohledu za relevantní. Proto jsme vyloučili položky zabývající se občanstvím a přítomností skupiny v zemi respondenta, tj. následující:

- Občané v mé zemi. (5.00)
- Návštěvníci v mé zemi. (6.00)
- Vyloučil bych z mé země. (7.00)

Využili jsme formulace vhodné pro téma (A)TCK a zbývající čtyři položky jsme doplnili o položku vyučujícího ve škole, abychom tak alespoň mírně rozšířili zredukovanou původní verzi. K této položce nás inspirovala práce Thyne a Lawsona (2001). Získali jsme tím pěti položkovou měřicí škálu v tomto znění:

- Představte si, že by si vaše dcera nebo syn přivedl/a domů TCK.
- Představte si, že je váš blízký přítel TCK.
- Představte si, že by se vedle vás přistěhoval TCK.

- Představte si, že máte kolegu TCK v práci.
- Představte si, že učitel, který ve škole učí vaše děti, je TCK.

V případě položek Bogardusovy škály sociální distance jsme využili pouze tříbodovou škálu odpovědí (viz Příloha A – Dotazník).

5.5. Předvýzkum

Jelikož je jak téma, tak způsob měření, do jisté míry neobvyklé, rozhodli jsme se pro jistotu před spuštěním sběru provést předvýzkum. Cílem bylo podchytit veškeré možné nejasnosti, které by při sběru naostro mohly ovlivnit výsledky výzkumu. Značná pozornost byla věnována definici (A)TCK a profilům reprezentujícím (A)TCK, což bylo stěžejní pro pochopení tématu. Předvýzkumu se zúčastnilo 15 respondentů, jak mužů, tak žen, ve věkovém rozmezí 24 až 48 let zastupující různé pracovní pozice, nicméně jednalo se o zaměstnance jedné firmy. Dotazník jim byl zprostředkován online, stejným způsobem a formou, jakou jej posléze obdrželi i respondenti ze samotného výzkumu. Při vyplňování dotazníku v předvýzkumu měli respondenti možnost se volně vyjadřovat k čemukoliv, co by se jim mohlo zdát nesrozumitelné. Zároveň nám poskytli i zpětnou vazbu ve smyslu konstrukce dotazníku a vysvětlili nám i své odpovědi.

Dotazník a kladené otázky se zdály respondentům z předvýzkumu jasné, nikdo neměl problém s porozuměním. Jedna respondentka navrhovala zrušení druhé otázky na srozumitelnost, která se respondentům zobrazila po představení profilů (A)TCK. Tuto změnu jsme zavrhnuli, jelikož pro nás bylo důležité vědět, zda respondenti koncept dostatečně pochopili. Co se týče samotných odpovědí, v jednom případě zaznělo, že respondentka mnohdy odpovídala, že neví. Důvodem ale údajně nebyla nesrozumitelnost konceptu, nýbrž jednoduše indiferentní vztah ke zkoumané sociální skupině. Jelikož jsme v předvýzkumu nenarazili na významné nesrovnalosti nebo opakující se námitky na žádnou z částí dotazníku, nedošlo k významným úpravám. Opravili jsme spíše jen drobné gramatické chyby nebo vizuální provedení dotazníku.

6. Analýza dat

Analýza se skládá ze dvou větších celků, analýzy hlavních zjištění a analýzy průměrových indexů a sociodemografických údajů. Nejprve se věnujeme interpretaci nasbíraných dat a výsledkům analýzy stereotypizace (A)TCK z pohledu Čechů všeobecně. Tuto část považujeme za primární zdroj hlavních zjištění. Druhá část figuruje spíše jako nadstavba, k této primární první části. Věnujeme se zde analýze dat z pohledu vybraných sociodemografických údajů respondentů. Proto je nutné v této kapitole rozvést způsob práce s nasbíranými daty, reliabilitu použitých metod pro analýzu vztahů mezi vybranými sociodemografiky respondentů a stereotypizací (A)TCK a přípravu proměnných pro tuto analýzu. Finální vzorek využitý v obou analytických částech byl vybrán na základě kvótních výběrů, které agentura, která nám umožnila sběr dat, standardně využívá tak, aby korespondovaly s českou populací. Kvótní výběry se aktualizují podle nejnovějších dat z Českého statistického úřadu. Proto si myslíme, že můžeme závěry vztahovat na všeobecnou českou populaci. Vybraná základní sociodemografika vzorku jsme již představili v podkapitole *Sociodemografická charakteristika vzorku*.

6.1. Způsob zpracování dat

Získaná data jsme analyzovali v programech IBM SPSS Statistics 23, Microsoft Excel a online interního programu výzkumné agentury Behavio Labs s.r.o. Tyto programy jsme využili pro deskriptivní statistiky, analýzu frekvencí, korelací, třídění prvního stupně, třídění druhého stupně apod. Dále pak jsme využili explorační faktorovou analýzu při zkoumání reliability použitých měřicích metod (viz podkapitola *Reliabilita použitých metod*).

6.2. Reliabilita použitých metod pro analýzu stereotypizace (A)TCK v závislosti na sociodemografických údajích respondentů

Než přistoupíme k samotným výsledkům měření, podíváme se na spolehlivost použitých testovacích metod, tj. měření vnímaných kapitálů, osobnostních charakteristik vycházejících z Big Five, SCM a Bogardusovu škálu sociální distance.

6.2.1. Kapitály

Jelikož každý druh kapitálu měříme pouze dvěma proměnnými, reliabilitu měření vnímaných kapitálů zkoumáme prostřednictvím korelační matice a Spearmanova rho. Obecně vztahy mezi proměnnými měřícími názory na jednotlivé druhy kapitálů jsou spíše

středně silné. Nejvyšší korelace dosahují proměnné reprezentující ekonomický (0,56) a lidský kapitál (0,53). Poté následuje kapitál sociální (0,42) a nejslabší korelace proměnných je u kapitálu kulturního (0,35). Měřicí metodu kapitálů jsme se rozhodli ověřit ještě pomocí faktorové analýzy. Podle Scree Plotu by se jednalo spíše o dva faktory. Pro účely práce vycházíme ze zavedených čtyř druhů kapitálů. Výsledky mohou být ovlivněny vysokým výskytem missingů. Na soubor otázek, tj. všechny položky, týkajících se vnímaných kapitálů u (A)TCK odpovědělo 149 respondentů z celkových 500.

6.2.2. Big Five

I v případě názorů na osobnostní charakteristiky dle Big Five měříme každou dimenzi osobnosti jen dvěma proměnnými, a proto zkoumáme reliabilitu opět skrze korelační matici a Spearmanovo rho. Obecně vztahy mezi proměnnými reprezentujícími jednotlivé dimenze Big Five jsou poměrně slabé. Nejvyšší korelace dosahuje 0,19 a nejnižší 0,03. Měřicí nástroj Big Five jsme se, stejně jako otázky zaměřené na zkoumání vnímaných kapitálů, rozhodli ověřit ještě pomocí faktorové analýzy, ale i v tomto případě pětifaktorové řešení nemělo odpovídající strukturu. To mohla ovlivnit skutečnost, že původní dotazník Big Five je určen ke zkoumání pěti dimenzí osobnosti u daného respondenta, nikoliv ke zkoumání názorů na někoho jiného. Na základě Scree Plotu jsme zkusili variantu se čtyřmi faktory. Varianta faktorové analýzy se čtyřmi faktory je lépe interpretovatelná, nicméně, pro účely analýzy stereotypizace v závislosti na sociodemografických údajích se držíme zavedené pětifaktorové varianty. Zároveň je možné, že jsou vztahy mezi proměnnými slabé proto, že máme u otázek vysokou hodnotu missingů. Na soubor otázek, tj. všechny položky, měřící osobnostní rysy odpovědělo 142 respondentů z celkových 500.

6.2.3. Stereotype Content Model

Při analýze dat pro SCM jsme se drželi zavedeného postupu v literatuře a data jsme analyzovali jako dvě zavedené škály: vřelost a kompetence. Jelikož máme každou škálu SCM reprezentovanou šesti proměnnými, reliabilitu SCM zkoumáme prostřednictvím Cronbachovo alfa, jehož hodnota by v ideálním případě měla být vyšší než 0,7. Cronbachovo alfa vychází pro škálu vřelosti 0,87 a pro škálu kompetence 0,79, což je pro nás uspokojivé. Pro jistotu jsme navíc provedli faktorovou analýzu, kde ale zátěže odpovídají spíše jednomu faktoru. Proto je nutné brát výsledky s rezervou. Stejně jako u vnímaných kapitálů a osobnostních rysů dle Big Five, i v případě SCM máme vyšší

výskyt missingů. Na soubor otázek, tj. všechny položky, odpovědělo 141 respondentů z 500. Celkem tak máme 359 missingů.

6.2.4. Bogardusova škála sociální distance

Reliabilitu Bogardusovy škály sociální distance jsme taktéž ověřovali prostřednictvím Cronbachovo alfa, jelikož byla zastoupena celkem pěti proměnnými. Cronbachovo alfa v tomto případě vychází 0,89, což je pro nás uspokojivé. Opět jsme navíc provedli faktorovou analýzu, kde škála podle Eigenvalue a Scree Plotu správně odpovídá spíše jednomu faktoru. Na rozdíl od předchozích způsobů měření, soubor otázek měřících vnímání sociální distance (A)TCK dle Bogardusovy škály zodpovědělo 437 respondentů z 500. Výskyt missingů zde tak byl nižší, pouze 63. Tomu, co mohlo v tomto případě způsobit nižší počet missingů se budeme věnovat v diskuzní části práce.

6.3. Příprava proměnných pro analýzu

Po zanalyzování primárních zjištění o znalosti a stereotypizaci (A)TCK se budeme věnovat zkoumání vztahů mezi vybranými sociodemografickými údaji a stereotypizací. Pro tento záměr musíme nejprve učinit několik přípravných kroků. Tato příprava proměnných slouží jako základ pro podkapitulu *Analýza průměrových indexů a sociodemografik*. Zbýlé proměnné nebylo potřeba dále upravovat či jinak připravovat pro další analýzu.

