

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Jak atraktivita osoby ovlivňuje první dojem
Ilona Svobodová

Plzeň 2014

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra antropologie

Studijní program Antropologie

Studijní obor Sociální a kulturní antropologie

Bakalářská práce

Jak atraktivita osoby ovlivňuje první dojem

Ilona Svobodová

Vedoucí práce:

RNDr. Vladimír Blažek, CSc.

Katedra antropologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2014

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a jiné prameny, které jsem použila.

Plzeň, duben 2014

.....

PODĚKOVÁNÍ:

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce panu RNDr. Vladimíru Blažkovi, CSc., za pomoc a za cenné rady, také bych mu chtěla poděkovat za projevenou trpělivost.

Dále mé poděkování patří mé rodině, která mě po celou dobu studia podporovala a mému dlouholetému příteli, který po celou dobu při mě stál a byl mi velkou oporou.

Rovněž mé poděkování patří také spolužákům a heslu „Musíme si pomáhat“.

Obsah

I. TEORETICKÁ ČÁST

1. ÚVOD	1
2. ATRAKTIVITA.....	2
2.1 Pojem atraktivita	2
2.2 Historický vývoj ideálu krásy	5
2.3 Kulturní vliv, vliv médií	9
2.4 Stereotypní náhled na vlastnosti atraktivních lidí.....	10
3. PERCEPCE	13
3.1. Percepce lidské tváře	13
3.1.1 Symetrie obličeje	14
3.1.2 Průměrovost	16
3.1.3 Pohlavně dimorfní znaky	18
3.2. Sociální percepce	20
3.2.1 Vnímání druhého člověka.....	21
3.2.2 Interpersonální přitažlivost.....	24
4. PRVNÍ DOJEM	27
4.1. Utváření dojmu.....	27
4.2. Determinanty ovlivňující proces formování dojmu	29
4.3. Jak lze ovlivnit první dojem	31

II. EMPIRICKÁ ČÁST

1. CÍL VÝZKUMU A HYPOTÉZY	33
2. METODA VÝZKUMU A POPIS MATERIÁLU.....	33
2.1. Popis zkoumaného vzorku a metoda jeho výběru	33
2.2. Metoda získávání dat	34
2.3. Etika	35
2.4. Výzkumný proces	35
2.4.1. První fáze výzkumu	35
2.4.2. Druhá fáze výzkumu.....	35
3. METODA ZPRACOVÁNÍ DAT - STATISTIKA.....	36
3.1. Vztah mezi proměnnými na základě korelací	36
4. VÝSLEDKY A JEJICH INTERPRETACE	37
5. DISKUZE	46
6. ZÁVĚR	48
7. SEZNAM LITERATURY	50
8. RESUME	58
9. PŘÍLOHY	60

1. ÚVOD

Každý jedinec vnímá pojem atraktivita jiným způsobem, a proto jedna osoba může být z hlediska atraktivity vnímána ostatními osobami rozdílně. S tím se potýkala i každá kultura a historická doba - krása byla v různých obdobích vnímána jinak. Každé století má však svá specifika atraktivity. V našem současném kulturním prostředí jsou předpoklady pro atraktivitu následující: být štíhlý, bez vrásek, u žen dokonalý make-up, barva a střih vlasů, což platí leckdy i pro muže. Nicméně vše by mělo vypadat co nejpřirozeněji. Neméně důležitou roli hraje též oblékání. Jak dosáhnout dokonalosti pak nabádají především média, která nasměrují osoby toužící po dokonalém vzhledu správným směrem. Média dávají přednost obchodům se značkovými oděvy, nejlepším kadeřnictvím a také nejlepším odborníkům, kteří se pohybují v oblasti plastické chirurgie. Proč to jedinci dělají? Neboť atraktivita jedince je pro každého člověka velmi důležitá. Lidé jsou přesvědčeni, že atraktivita má spojitost s charakterovými vlastnostmi člověka, kdy vše je doprovázeno společenskými interakcemi a kdy atraktivita ovlivňuje první dojem. Cíl této práce je zhodnotit, jaký má vliv atraktivita na vytváření prvního dojmu jedince.

První část, tedy teoretická, je rozdělena na 3 hlavní části.