Odpovědi na veškeré proměnné použité ke zkoumání vnímání (A)TCK a jejich stereotypizaci jsme překódovali. Odpovědi u jednotlivých měřících metod byly kódovány hodnotami 1 až 4, kdy 1 je *rozhodně ano* a 4 je *vůbec ne*. U všech otázek byla taktéž k dispozici možnost *nevím*. Výjimkou byly otázky měřící vnímání sociální distance (A)TCK dle Bogardusovy škály, kde v případě, že respondent nevěděl, mohl otázku přeskočit. Úniková varianta tak byla k dispozici i zde. Jelikož jsme v případě osobnostních charakteristik Big Five pracovali i s reverzním skórováním, tyto opačné skóry jsme překódovali. *Rozhodně ano* tak u otázek měřících vnímané osobnostní rysy odpovídá hodnotě 4 a *určitě ne* hodnotě 1.

Zvolené měřící metody používáme ke zkoumání stereotypů jako celek, ale každá metoda se primárně zaměřuje na něco trochu jiného. Proto jsme pro účely analýzy vztahů mezi sociodemografiky respondentů a stereotypizací (A)TCK, tj. druhou část analýzy, zkonstruovali indexy reprezentující latentní faktor zkoumané stereotypizace (A)TCK. Pro tento účel jsme zvolili celkem 12 průměrových indexů. Čtyři indexy reprezentující

vnímání čtyř druhů kapitálů, pět indexů reprezentujících vnímání pěti dimenzí osobnosti (A)TCK dle Big Five, dva indexy pro škály SCM a jeden index pro Bogardusovu škálu sociální distance.

Dále pak agregujeme zvolená sociodemografika: věk, příjem a velikost místa bydliště (viz Tabulka 2, 3 a 4 v podkapitole *Sociodemografická charakteristika vzorku*). Za sociodemografický údaj *věk* je v analýze využito 500 respondentů, za údaj *příjem* je to 486 respondentů a za *velikost místa bydliště* 432 respondentů.

6.4. Výsledky analýzy

Nyní si představíme závěry, které jsme z analýzy zjistili. V první části analýzy se primárně snažíme zjistit, jak jsou (A)TCK vnímány všeobecnou českou populací, a to prostřednictvím zkoumání stereotypů. Tuto informaci získáváme z řady dílčích zjištění. Nejprve představíme, do jaké míry jsou Češi obeznámeni s konceptem (A)TCK. Do jaké míry veřejnost ví o existenci (A)TCK a jak o nich uvažuje z hlediska kapitálů či různých osobnostních charakteristik. Zda je lidé považují za kompetentní či vřelé a jak moc by si je pustili k tělu. Tato dílčí zjištění nám pomohla při zkoumání toho, jaké stereotypy si lidé s (A)TCK spojují. V druhé části analýzy se navíc věnujeme souvislosti vybraných sociodemografických údajů respondentů a stupněm stereotypizace (A)TCK. Tj. zda například věk hraje roli v míře stereotypizace naší zkoumané skupiny.

6.4.1. Analýza hlavních zjištění

6.4.1.1. Znalost (A)TCK v české populaci

Úvodní část dotazníku byla věnována všeobecné znalosti konceptu (A)TCK a ujištění se, že respondent konceptu porozuměl co nejlépe, předtím, než pokračuje k dalším částem dotazníku. V tomto úvodu jsme se respondentů dotazovali na to, zda ví, kdo (A)TCK jsou. Pouze 2 % respondentů uvedla, že ví, kdo (A)TCK jsou a 15 % respondentů tento koncept zaregistrovalo, ale nebyli si jím jistí. Převážná většina lidí tak (A)TCK nezná, což jsme předpokládali. Nechtěli jsme se spoléhat jen na tvrzení respondentů, že ví, kdo (A)TCK jsou. Proto jsme se těchto 17 % jedinců³² doptali otevřenou otázkou, kdo podle nich tedy (A)TCK jsou. Z 87 výpovědí jsme vyhodnotili celkem 23 jako odpovídajících probíranému tématu. To je přibližně 26 %. Nepodmíněná znalost tématu tak opravdu není v široké veřejnosti příliš známá. 83 % respondentů uvedlo, že vůbec

³² Tj. skupina lidí, která uvedla, že ví, kdo (A)TCK jsou a skupina lidí, která uvedla, že koncept zaregistrovali, ale nejsou si jím jistí. Dohromady se jedná o 87 respondentů.

neví, kdo (A)TCK jsou. Několik výjimek se ale objevilo. Výsledek znalosti konceptu se mírně zlepšil po seznámení respondentů s definicí (A)TCK. Znalost narostla z původních 2 % na 8 %. Poté jsme se respondentů ptali, zda znají někoho, kdo by odpovídal popisu (A)TCK. V tomto případě 7 % respondentů uvedlo, že někoho takového znají. 25 % respondentů si nebylo jistých a zbylých 68 % údajně nikoho takového nezná.

Dle očekávání se potvrdilo, že znalost (A)TCK v široké veřejnosti je nízká, byť několik respondentů nejen tvrdilo, že koncept zná, ale byli i schopni doložit správné vysvětlení, kdo (A)TCK jsou. Ani po předložení definice (A)TCK se znalost výrazně nezvýšila. Výsledky korespondují i se zjištěním, kolik procent respondentů tvrdí, že zná někoho, kdo odpovídá popisu (A)TCK. Tj. 8 % respondentů po předložení definice (A)TCK uvedlo, že si vybavují, že o něčem takovém již zaslechli a v následující otázce 7 % respondentů uvedlo, že se s někým takovým shledali. Procento výskytu je sice nízké, ale toto zjištění téměř předčilo naše očekávání. Bereme tento způsob zmapování výskytu (A)TCK ve společnosti s rezervou, nicméně, předpokládali jsme, že bude ještě nižší.

6.4.1.2. Stereotypizace (A)TCK z hlediska kapitálů

Respondenti odpovídali na jednotlivé položky reprezentující kapitály zvlášť, proto má i každá položka jiný počet missingů, od toho je odvozen různý počet pozorování. Totéž platí i pro vnímané osobnostní charakteristiky dle Big Five, SCM a Bogardusovu škálu sociální distance. V případě otázek měřících názory na vnímané kapitály (A)TCK se respondenti nejčastěji přikláněli k možnosti *spíše ano* (kódováno hodnotou 2) u všech reprezentantů kapitálů. Výsledky jsou k nahlédnutí v níže uvedené Tabulce 6. Podoba samotných otázek, jak v případě kapitálů, tak i zbývajících částí, je k nahlédnutí v Příloze A – Dotazník.

Tabulka 6: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímané kapitály (A)TCK

Druhy kapitálů	Reprezentanty daného druhu kapitálu	Počet pozorování	Průměr odpovědí	Směrodatná odchylka
ekonomický	jsou finanční zajištění	377	1,94	0,61
ekonomický	mají velký majetek	285	2,28	0,70
sociální	znají se s celebritami a VIP osobnostmi	297	2,47	0,78
sociální	mají známé na těch správných místech	350	1,97	0,65
kulturní	studují na prestižních školách	381	2,02	0,61
kulturní	umí hrát na hudební nástroje	215	2,31	0,70
lidský	věnují se osobnímu rozvoji	386	1,87	0,58
lidský	jsou schopní vést lidi	306	2,14	0,69

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

Nejnižší průměrnou hodnotu odpovědí obdrželo věnování se osobnímu rozvoji, což v našem dotazníku zastupuje lidský kapitál. Tuto položku si respondenti s (A)TCK tudíž spojují nejvíce, stále se však jedná o odpověď *spíše ano*. Nejvyšší průměrnou hodnotu obdržela znalost (A)TCK s celebritami a VIP osobnostmi, což zastupuje sociální kapitál. Tato položka je na hranici mezi *spíše ano* a *spíše ne*. Nicméně, výsledky naznačují, že lidé si s (A)TCK spojují všechny zkoumané druhy kapitálů, a to zhruba ve stejné míře. Předpoklad o vyšším spojení si (A)TCK s reprezentanty sociálního a ekonomického kapitálu (základ pro SES) tak nebyly zcela naplněny, byť jedna z položek sociálního kapitálu byla s (A)TCK spojována nejvíce. Je nutné podotknout, že otázku vidělo všech 500 respondentů, avšak často používali možnost *nevím*. Nejvíce missingů se týká jedné z položek reprezentující kulturní kapitál (umí hrát na hudební nástroj), zde evidujeme 285 missingů, což je více než 50 %. Nejméně missingů má položka reprezentující lidský kapitál (věnují se osobnímu rozvoji), 114, což je stále téměř čtvrtina odpovědí.

6.4.1.3. Stereotypizace (A)TCK z hlediska osobnostních charakteristik

Průměrné hodnoty odpovědí respondentů na téma osobnostních charakteristik (A)TCK se pohybují od možnosti *spíše ano* k odpovědi *spíše ne*. Interpretace výsledků se liší v závislosti na skutečnosti, zda se jedná o standardní, či opačné skórování. Průměrné hodnoty odpovědí respondentů na *důvěřivost* a *jednoduché znervóznění* (A)TCK

naznačují, že (A)TCK, dle jejich názoru, takoví spíše nejsou. Jednodušeji řečeno, respondenti si myslí, že (A)TCK nejsou důvěřiví a jednoduše neznervózní. Zbývající standardně skórované vlastnosti jim respondenti spíše přiřazují, tj. (A)TCK podle nich spíše jsou společenšší, odvádí dobrou práci a mají živou představivost. (viz Tabulka 7)

Co se týče reverzně skórovaných osobnostních charakteristik (A)TCK, dle respondentů jsou spíše rezervovaní a uvolnění, dobře podle nich zvládají stres. Názor, že podle nich (A)TCK spíše dobře zvládají stres a jsou uvolnění koresponduje s tím, že (A)TCK spíše jednoduše neznervózní. Obě tyto položky totiž reprezentují v rámci Big Five dimenzi neuroticismu, někdy též označovanou jako emoční stabilitu. Naopak respondenti tvrdí, že (A)TCK spíše nehledají na všem chyby, nejsou líní a nemají málo zájmů.

V kapitole *Metody využití ke zkoumání stereotypizace (A)TCK*, konkrétně v podkapitole *Big Five*, jsme zmínili výzkum Dewaele a Oudenhoven (2009). Prostřednictvím metody MPQ tehdy autoři zjistili, že TCK skórují níže v emoční stabilitě. Dle našich výsledků se respondenti domnívají, že jsou (A)TCK právě v těchto oblastech silnější, resp. spíše jednoduše neznervózní a jsou spíše uvolnění a dobře zvládají stres. Dále pak autoři zjistili, že TCK skórují výše v dimenzi *otevřenosti*. V našem případě respondenti pohlíželi na (A)TCK taktéž jako na spíše otevřené zkušenosti. V tomto ohledu nejsou výsledky TCK samotných a naší populace protichůdné. Bereme, samozřejmě, v potaz, že se v případě Dewaele a Oudenhoven jedná o trochu jinou výzkumnou metodu, ale je zajímavé porovnat, jak na tom jsou TCK samotní a jak na ně nahlíží většinová populace.

Tabulka 7: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímané osobnostní charakteristiky (A)TCK podle Big Five

Dimenze Big Five	Reprezentanty dimenzí Big Five	Počet pozorování	Průměr odpovědí	Směrodatná odchylka
elost	důvěřiví	284	2,57	0,71
vřelost	hledají na všem chyby*	283	2,11	0,74
extraverze	společenští	387	1,87	0,59
extraverze	rezervovaní*	304	2,58	0,78
neuroticismus	jednoduše znervózní	269	2,82	0,79
neuroticismus	uvolnění, dobře zvládají stres*	295	2,99	0,59
svědomitost	odvádí dobrou práci	306	1,91	0,56
svědomitost	líní*	308	1,81	0,73
otevřenost	mají živou představivost	303	1,98	0,61
otevřenost	mají málo zájmů*	338	2,01	0,70

Položky označené * jsou skórovány reverzně.

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

Názory respondentů na jednotlivé charakterové vlastnosti (A)TCK jsou relativně konzistentní, kromě první dvojice charakteristik zastupující v Big Five dimenzi vřelosti, někdy též označované jako přívětivost. U ostatních položek vychází, že když se respondenti u standardně skórované položky přikláněli k názoru *spíše ano*, pak u reverzně skórované položky volili odpověď *spíše ne*. Celkově respondenti volili spíše střední možnosti a přikláněli se buď k odpovědi *spíše ano* nebo *spíše ne*. Nicméně, i z těchto odpovědí můžeme vypožorovat jisté tendence. Respondenti si s (A)TCK spíše spojovali všechny zkoumané druhy kapitálů a zároveň jim spíše přisuzují pozitivní osobnostní vlastnosti. Nicméně, stejně jako v případě vnímaných kapitálů, je nutné vzít v potaz, že otázku vidělo všech 500 respondentů, avšak často používali možnost *nevím*. Nejvíce missingů registrujeme u položky měřící názor, zda (A)TCK jednoduše znervózní, 231, což je bezmála polovina respondentů. Nejméně missingů se týká položky měřící společenskost (A)TCK, a to 113.

6.4.1.4. Stereotypizace (A)TCK z hlediska Stereotype Content Modelu

V případě SCM dělíme výpovědi podle zavedených kategorií vřelosti a kompetence (viz Tabulka 8 a Tabulka 9). Souhrnně respondenti (A)TCK spíše připisují všechny

předložené vlastnosti. Ať už se jedná o vlastnosti zastupující v rámci SCM vřelost anebo kompetence. V kontextu SCM je zajímavé, že respondenti přisuzují (A)TCK vlastnosti vřelosti i kompetence víceméně ve stejné míře. Nejedná se však o extrémní hodnoty. Nicméně, jelikož jim respondenti oba soubory vlastností spíše přisuzují, můžeme z toho vyvodit, že se s (A)TCK mohou pojit spíše *obdivné stereotypy* (viz Tabulka 1 v podkapitole *Stereotype Content Model*). Dle výsledků se totiž (A)TCK v kontextu SCM přibližují skupině VK-VV (čili lidem s vysokou kompetencí a vysokou vřelostí). Vzhledem k tomu, že jsou (A)TCK připisovány vlastnosti vřelosti a kompetence v obdobné míře, naše domněnka o možnosti vyššího přiřazování vlastností reprezentujících kompetence, se nepotvrdila. S touto domněnkou se pojil i předpoklad o spojování si spíše závistivých stereotypů s (A)TCK, který se tudíž taktéž nepotvrdil.

Lidé, k nimž Fiske et al. (2002) přiřazuje obdivné stereotypy, je označována zároveň jako in-group a jsou k nim chovány emoce hrdosti a obdivu. Jsou-li (A)TCK dle odpovědí na otázky týkající se SCM zařaditelní spíše ke skupině VK-VV, ke které jsou chovány obdivné stereotypy, pak jsou (A)TCK z pohledu SCM vnímány jako in-group. Zda toto zjištění koresponduje s výsledky Bogardusovy škály sociální distance, si představíme v následující kapitole.

Tabulka 8: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímané charakteristiky vřelosti

Reprezentanty vřelosti dle SCM	Počet pozorování	Průměr odpovědí	Směrodatná odchylka
vřelí	294	2,07	0,60
spolehliví	269	2,01	0,63
přátelští	368	1,89	0,56
pocitiví	231	2,05	0,65
sympatičtí	297	1,95	0,56
upřímní	277	2,06	0,62

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

Tabulka 9: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímané charakteristiky kompetence dle SCM u (A)TCK

Reprezentanty kompetence dle SCM	Počet pozorování	Průměr odpovědí	Směrodatná odchylka
kompetentní	286	1,97	0,60
inteligentní	347	1,82	0,56
šikovní	303	1,92	0,58
efektivní	298	1,92	0,55
asertivní	275	2,10	0,60
sebevědomí	357	1,89	0,62

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

6.4.1.5. Stereotypizace (A)TCK z hlediska sociální distance

U otázek týkajících se Bogardusovy škály sociální distance jsme využili pouze třibodové škály odpovědí. V případě, že respondent nevěděl, jak odpovědět, mohl otázku přeskočit. Stále tak měl možnost úniku. Hodnota 1 i v tomto případě reprezentuje nejvyšší náklonost a hodnota 3 naopak nelibost. Hodnota 2 vyjadřuje relativně neutrální postoj respondentů k (A)TCK. Jak je vidno z Tabulky 10, průměrné hodnoty odpovědí na všechny otázky zkoumající sociální distanci se přibližují neutrálnímu přístupu, tj. hodnotě 2. Na rozdíl od otázek zbylých měřicích metod, v případě otázek na Bogardusovu škálu sociální distance registrujeme nižší počet missingů. Nejvyšší výskyt byl u otázek týkajících se blízkého přítele a vyučujícího ve škole: 37 a 36 missingů. Nejnižší poté u otázky na potomka, který by si domů přivedl (A)TCK: 27 missingů. Nižší výskyt missingů u těchto otázek přisuzujeme jejich formulaci. Blíže se této záležitosti budeme věnovat v diskuzní části práce.

Tabulka 10: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímanou sociální distanci (A)TCK dle Bogarduse

Reprezentanty Bogardusovy škály sociální distance	Počet pozorování	Průměr odpovědí	Směrodatná odchylka
dcera nebo syn by si přivedl/a domů (A)TCK	473	1,94	0,42
vedle nich se přistěhuje (A)TCK	469	1,84	0,42
kolega v práci je (A)TCK	469	1,84	0,45
učitel, který ve škole učí jejich děti je (A)TCK	464	1,75	0,52
jejich blízký přítel je (A)TCK	463	1,85	0,43

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

Na základě otázek měřících Bogardusovu škálu sociální distance docházíme k závěru, že respondenti mají k (A)TCK relativně indiferentní vztah. Jejich vnímání je poměrně neutrální, možná s velmi mírným příklonem k inkluzi. Tento výsledek koresponduje i se závěry měření SCM, kdy jsme zjistili, že kategorie obdivných stereotypů identifikuje jedince této skupiny jako in-group. (A)TCK se však dle respondentů nekvalifikovali do této skupiny zcela jasně, ale spíše se k ní blíží. Obdobná zjištění nastala i v tomto případě, kdy (A)TCK jsou vnímáni spíše neutrálně, ale mají o maličko blíže k pozitivnímu vnímání. Co se týče Bogardusovy škály sociální distance, nemáme, bohužel, ani porovnání s jinými skupinami, abychom mohli konfrontovat zjištění i v jiném kontextu. Závěry tak opíráme čistě jen o názory respondentů na (A)TCK v danou chvíli. Celkově tak nemůžeme s jistotou rozhodnout, zda jsou (A)TCK vnímáni spíše jako *my* čili in-group anebo *oni* ve smyslu out-group. Vidíme jen náznak respondentů vnímat (A)TCK neutrálně, s příklonem k in-group.

V kontextu vnímání (A)TCK jako členy in-group či out-group jsme si pokládali otázku týkající se vnímaných osobnostních charakteristik (A)TCK. V případě, že jsou (A)TCK vnímáni spíše jako členy in-group, spojují si s nimi respondenti spíše pozitivnější osobnostní charakteristiky z Big Five? Anebo v opačném případě, jsou-li (A)TCK považováni spíše za členy out-group, spojují si s nimi respondenti spíše negativnější osobnostní charakteristiky? Respondenti si s (A)TCK spojovali spíše pozitivní osobnostní charakteristiky, což přispívá k závěrům z měření SCM a Bogardusovy škály sociální distance, které naznačují, že jsou (A)TCK vnímáni relativně neutrálně, možná s mírným příklonem k in-group.