První část je věnována exkurzu po stopách atraktivity, historickému vývoji vnímání atraktivity, kde budou rozpracována jednotlivá století a jejich ideály krásy. Poté následuje nástin kulturního vlivu na vnímání atraktivity a také stereotypy, které se k atraktivitě pojí a které mohou mít též vliv na přisuzování osobnostních vlastností a schopností atraktivním či méně atraktivním jedincům.

Druhá část je věnována percepci jak biologické, tak sociální. Jde o snahu popsat, jak lidé vnímají lidský obličej, jeho rysy a rozměry.

Třetí část je zaměřena na první dojem, který je v navazování vztahů velmi důležitý. Popisuje určité strategie, jak lze první dojem ovlivnit. Při každém navazování vztahu si jedinec málokdy uvědomuje, že první dojem je ten nejdůležitější a těžko se dá změnit. Proto je tento oddíl věnován pouze prvnímu dojmu.

V empirické části práce, bude popsán výzkum, postup sběru dat, postup výběru výzkumných vzorků a posuzovatelů, a také zpracování a výsledky výzkumu.

Cílem práce je ukázat, zda opravdu působí vliv stereotypního přisuzování charakterových vlastností atraktivním či méně atraktivním jedincům a zda atraktivním jedincům budou přisuzovány kladné charakterové vlastnosti a naopak.

2. ATRAKTIVITA

2.1. Pojem atraktivita

Mluvíme-li o atraktivitě, máme většinou na mysli atraktivitu fyzickou (atraktivita = přitažlivost), tedy skutečnost, jak jedinec vypadá navenek. Důležitá je také atraktivita osobní, která obsahuje osobnostní rysy a vlastnosti jedince a též souvisí se vznikáním trvalejších vztahů.

D.G. Myers, americký psycholog, fyzickou atraktivitu připodobňuje výšce jedince. Za atraktivitu považuje něco, čeho mají někteří méně a jiní zase více. Atraktivita je pak souhrn vnějších znaků, které určitá skupina považuje v určitém období za atraktivní. Je ale nutno podotknout, že takovéto vnímání krásy se dá nazvat jako proměnné, jelikož žádný neutrální vzorec atraktivity neexistuje. Co však existuje, je shoda nad tím, co lze považovat za krásné, a co ne (Myers, 1987).

Platí, že co je mnohdy považováno za atraktivní, je většinou i průměrné, tzn. např. ani příliš malý, ani příliš velký nos či uši. Ženy, které mají velice mladistvý vzhled (juvenilita), jsou vnímány jako atraktivnější. Někteří autoři označují tento mladistvý vzhled, jako „babyface“, to

znamená, že vzhled žen je přirovnáván dětskému vzhledu, který se projevuje malým nosem, velkýma očima, kratší bradou, nebo vysoko položeným obočím (Cunningham, 1986). V mužích toto schéma spíše vyvolává opatrovnické sklony, mají pocit, že se o takovou ženu musí starat, a proto jsou ženy s tímto vzhledem považovány za atraktivnější. Znaky, které jsou popsány výše (malý nos, kratší brada atd.), patří mezi znaky nedominance. Naopak, muži jsou vnímáni jako přitažlivější, pokud z jejich obličeje vyzařují znaky dospělosti a dominance (Myers, Cunningham, 1986, Keating, 1985 v Myers 1987). Jev dominance a dospělosti, popisuje sociobiologie jako „reproduktivní zvýhodnění“. Téma pohlavního dimorfismu bude rozpracováno podrobněji v kapitole 2. Percepce lidského obličeje.

Na základě evolučních mechanismů, muži preferují takové ženské rysy, které naznačují a zaručují mladost a zdraví žen. To v mužích evokuje pocit, že tyto ženy mají dobrou reprodukční schopnost. Ženy si pak podle stejného evolučního mechanismu vybírají muže, kteří jim zajistí bezpečí a blahobyt společných potomků. Tím se dá také vysvětlit jev, kdy si ženy hledají společensky vysoce postavené muže. Postavení jedince lze brát v potaz jako jeden z významných faktorů k posuzování atraktivity. Pokud např. muž dosahuje vysokého statusu v určité sféře společenského života, zvyšuje to u žen větší zájem o dotyčného. V této situaci však fyzická atraktivita nehraje až tak velkou roli. Pokud je dotyčný muž dostatečně bohatý a zaručuje ženám dostatečnou péči, nedostatek fyzické atraktivity je přehlížen. Naopak muži s vysokou pozicí ve společnosti si hledají mladé a krásné ženy, které jim svým vzhledem zaručují, že budou úspěšnými rodičkami (Weiss, 2004:156-157).