6.4.2. Shrnutí analýzy hlavních zjištění

Každá z použitých měřicích metod nám poskytla trochu jiný vhled do tematiky vnímání (A)TCK českou populací. Byť se každá z těchto metod primárně soustředí na něco trochu jiného, všechny jsou spolu, dle našeho názoru, provázané. Resp. výsledky jednotlivých částí se vzájemně poměrně smysluplně doplňují. Způsob, jakým je nahlíženo na (A)TCK z hlediska kapitálů se může poté prokreslovat ve zbylých měřicích metodách, Big Five, SCM i Bogardusově škále sociální distance. Přiřazení všech kapitálů (A)TCK a spojování si spíše pozitivních vlastností s touto skupinou. Vyvození, že jsou (A)TCK spíše vřelí a kompetentní, z čehož můžeme usuzovat tendence k obdivným stereotypům k této skupině. Identifikace takové skupiny jako spíše součástí in-group a výsledky Bogardusovy škály sociální distance, které tyto závěry nevyvracejí. Stále však držíme v patnosti vyšší počet missingů a možné limity práce, které mohly výsledky ovlivnit.

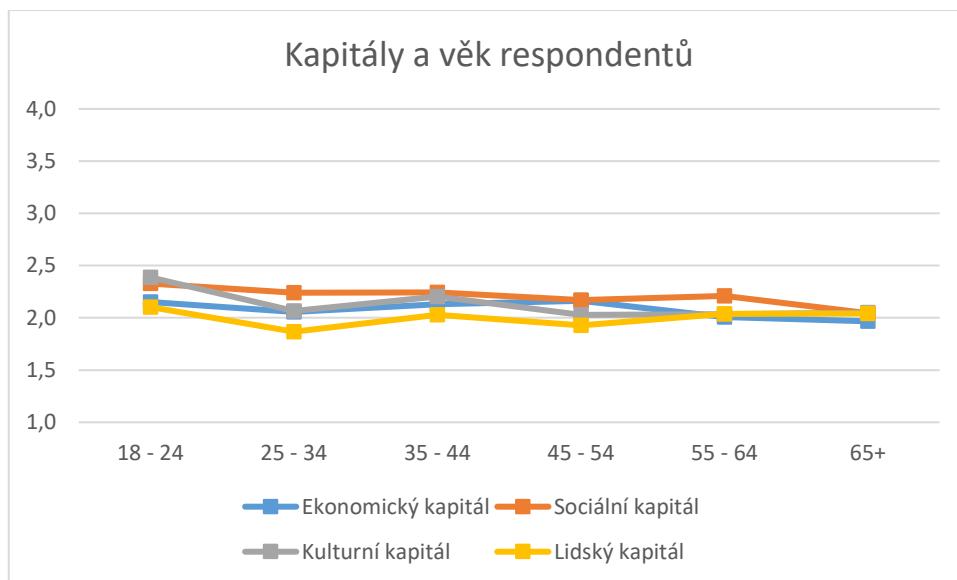
6.4.3. Analýza průměrových indexů a sociodemografik

Po zanalyzování hlavních zjištění výzkumu jsme se rozhodli navíc věnovat i analýze stereotypizace (A)TCK v závislosti na sociodemografických údajích respondentů. Jelikož jsme veškeré použité měřicí nástroje využívali spíše jako inspiraci pro zkoumání stereotypizace (A)TCK, je zřejmé, že tím mohou být výsledky této navazující analýzy ovlivněny. Zacházíme totiž s původními měřicími nástroji trochu jinak, než k čemu byly původně vyvinuty. Tato část tak slouží spíše jako doplněk k hlavním zjištěním. Výsledky této navazující analýzy mohou být přínosné alespoň ve smyslu zjištění, zda lze takto ke zkoumání stereotypizace přistupovat.

Jak si můžete všimnout v grafech (viz Příloha B – Grafy vztahů indexů jednotlivých měřicích nástrojů a vybraných sociodemografických údajů), rozdíly v odpovědích mezi skupinami sociodemografických proměnných (tj. věk, bydliště, příjem) jsou velmi malé. Relativně největší rozdíly jsou ve vnímání kulturního kapitálu v závislosti na agregovaném věku respondentů (viz Graf 1). Nejmladší věková skupina, 18 až 24 let si v tomto případě spojuje kulturní kapitál s (A)TCK o necelý půlbod více. To znamená, že se nacházejí mezi možnostmi *spíše ano* a *spíše ne*.

Graf 1: Vztah vnímaných kapitálů (A)TCK a věku respondentů

Poznámka: osa x reprezentuje agregované věkové kategorie respondentů, osa y reprezentuje odpovědi respondentů, kdy hodnota 1 je *rozhodně ano* a hodnota 4 je *vůbec ne*.



Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Veřejné mínění o dětech třetí kultury v současné české společnosti*

Zbylé vztahy mezi vybranými sociodemografickými údaji a průměrovými indexy měřicích nástrojů jsou k nahlédnutí v Příloze B – Grafy vztahů indexů jednotlivých měřicích nástrojů a vybraných sociodemografických údajů.

6.4.4. Analýza korelační matice

Abychom mohli vyčíslit vztah mezi indexy měřícími stereotypy a sociodemografickými údaji, provádíme analýzu korelační matice těchto položek. Opět zkoumáme s pomocí Spearmanova rho, jelikož se technicky jedná o ordinální proměnné. Spearmanovo rho nám zároveň umožňuje podchytit případné nelineární vztahy. Každá z měřicích technik zkoumá trochu jinou dimenzi stereotypů, tudíž spolu nemusí vzájemně nutně korelovat. Nicméně, alespoň mírné korelace by mohly znamenat lepší spojitost v měření tématiky stereotypů. Jednotlivé podkapitoly mají strukturu: analýza korelace indexů v rámci daného měřicího nástroje, analýza korelace indexů daného měřicího nástroje s indexy zbylých měřicích nástrojů, a nakonec analýza korelace indexů daného měřicího nástroje s vybranými sociodemografickými údaji.

6.4.4.1. Korelace indexů reprezentující kapitály

Mezi všemi indexy měřícími vnímané kapitály existuje statisticky signifikantní vztah. Vztahy jsou všeobecně spíše středně silné. Nejsilnější vztah je demonstrován mezi indexy

reprezentujícími ekonomický a kulturní kapitál (0,46). Jen mírný a zároveň nejslabší vztah je v případě indexů reprezentujících ekonomický a lidský kapitál (0,22).

Mezi indexy reprezentující kapitály a indexy Big Five se v převážné většině nevyskytují signifikantní vztahy. Takový vztah se vyskytuje pouze mezi indexem lidského kapitálu a neuroticismu. Tento vztah je mírný a má nelineární charakter (-0,18).

Mezi indexy kapitálů a indexy SCM jsou vztahy signifikantní, kromě indexu ekonomického kapitálu a indexu vřelosti.³³ Vztahy jsou lineární a nejsilnější je mezi indexem lidského kapitálu a indexem kompetence (0,42), nejslabší naopak mezi indexy sociálního kapitálu a vřelosti (0,15).

V případě indexu Bogardusovy škály sociální distance se signifikantní vztah vyskytuje pouze s indexem lidského kapitálu, a ten je mírný (0,14).

6.4.4.1.1 Indexy kapitálů a sociodemografických údajů

Signifikantní vztah se projevil pouze mezi indexem sociálního kapitálu a věkem. Vztah je mírný a nelineární (-0,14). Mezi indexy kapitálů a příjmem se neprojevily žádné statisticky signifikantní vztahy. Stejně tak se neprojevily ani v případě velikosti bydliště respondentů.

6.4.4.2. Korelace indexů reprezentujících Big Five

Stejně jako v případě kapitálů, mezi všemi indexy měřícími Big Five existuje statisticky signifikantní vztah. Většina vztahů je spíše mírná. Nejsilnější vztah je demonstrován mezi indexy reprezentujícími extraverci a otevřenost ke zkušenosti (0,31). Nejslabší vztah je v případě indexů reprezentujících přívětivost a svědomitost (0,14). V případě Big Five se objevuje i několik statisticky signifikantních nelineárních vztahů, a to mezi indexy neuroticismu a přívětivosti, neuroticismu a extraverci, neuroticismu a svědomitosti a neuroticismu a otevřenosti ke zkušenosti.

Mezi indexy Big Five a SCM jsou jak lineární, tak nelineární signifikantní vztahy. Nejsilnější vztah se vyskytuje mezi indexy svědomitosti a kompetence (0,37), nejslabší poté mezi indexy přívětivosti a kompetence (0,16). Jelikož je pro index přívětivosti z Big

³³ Nesignifikantní vztah mezi těmito indexy odpovídá i teorii SCM, kdy ekonomický kapitál je spojován spíše s kompetencí. Právě vztah mezi indexem ekonomického kapitálu a indexem kompetence je signifikantní, byť mírnější (0,19).

Five v češtině někdy používaný i termín vřelost, zajímalo nás, jestli se projeví silnější vztah s indexem vřelosti z SCM. Vztah je signifikantní, nicméně mírný (0,24).

Mezi indexy Big Five a indexem Bogardusovy škály sociální distance existují poměrně slabé signifikantní vztahy. V případě indexu svědomitosti je signifikance vztahu s indexem Bogarduse dokonce hraniční (p-hodnota je 0,04).

6.4.4.2.1 Indexy Big Five a sociodemografických údajů

Signifikantní vztahy se projevily pouze mezi indexem přívětivosti a věkem respondentů a indexem otevřenosti a věkem respondentů. Vztahy jsou poměrně slabé a v případě indexu otevřenosti je signifikance vztahu relativně hraniční (p-hodnota je 0,06). Mezi zbylými indexy Big Five a věkem respondentů se nevyskytly žádné signifikantní vztahy. Mezi indexy Big Five a příjmem respondentů se vyskytuje signifikantní vztah pouze s indexem neuroticismu, vztah je slabší (0,16). V případě sociodemografického údaje o velikosti místa bydliště se s indexy Big Five vyskytuje signifikantní vztah pouze s indexem otevřenosti. Je nelineární a slabší (-0,14).

6.4.4.3. Korelace indexů reprezentující *Stereotype Content Model*

Mezi indexy vřelosti a kompetence je statisticky signifikantní středně silný vztah (0,59). Mezi indexy SCM a indexem Bogardusovy škály sociální distance jsou mírné signifikantní vztahy. Mezi indexem vřelosti a Bogardusem je to 0,26 a mezi indexem kompetence a Bogardusem poté 0,27. Zbylé korelace jsou obsaženy v předchozích měřicích nástrojích.

6.4.4.3.1 Indexy SCM a sociodemografických údajů

V případě SCM se signifikantní vztah s věkem respondentů projevuje s indexem vřelosti, je slabší a lineární (0,18). S příjmy respondentů nemají indexy žádný signifikantní vztah. Totéž platí i pro velikost místa bydliště respondentů.

6.4.4.4. Korelace indexu Bogardusovy škály sociální distance

Bogardusova škála sociální distance je vyjádřena pouze jedním indexem, takže v tomto případě není nutné zkoumat vztah mezi vícero indexy, které reprezentují daný měřicí nástroj. Zároveň jsou veškeré kombinace zabývající se signifikancí a silou vztahů mezi měřicími nástroji vyjádřeny výše.

6.4.4.4.1 Index Bogardusovy škály sociální distance a sociodemografických údajů

Mezi indexem Bogardusovy škály sociální distance a věkem respondentů existuje slabý signifikantní vztah (0,15). Se sociodemografickým údajem o příjmech respondentů nemá tento index žádný vztah a s údajem o velikosti bydliště respondentů má Bogardusův index slabý nelineární, ale signifikantní vztah (-0,16).

6.4.5. Shrnutí analýzy průměrových indexů a sociodemografik

6.4.5.1. Jak jsou použité metody reliabilní

Nejprve jsme, v kapitole *Analýza dat*, ověřili reliabilitu měřicích nástrojů. Vzhledem k počtu položek použitých při měření vnímaných kapitálů a Big Five jsme reliabilitu u těchto nástrojů zkoumali pomocí korelační matice a Spearmanova rho. Pro jistotu jsme poté reliabilitu ověřili i faktorovou analýzou. V případě SCM a Bogardusovy škály sociální distance bylo použito vícero položek, proto jsme reliabilitu ověřovali pomocí Cronbachovo alfa. Navíc jsme ale, stejně jako v případě kapitálů a Big Five, opět provedli faktorovou analýzu. Vztahy mezi proměnnými pro měřicí nástroj kapitálů byly spíše středně silné. V případě Big Five byly spíše slabší. Hodnota Cronbachovo alfa u SCM a Bogardusovy škály sociální distance byla pro nás uspokojivá. Celkově je tak reliabilita měřicích nástrojů dostačující. U měřicích nástrojů pro kapitály, Big Five a SCM byl vyšší výskyt missingů.

6.4.5.2. Postup analýzy

Při analýze jsme postupovali následovně. Nejprve jsme zkonstruovali 12 indexů reprezentujících čtyři druhy kapitálů, pět dimenzí osobnosti, dvě škály SCM a sociální distanci. Poté jsme agregovali sociodemografické údaje věku, příjmu a velikosti místa bydliště respondentů. Následovala analýza průměrových indexů a sociodemografik, kde jsme zkoumali 12 indexů s každým vybraným sociodemografickým údajem. Celkem se tak jednalo o zkoumání 36 vztahů. Poté jsme ještě provedli analýzu korelační matice všech vytvořených indexů i sociodemografických údajů. Zde jsme pozorovali vztahy, jak mezi indexy reprezentujícími jeden měřicí nástroj, tak mezi indexy různých měřicích nástrojů navzájem a na závěr i s vybranými sociodemografickými údaji.

6.4.5.3. Jaké jsou výsledky

Všeobecně se v analýze průměrových indexů neprokázaly významné vztahy mezi měřenými proměnnými a vybranými sociodemografickými údaji respondentů. Rozdíly mezi skupinami vybraných sociodemografických proměnných jsou velmi malé. Relativně

největší rozdíly byly zaregistrovány ve vnímání kulturního kapitálu v závislosti na agregovaném věku respondentů. Respondenti nejmladší věkové kategorie, tj. od 18 do 24 let, přisuzovali (A)TCK kulturní kapitál o necelý názorový půlbod více. V našem kontextu se nejedná o nijak závratný výsledek.

V případě korelační matice existují mezi indexy jednotlivých měřicích nástrojů signifikantní vztahy, indexy kapitálů a SCM vykazují středně silné vztahy, Big Five spíše slabší a Bogardusova škála sociální distance je zastoupena pouze jedním indexem. Vztahy mezi indexy různých měřicích nástrojů jsou různé. V některých případech lze pozorovat signifikantní vztahy, v některých nikoliv. V rámci kapitálů vykazuje nejčastěji signifikantní a silnější vztahy konkrétně index lidského kapitálu. Co se týče vybraných sociodemografických údajů, u věku jsme pozorovali signifikantní vztahy alespoň s některým indexem každého měřicího nástroje. Údaj o příjmu respondentů projevil jen jeden signifikantní vztah, a to s měřicím nástrojem Big Five, konkrétně jen s jedním indexem (neuroticismu) a vztah byl navíc slabší. Signifikantní vztahy mezi indexy a velikostí bydliště respondentů se projevovaly v obdobné frekvenci jako v případě příjmu, jen se kromě jednoho indexu měřicího nástroje Big Five projevil i v případě Bogardusovy škály sociální distance.

6.4.5.4. Co to znamená

Je možné, že sociodemografické údaje věku, příjmu a velikosti místa bydliště respondentů nehrají významnou roli ve stereotypizaci (A)TCK. Avšak, možná je i varianta, kdy ke stereotypizaci dochází, ale více či méně ve stejné míře napříč kategoriemi věku, příjmu a velikosti místa bydliště. Což může mít za vinu, že nejsme schopni identifikovat výkyvy signalizující signifikantní stereotypizaci v závislosti na vybraných sociodemografických údajích. Nicméně, vzhledem ke způsobu, jakým jsme s měřicími nástroji zacházeli se přikláníme spíše k variantě, že vybraná sociodemografika respondentů nemají příliš vliv na stupeň stereotypizace (A)TCK.

7. Diskuze

Témat k diskuzi je v případě našeho výzkumu a práce hned několik. V souvislosti s primární analýzou hlavních zjištění vyvstává zejména použitá škála odpovědí u jednotlivých otázek v dotazníku. Ta nejspíše souvisí i s vyšším výskytem missingů, který figuroval jak v této hlavní analytické části, tak v doplňující analýze pracující se sociodemografií respondentů. V souvislosti s touto navazující analýzou si představíme například úvahy o tom, proč jsou korelace tak relativně nízké a zda se použité měřicí metody na základě naší zkušenosti dají využít i pro další budoucí výzkumy. Po rozboru témat k diskuzi přistoupíme k limitům práce, kterých mohlo být taktéž hned několik. Nyní k samotným tématům diskuze.

Zaregistrovali jsme nápadný rozdíl ve výši missingů u otázek měřících názory respondentů na sociální distanci (A)TCK dle Bogardusovy škály v porovnání se zbylými otázkami. V případě Bogardusovy škály sociální distance bylo missingů podstatně méně. Na první pohled se nabízí vysvětlení, že výši missingů ovlivnila forma otázek a s ní spjatá škála odpovědí. Konstrukce otázek na vnímání sociální distance (A)TCK se totiž lišila od zbývajících tří okruhů. U vnímaných kapitálů, osobnostních rysů dle Big Five a SCM je forma otázek víceméně identická. Měnily se jen jednotlivé položky podle toho, co jsme zkoumali. U těchto tří okruhů měli respondenti možnost odpovědět *nevím*, ale již nebyla ve škále odpovědí zahrnuta střední, neutrální možnost. V případě sociální distance dle Bogarduse naopak nebyla přítomna možnost *nevím* ve škále odpovědí. Místo toho, respondenti mohli otázky přeskóčit, pokud nevěděli, jak odpovědět. Byla zde však střední, relativně neutrální možnost ve škále odpovědí, kterou, jak je vidno z výsledků, respondenti využívali. Důvodem, proč jsme se na sociální distanci v dotazníku doptávali trochu jiným způsobem, než na zbylé okruhy byly charakteristické formulace, které tento test využívá. Zároveň, byť jsme v dotazníku používali pauzy, jsme cítili potřebu pozměnit způsob dotazování, aby respondenti při vyplňování neupadli do bezmyšlenkovitého klikání. Přesto usuzujeme, že pro případné budoucí zkoumání je vhodné zapracovat střední, neutrální možnost do škály odpovědí v dotazníku. I kdyby to znamenalo, že většina odpovědí bude spíše neutrálně laděná.

Mnoho lidí volilo *nevím* u otázek, kde byla tato možnost explicitně zahrnuta ve škále odpovědí anebo střední, neutrální odpověď u sociální distance. Tato skutečnost nám stále poskytuje určitou informaci. Téma (A)TCK je málo známé a respondenti se s ním setkávají jen v minimu případů. Možná respondenti jednoduše stále nemají dostatečnou

znalost tematiky pro to, aby si o (A)TCK mohli utvářet nějaké úsudky. Bez ohledu na způsob formulace otázek či odpovědí. Ačkoliv by nám patřičná úprava dotazníku bývala mohla napovědět, zda toto je tím skutečným důvodem.

Tímto jsme probrali nejvýznamnější témata diskuze týkající se primární části analýzy. Nyní přistoupíme k tématům rozebírajícím doplňující analýzu stereotypizace (A)TCK prostřednictvím sociodemografik respondentů. Prvním z těchto témat se zabývá tím, proč spolu vytvořené indexy pro účely této části analýzy, korelují tak málo.

Všechny patřičné položky spolu nekorelují natolik, abychom mohli s jistotou říci, že prokazují stereotypizaci (A)TCK v závislosti na vybraných sociodemografických údajích. Indexy reprezentující daný měřicí nástroj tomuto nástroji svými vzájemnými korelacemi relativně odpovídají. Nicméně, zbylé korelace, ať už mezi indexy reprezentujícími různé měřicí nástroje anebo korelace indexů měřících nástrojů a vybraných sociodemografických údajů již nevykazují přesvědčivé údaje o vztazích, které bychom mohli zevšeobecnit. V případě indexů mezi jednotlivými měřicími nástroji jsme usoudili, že není vyloženě nutná silná korelace těchto indexů. V okamžiku, kdy bychom zvolili jednu konkrétní měřicí metodu, kdy všechny použité položky mají měřit jeden způsob stereotypizace, tak by bylo žádané, aby spolu tyto položky, posléze indexy, nejen korelovaly, ale dokonce aby spolu korelovaly poměrně silně. Nicméně, každá z použitých měřících metod pohlíží na koncept stereotypizace trochu odlišně. Proto nemusíme trvat na silných vzájemných korelacích. Zároveň, v našem případě jsme ke zkoumání stereotypizace (A)TCK využili tyto měřicí nástroje jiným způsobem, než ke kterému byly původně zkonstruovány. To zajisté také ovlivnilo výsledné korelace. V analytické části bylo zmíněno, že alespoň nějaká míra signifikantních vztahů mezi těmito indexy různých měřících nástrojů je vítána. Vítána je právě proto, že ač různými způsoby, tak přeci jen se snažíme zkoumat jednu komplexní tematiku. Skutečnost, že tak činíme různými způsoby snižuje sílu vztahů.

Konkrétně korelace mezi indexy a vybranými sociodemografickými údaji byly poměrně slabé. Možný důvod tohoto výsledku jsme nastínili v analytické části. Tj. skutečnost, že jsme nevypozorovali statisticky signifikantní silné vztahy mezi indexy a sociodemografiky může znamenat, že (A)TCK skutečně nejsou stereotypizování v závislosti na věku, příjmu či velikosti místa bydliště respondentů. Avšak tento výsledek může také signalizovat systematickou stereotypizaci napříč těmito sociodemografiky.

I v takovém případě totiž nemusíme vyzorovat silné signifikantní vztahy, ale to nemusí nutně znamenat naprostou absenci stereotypizace. Přes to se domníváme, že toto není náš případ. Zdá se totiž, že průběh výzkumu mohla ovlivnit celá řada věcí, která mohla k tomuto relativně nesignifikantnímu výsledku přispět (více v *Limitech práce*).

Kromě limitů práce, které mohly ovlivnit narativ výsledků výzkumu, se domníváme, že by v tomto případě mohla být důvodem pro slabé korelace indexů a sociodemografik být nízká znalost konceptu (A)TCK. Ačkoliv jsme se pokusili minimalizovat nedostatky v této oblasti představením nejen definice konceptu, ale i poskytnutím profilů (A)TCK a navíc ujištěním, zda respondenti koncept chápou,³⁴ je možné, že nedostatečná osobní zkušenost hrála i v této části měření roli.

V podkapitole *Analýza průměrových indexů a sociodemografik* jsme naznačili jistý skepticismus ke způsobu zacházení s původními měřicími nástroji. V tom smyslu, že pro účely analýzy hlavních zjištění není až tak zásadní, že jsme se původními měřicími nástroji spíše inspirovali, než abychom se striktně drželi jejich původního využití. V případě analýzy průměrových indexů a sociodemografik respondentů to ale již může hrát větší roli. I proto jsme zmínili, že výsledky této navazující analýzy mohou být přínosné alespoň ve smyslu zjištění, zda lze takovým způsobem ke zkoumání stereotypizace, nejen, (A)TCK, přistupovat. Vzhledem k závěrům, které jsme prostřednictvím této analýzy obdrželi, se domníváme, že takový způsob zkoumání není zcela beznadějný, jen je zapotřebí doladit pár nezbytností. Škála odpovědí zmiňovaná v případě analýzy hlavních zjištění je jednou z nich. Výrazné snížení missingů by přispělo k relevantnějším výsledkům.

7.1. Limity práce

Jelikož se jedná o empirickou práci, hlavní limity spatřujeme právě v její empirické části. Zejména v dotazníku, který hraje ve výzkumu významnou roli. Jelikož je téma (A)TCK stále málo známé, považovali jsme za nutné koncept v dotazníku představit. Výběr definice a profilů, které reprezentovali (A)TCK tak byl pro účely práce zcela fundamentální. Ačkoliv jsme výběru, jak definice, tak profilů, věnovali značnou pozornost, stále se jedná jen o úzkou ukázkou toho, kdo zástupci (A)TCK mohou být. Tento výběr zajisté ovlivňuje celé měření. Použití jiné definice či jiných profilů, anebo

³⁴ Připomínáme, že 95 % respondentů uvedlo, že koncept pochopili.

obojího současně, by mohlo vést k jiným výsledkům. Není to však jediným úskalím našeho dotazníku.

Téma škály odpovědí a možnost *nevím* jsme již probrali v diskuzi. Patří však i do limitů naší práce, jelikož měli na výsledky zajisté vliv. Je možné, že bychom i při jejich úpravě získali obdobná data. Na základě našich výsledků se nám jeví, že by ale respondenti nejspíše využívali střední, neutrální odpověď více. Opět, snížil by se tak počet missingů. Navíc, nejen, že bychom tím získali relevantnější data, ale měli bychom i lépe podloženo, že respondenti na (A)TCK jednoduše nemají názor. Byl-li by to ovšem ten případ.

Většina otázek byla inspirována již existujícími zavedenými měřicími nástroji, kromě otázky zaměřené na kapitály. V rámci této otázky tudíž nemáme stejně silnou teoretickou oporu jako u zbylých otázek (osobnostní charakteristiky dle Big Five, vřelost a kompetence dle SCM a sociální distance dle Bogardusovy škály). Jelikož jsme se zmiňovanými měřicími nástroji inspirovali a zacházeli jsme s nimi trochu jinak, než k čemu je určená jejich původní podoba, nemyslíme si, že by náš výběr reprezentantů jednotlivých druhů kapitálů byl významným limitem práce. Přesto, výběr položek, které jednotlivé kapitály reprezentovaly, ovlivnil naše výsledky. Totéž platí i pro zbylé měřicí nástroje, ale využití jejich reprezentantů opíráme o zaběhnuté používání.

Navazujícím bodem je celkový počet položek použitých pro zastoupení jednotlivých měřicích nástrojů. V rámci našich možností jsme v mnohých případech využili pouze dvě položky pro reprezentaci jedné věci, například u jednotlivých kapitálů. Nebo u osobnostních charakteristik dle Big Five. Je možné, že větší zastoupení těchto položek by přispělo ke kvalitnějším výsledkům. Jelikož byl dotazník ale už tak poměrně rozsáhlý, museli jsme výběr omezit.

V případě, že bychom se chtěli více zabývat analýzou průměrových indexů a sociodemografik respondentů v kontextu stereotypizace (A)TCK, výrazným limitem nastává relativně vysoký počet indexů. Ten je zdrojem příliš vysoké kombinace s indexy měřicích nástrojů pro účely zkoumání jedné věci. Pro příště by tak pro takovéto zkoumání bylo rozumnější vybrat pouze jeden měřicí nástroj, například Bogardusovu škálu sociální distance, prostřednictvím něž by se tato analýza uskutečnila.

Závěr

V této empirické práci jsme se zabývali vnímáním (A)TCK českou populací. Konkrétně jsme téma zasadili do kontextu stereotypizace. Zajímalo nás tedy především, jaké stereotypy si Češi s (A)TCK spojují. Navíc jsme se rozhodli zkoumat, zda se stereotypizace (A)TCK liší v závislosti na některých sociodemografických údajích respondentů. Jelikož je téma (A)TCK již zpracováno Millerovou (2019) a Thompson (2010), teoretickou část naší práce jsme věnovali především konceptu společenského stereotypu a různým způsobům stereotypizace. Díky tomu jsme odhalili, že se stereotypizace liší kupříkladu podle toho, zda jedince vnímáme jako člena in-group nebo out-group. I proto jsme se v rámci zkoumání vnímání (A)TCK v kontextu stereotypů věnovali zjišťování, zda je na tuto sociální skupinu pohlíženo jako na součást naší členské skupiny anebo naopak nečlenské. Zároveň jsme si v této části poukázali i na existenci, jak negativních, tak pozitivních stereotypů a uvedli jsme, že se domníváme, že se s (A)TCK pojí spíše stereotypy pozitivní. Tuto zastřešující hypotézu, spolu s řadou dílčích hypotéz, jsme se snažili ověřit prostřednictvím vlastního dotazníku.

V navazující empirické části práce představujeme způsob, jakým jsme konstruovali vlastní dotazník a administrovali sběr dat. Ač jsme konstruovali vlastní dotazník, inspirovali jsme se již zavedenými psychologickými a sociologickými testy. S jejich pomocí jsme se snažili získat komplexní vhled do vnímání a stereotypizaci (A)TCK. Sběr dat nám umožnila výzkumná agentura Behavio Labs s.r.o. na jejich panelu respondentů. Jednalo se o kvótní výběr, jež by měl korespondovat se zastoupením české populace v jednotlivých kvótách. Proto usuzujeme, že lze závěry analýzy vztahovat na českou populaci. Vzorek použitý v analýze je kvazi-reprezentativní a finální výběr použitý pro naši analýzu čítá 500 respondentů.

Samotná analýza se v našem případě skládá ze dvou částí. Primární analýza hlavních zjištění se zabývá klíčovými poznatky týkajícími se všeobecnou znalostí (A)TCK, jaké stereotypy si lidé s (A)TCK pojí či zda jsou vnímáni spíše jako in-group nebo out-group. Druhá, doplňující část analýzy rozebírá vztahy mezi vybranými sociodemografiky a stereotypizací (A)TCK. V analytické části práce jsme využívali deskriptivní statistiky, analýzu frekvencí, korelací, třídění prvního stupně či třídění druhého stupně. Dále pak jsme využili explorační faktorovou analýzu při zkoumání reliability použitých měřicích metod pro účely doplňující analýzy vztahů sociodemografik respondentů a stereotypizací (A)TCK.

Výsledky analýzy ukázaly, že (A)TCK jsou vnímány spíše pozitivně. Lidé si s nimi pojí všechny zkoumané druhy kapitálů (ekonomický, sociální, kulturní i lidský), a to v obdobné míře. Zároveň jim jsou spíše připisovány pozitivní osobnostní charakteristiky a v rámci Stereotype Content Modelu (SCM) si s nimi lidé spíše spojují reprezentanty vřelosti a kompetence. Bogardusova škála sociální distance odhalila relativně neutrální stanovisko k (A)TCK, s mírným příklonem k in-group. Tento výsledek koresponduje i s výsledky SCM, kdy se (A)TCK blíží k zařazení do skupiny s vysokou mírou vřelosti i kompetence. S touto skupinou se, dle Fiske et al. (2002) pojí obdivné stereotypy a lidé k této skupině pocítují emoce hrdosti a obdivu. V tomto případě byly naše odhady mylné, jelikož jsme se domnívali, že si budou lidé s (A)TCK spojovat spíše závistivé stereotypy odvozené od jejich předpokládané vyšší hodnoty kompetence. Výsledek ale není zcela jednoznačný, vnímáme v tomto ohledu spíše tendence k takovému zařazení, ale i v kontextu zbylých zjištění se nám zdá takový závěr smysluplný.

Výsledky druhé, doplňující analýzy, zabývající se vztahy sociodemografik respondentů a stereotypizací (A)TCK přesvědčivě neprokázaly, že by sociodemografické údaje respondentů měly vliv na stupeň stereotypizace (A)TCK. Všeobecně se v analýze průměrových indexů neprokázaly významné vztahy mezi měřenými proměnnými a vybranými sociodemografiky respondentů. Rozdíly mezi skupinami vybraných sociodemografických proměnných byly velmi malé. Připouštíme možnost, že by ke stereotypizaci (A)TCK mohlo docházet ve zhruba stejné míře napříč vybranými sociodemografiky, ale spíše se přikláníme k variantě, že sociodemografické údaje věku, příjmu a velikosti místa bydliště respondentů nehrají významnou roli ve stereotypizaci (A)TCK.

Výsledky obou částí analýz navíc mohla ovlivnit řada věcí. V limitech práce zmiňujeme například možné nedostatky v konstrukci dotazníku. Konkrétně škálu odpovědí a způsob použití možnosti *nevím*. Dále pak, v případě měření vnímaných kapitálů (A)TCK, mohl hrát roli výběr položek, které jsme použili pro reprezentaci jednotlivých druhů kapitálů. Asi nejpalčivějším limitem naší práce je vyšší výskyt missingů, v případě obou částí analýzy. Ty patrně souvisejí s nastíněným nedostatkem ve škále odpovědí, který jsme již zmínili. Přesto, že vyšší výskyt missingů ovlivňuje výsledky měření, domníváme se, že zároveň reflektuje skutečnost, že (A)TCK zatím nejsou v české společnosti příliš známí.

Závěrem lze říci, že tato práce přispěla k rozšíření tematiky (A)TCK na českém území. Jak u běžné veřejnosti, tak i na akademické úrovni. Jedná se totiž o první kvantitativní kvazi-reprezentativní výzkum na toto téma v České republice. Získali jsme unikátní vhled jak do vnímání (A)TCK, ale i do uvažování určitých sociodemografických skupin české populace. Výsledky naznačují, že by se (A)TCK v Čechách neměli potýkat s negativními stereotypy, potažmo předsudky. Pokud, tak spíše s pozitivními. Avšak, jak jsme si představili v teoretické části práce, i pozitivní stereotypizace s sebou nese jistá rizika. Téma tak zajisté není vyčerpané. Zkoumání stereotypizace (A)TCK z pohledu české populace se jeví slibně, ale do budoucna je zapotřebí doladit určité detaily.

Seznam literatury

Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Henry Holt.

Al Ramiah, A. a Hewstone, M. (2013). Intergroup contact as a tool for reducing, resolving, and preventing intergroup conflict: Evidence, limitations, and potential. *American Psychologist*, 68, 527–542.

Belanche D., Casaló L. V. a Rubio M.A. (2021). Local place identity: A comparison between residents of rural and urban communities. *Journal of Rural Studies*. Vol. 82, 242–252.

Bogardus, E. S. (1926). Social Distance in the City. *Proceedings and Publications of the American Sociological Society*, 20, 40–46.

Bowd, A. D. (2003). Stereotypes of Elderly Persons in Narrative Jokes. *Research on Aging*, 25(1), 3–21.

Case, K. A. (2007). Raising White Privilege Awareness and Reducing Racial Prejudice: Assessing Diversity Course Effectiveness. *Teaching of Psychology*, 34(4), 231–235.

Cattell, R. B. (1957). *Personality and Motivation Structure and Measurement*. New York: World Book.

Cattell, R. B. (1965). *The Scientific Analysis of Personality*. London: Penguin.

Cottrell, A. B. (2011). Explaining Differences: TCKs and Other CCKs, American and Japanese TCKs. In G. H. Bell-Villada (Ed.), *Writing Out of Limbo: International Childhoods, Global Nomads and Third Culture Kids*. ProQuest Ebook Central. UK: Cambridge Scholars Publishing, 57–79.

Devlin, M. (2006). *Inequality and the stereotyping of young people*. Dublin: The Equality Authority.

Dewaele, J. a Oudenhoven, J. P. (2009). The effect of multilingualism/multiculturalism on personality: no gain without pain for Third Culture Kids? *International Journal of Multilingualism*, 6:4, 443–459.

Duguid, M. M. a Thomas-Hunt, M. C. (2015). Condoning stereotyping? How awareness of stereotyping prevalence impacts expression of stereotypes. *Journal of Applied Psychology*, 100(2), 343–359.

Duhigg, C. (2012). *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*. New York: Random House.

Eysenck, H. J. (1947). *Dimensions of Personality*. London: Routledge & Kegan Paul.

Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P. a 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(6), 878–902.

Fiske, S. T. (2018). Stereotype Content: Warmth and Competence Endure. *Current Directions in Psychological Science*, 27(2), 67–73.

- FitzGerald, C., Martin, A., Berner, D. *et al.* (2019). Interventions designed to reduce implicit prejudices and implicit stereotypes in real world contexts: A systematic review. *BMC Psychology*, 7(1), 29.
- Geisinger, K. F. (2004). Bogardus Social Distance Scale. In W. E. Craighead, Ch. B. Nemeroff (Ed.), *The Concise Corsini Encyclopedia of Psychology and Behavioral Science*. USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Goldberg, L. R. (1981). Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. In Wheeler (Ed.), *Review of Personality and social psychology*, Vol. 1, 141–165. Beverly Hills, CA: Sage.
- Goldberg, L. R. (1993). *The Structure of Phenotypic Personality Traits*. American Psychologist, 48(1), 26–34.
- Graf, S. (2015). *Češi a jejich sousedé: Primární a sekundární přenos vlivu meziskupinového kontaktu na postoje v pěti zemích střední Evropy*. Masarykova Univerzita: Fakulta sociálních studií.
- Greenwald, A. G. a Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102(1), 4–27.
- Hayes, N. (2003). *Základy sociální psychologie*. Praha: Portál.
- Hnilica, K. a Bartoš, Z. (2017). Stereotypy v kontextu. *E-psychologie*, 11(2), 16–33.
- Horak Randall, N. a Delbridge S. (2005). Perceptions of Social Distance in an Ethnically Fluid Community. *Sociological Spectrum*, 25(1), 103–122.
- Kahneman, D. (2011). *Myšlení rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melville Publishing.
- Lambiri, V. (2005). *TCKs come of age*. Transition dynamics, Inc. Dostupné z: <https://www.yumpu.com/en/document/read/12133732/tcks-come-of-age-transition-dynamics>.
- Lederbogen, F., Kirsch, P., Haddad, L. *et al.* (2011). City living and urban upbringing affect neural social stress processing in humans. *Nature* 474, 498–501.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. USA: Harcourt Brace.
- Martin, C. L. a Halverson, C. F. (1981). A Schematic Processing Model of Sex Typing and Stereotyping in Children. *Child Development*, 52(4), 1119–1134.
- May, C. (2015). *Intergenerational Groups: How they benefit the workplace*. USA: Bryant University.
- Melles E. A., Schwartz J. (2013). Does the third culture kid experience predict levels of prejudice? *International Journal of Intercultural Relations*, 37(2), 260–267.
- Millerová, A. (2019). *Třetí kultura jako kapitál moderní doby*. Univerzita Karlova: Filozofická fakulta.
- Mroczek, D. K. a Kolarz, C. M. (1998). The effect of age on positive and negative affect: A developmental perspective on happiness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(5), 1333–1349.

Norman, W. T. (1963). Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 574–583.

OECD. (2016). Household income in metropolitan areas. In *OECD Regions at a Glance 2016*. Paris: OECD Publishing. Dostupné z: https://doi.org/10.1787/reg_glance-2016-47-en.

Parrillo, V.N. a Donoghue, C. (2013). The National Social Distance Study: Ten Years Later. *Sociology Forum*, 28(3), 597–614.

Pollock, D. C. a Van Reken, R. E. (2001). *Third Culture Kids: Growing Up Among Worlds* (Rev. ed.). Boston: Nicholas Brealey Pub.

Press, C. (2015). *Issues for debate in social policy*. SAGE Publications, Inc.

Rammstedt, B. a John P. O. (2007). Measuring personality in one minute or less: A10-item short version of the Big Five Inventory in English and German. *Journal of Research in Personality*, 41(1), 203–212.

Renner B., Schmälzle R. a Schupp H.T. (2012). First Impressions of HIV Risk: It Takes Only Milliseconds to Scan a Stranger. *PLoS ONE* 7(1). Dostupné z: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0030460>

Revenson, T. A. (1989). Compassionate stereotyping of elderly patients by physicians: Revising the social contact hypothesis. *Psychology and Aging*, 4(2), 230–234.

Ryšavý, D. (2003). Sociální distance vůči Romům. Příklad vysokoškolských studentů. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 39(1), 55–78.

Salinas, M. (2003). *The Politics of Stereotype: Affirmative Action and Psychology*. New York: Praeger Books.

Sargisson R.J., De Groot J.I.M. a Steg, L. (2020). The Relationship Between Sociodemographics and Environmental Values Across Seven European Countries. *Frontiers in Psychology*, 11.

Satow, L. (2021). *Reliability and Validity of the Enhanced Big Five Personality Test (B5T)*. Dostupné z: <https://doi.org/10.31234/osf.io/wsugv>.

Švejdová Jandová, M. (2021). *Postoje Romů v ČR k okolní společnosti, k lidem většinového etnika a k lidem s odlišnostmi*. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta.

Tajfel, H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25, 79–97.

Thompson, M. (2010). *Děti třetí kultury*. Brno: Masarykova univerzita.

Thyne, M. A. a Lawson R. (2001). The Design of a Social Distance Scale to Be Used in the Context of Tourism. In Tidwell P. M. a Muller T. E. (Eds.) *Asia Pacific Advances in Consumer Research*, 4, 102–107. Provo, UT: Association for Consumer Research.

Todorov, A., a Porter, J. M. (2014). Misleading First Impressions: Different for Different Facial Images of the Same Person. *Psychological Science*, 25(7), 1404–1417.

Tupes, E. C., a Christal, R. E. (1992). Recurrent personality factors based on trait ratings. *Journal of personality*, 60(2), 225–251. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00973>.

University of Warwick. (2019). Train the brain to form good habits through repetition. *ScienceDaily*. Dostupné z: www.sciencedaily.com/releases/2019/01/190128105227.htm

Villano P., Fontanella L., Fontanella S. a Donato M. D. (2017). Stereotyping Roma people in Italy: IRT models for ambivalent prejudice measurement. *International Journal of Intercultural Relations*, 57, 30–41.

Weaver, C.N. (2008). Social Distance as a Measure of Prejudice Among Ethnic Groups in the United States. *Journal of Applied Social Psychology*, 38, 779–795.

Wright, K. B. (2006). Researching Internet-Based Populations: Advantages and Disadvantages of Online Survey Research, Online Questionnaire Authoring Software Packages, and Web Survey Services. *Journal of Computer Mediated Communication*, 10(3). Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00259.x>

Zebrowitz, L. A. a Montepare, J. M. (2015). Faces and first impressions. In M. Mikulincer, P. R. Shaver, E. Borgida a J. A. Bargh (Eds.), *APA handbook of personality and social psychology, Vol. 1. Attitudes and social cognition* (251–276). American Psychological Association.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Čtyři typy stereotypů vyplývající z kombinace vřelosti a kompetence, charakteristika skupiny a od toho odvozené afektivní reakce okolí na danou skupinu..	26
Tabulka 2: Přehled věkového zastoupení vzorku.....	30
Tabulka 3: Přehled zastoupení příjmu vzorku.....	31
Tabulka 4: Přehled velikosti místa bydliště vzorku	31
Tabulka 5: Přehled měření kapitálů	33
Tabulka 6: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímané kapitály (A)TCK	42
Tabulka 7: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímané osobnostní charakteristiky (A)TCK podle Big Five	44
Tabulka 8: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímané charakteristiky vřelosti	45
Tabulka 9: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímané charakteristiky kompetence dle SCM u (A)TCK.....	46
Tabulka 10: Zastoupení odpovědí respondentů na vnímanou sociální distanci (A)TCK dle Bogarduse	47

Seznam grafů

Graf 1: Vztah vnímaných kapitálů (A)TCK a věku respondentů	49
---	----

Příloha A – Dotazník



Tentokrát zvidává 🗣️ nezajímají značky ani reklamy. Dnes si pro vás čunici připravili jedno společenské téma. Pomůžete jim?

Rozumíte díky popisu tomu, kdo jsou TCK (dětí třetí kultury)?

Víte, kdo jsou tzv. "dětí třetí kultury"?

Někdy také zkracováno na TCK, tj. Third Culture Kids?

☐ Ano, vím o čem je řeč.
☐ Už jsem o tom někdy slyšel, ale nejsem si jistý.
☐ Vůbec netuším.

A kdo to podle vás tedy je? Zkuste stručně popsat.

Dětí třetí kultury jsou...

Nyní si pozorně přečtěte, kdo děti třetí kultury jsou.

Po přečtení pokračujte kliknutím na šipku vpravo nahore.

(A)TCK je zkratka pro *(adult) third culture kids* čili (dospělé) děti třetí kultury. Dítě třetí kultury je někdo, kdo strávil významnou část vývojových let mimo kulturu svých rodičů. TCK si vyvine vztah ke všem kulturám, zároveň se však necítí být úplnou součástí žádné z nich. Ačkoliv si TCK v životě osvojí různé prvky z jiných kultur, pocit sounáležitosti má často spíše s lidmi s podobnou životní zkušeností. Pro dospělé děti třetí kultury platí totéž.

Už jste o něčem takovém slyšel?

Pokud nevíte, otázku přeskočte.

Odpovídá takový popis zhruba vaší představě o tom, kdo děti třetí kultury jsou?

A znáte někoho takového? Ať už dítě nebo dospělého, který měl takové dětství.

☐ Ano, na někoho takového jsem už narazil.
☐ Možná někoho takového v okolí mám, ale nejsem si jistý.
☐ Ne, nikoho takového neznám.

Ted' vám ukážeme několik příkladů TCK. Každý profil si pozorně přečtěte.

Tohle je jeden z příkladů TCK. Pozorně si to přečtěte.

Lucy teď žije v Nairobi. Její maminka tu pracuje na konzulátu. Její tatínek je Švéd, ale žije ve Finsku, kde teď pracuje. Do Keni se s nimi nemohl přestěhovat, protože je vázán v práci, takže se vidají párkrát do roka, když s maminkou přiletí do Helsinek, nebo naopak on za nimi do Keni.

Tohle je jeden z příkladů TCK. Pozorně si to přečtěte.

Naomi je 56 let, je napůl Češka a napůl Švýcarka. Dětství Naomi strávila v Indii a Jižní Americe, kam byla její maminka vyslaná jako misionářka. Ted' už žije mnoho let v Čechách, ale jezdí i za svou rodinou do Švýcarska. Doted slyší dotazy na své nečeské jméno, ale už si na to za ta léta zvykla. Se svým českým manželem mají syna a dceru a usadili se nedaleko Pardubic.

Tohle je jeden z příkladů TCK. Pozorně si to přečtěte.

Eric už žije v Čechách 8 let. Je mu 24 a narodil se v Brně. Když byl mladší, žil s rodiči ve Francii, Vietnamu a v Chile. Dohromady tak strávil v zahraničí jako dítě 10 let. Ve Francii chodil do státní školy, ve Vietnamu a v Chile do školy mezinárodní. V současné době dokončuje studium a hledá si zaměstnání.



☐ Rozumím mu více.

☐ Rozumím mu stejně.

☐ Rozumím mu méně.

JDEME NA TO!



Pokračujte kliknutím na šípku vpravo nahoře.



ROZHODNĚ ANO	SPÍŠE ANO
SPÍŠE NE	VŮBEC NE
NEVÍM	

ROZHODNĚ ANO

SPÍŠE ANO

SPÍŠE NE

VŮBEC NE

NEVÍM

ROZHODNĚ ANO

SPÍŠE ANO

SPÍŠE NE

VŮBEC NE

NEVÍM



ROZHODNĚ ANO	SPÍŠE ANO
SPÍŠE NE	VŮBEC NE
NEVÍM	

ROZHODNĚ ANO

SÍPŠE ANO

SÍPŠE NE

VÚBEC NE

NEVÍM



1000

Pokud nevíte jak odpovědět, otázku přeskočte.

- ☐ Tak to je skvělé!
- ☐ Kolega jako kolega.
- ☐ Tak to by se mi nelíbilo.

Představte si, že je váš blízký přítel TCK.

Pokud nevíte jak odpovědět, otázku přeskočte.

- ☐ Tak to je skvělé!
- ☐ Neřeším, jestli je to TCK nebo kdokoliv jiný.
- ☐ To si nepřeji.

Představte si, že učitel, který ve škole učí vaše děti, je TCK.

Pokud nevíte jak odpovědět, otázku přeskočte.

- ☐ Tak to je skvělé!
- ☐ Učitel jako učitel.
- ☐ To si nepřeji.

Představte si, že by se vedle vás přistěhoval TCK.

Pokud nevíte jak odpovědět, otázku přeskočte.

- ☐ Tak to je skvělé!
- ☐ Lidi jako lidi.
- ☐ Tak to by se mi nelíbilo.

Představte si, že by si vaše dcera nebo syn přivedl/a domů TCK.

Pokud nevíte jak odpovědět, otázku přeskočte.

- ☐ Bezva, je to skvělá partie.
- ☐ Neřeším, jestli je to TCK nebo kdokoliv jiný.
- ☐ Tak to by se mi nelíbilo.



A jsme u konce! Zcestovala 🗺️ už letí do vašeho stáda.

Příloha B – Grafy vztahů indexů jednotlivých měřicích nástrojů a vybraných sociodemografických údajů

Poznámka: osa x vždy reprezentuje vybraný sociodemografický údaj respondentů a osa y reprezentuje odpovědi respondentů, kdy hodnota 1 je *rozhodně ano* a hodnota 4 je *vůbec ne*.