Jak již bylo výše zmíněno, fyzická atraktivita je velmi důležitá při navazování nových sociálních kontaktů, je důležitá zejména v tom, že ovlivňuje první dojem, který rozhoduje o budoucím vztahu mezi dvěma jedinci. Z celosvětových výzkumů vyplynulo, že z hlediska krátkodobých vztahů jsou nejvíce vyhledáváni atraktivní muži a ženy, avšak při volbě partnera pro dlouhodobý vztah lidé preferují podobně inteligentní, ale

zároveň atraktivnější protějšek (Myers, Bernard Murstein, 1972, 1976 v Myers, 1987).

V sociální psychologii se používala metoda sociometrie, která zkoumala oblíbenost daného jedince jako člena malé skupiny, ale také zkoumala oblíbenost ve smyslu přitažlivosti skupiny pro jedince. Později zkoumala oblíbenost jako důležitý činitel sociálního učení nápodobou a identifikací (atraktivní vzor vyvolává tendenci k nápodobě) nebo vlastnost komunikátora (atraktivní komunikátor působí přesvědčivěji). V 60. letech 20. století se v sociální psychologii objevuje interpersonální atraktivita, která je považována za odstavňý činitel navazování a utváření mezilidských vztahů (Výrost, Slaměňík, 1998:252).

Atraktivita se rozlišuje na fyzickou a osobní. Každá z nich má svou specifickou roli, ale většinou se tyto aspekty atraktivity prolínají.

Atributy fyzické atraktivity jsou např. rysy obličeje, výška postavy, držení těla, hmotnost, barva vlasů a pokožky, věk, poměr pasu a boků, u žen velikost a tonus poprsí. Ale proč tento typ atraktivity hraje tak důležitou roli při navazování vztahů? Vysvětlením by mohla být skutečnost, kdy společnost oceňuje obecně fyzickou krásu a odměňuje jedince, který má po svém boku atraktivní osobu. Ve většině kulturách se též traduje, že atraktivním lidem jsou přisuzovány pozitivní vlastnosti a chování okolí je pak vůči těmto jedincům shovívavější. Leslie Zebrowitzová tento jev vysvětluje ve své knize jako náklonnost k jedinci pro jeho fyzickou atraktivitu (Zebrowitz, Collins, Dutta, 1998; Zebrowitz, Lee, 1999).

Osobní atraktivitu reprezentují vlastnosti atraktivního jedince, které mohou být pro další osoby přitažlivé. Tyto vlastnosti se dají poznat až po dalším setkání s dotyčným jedincem. Další setkání pak ukáží, nakolik jsou osobní vlastnosti přitažlivé. Nicméně následné poznávání může způsobit zklamání u vysoce fyzicky atraktivních osob a naopak. Osobní atraktivita se považuje za hlavní činitel utváření a trvání interpersonálních vztahů.

Nový fenomén v typech atraktivity je interpersonální atraktivita na internetu (Výrost, Slaměník, 1998).

Existuje několik evolučních teorií atraktivity, které je možné rozdělit na dva směry. První směr se nazývá Fisherovská selekce. Fisher tvrdí: *„Znaky, které jsou považovány za atraktivní, se vyvinuly náhodně, avšak jakmile se takováto preference rozšíří, je posléze velmi obtížné preference měnit preferencí alternativní, jelikož následná generace jedinců, kteří tento alternativní vkus měli, by nebyli hlavním proudem považování za atraktivní“* (Fisher, 1915). Tím Fisher ukázal, že vztah mezi atraktivitou a kvalitami dané osoby nemusí korelovat. Druhý, protichůdný směr, zastává teorii, že vlastnosti, které lidé považují za atraktivní, odpovídají kvalitě daného organismu. Tato teorie se nazývá „teorie dobrých genů“ (Havlíček a Rubešová, 2009:200). Více vědců se přiklání spíše k teorii dobrých genů především proto, že jedincům, kteří jsou hodnoceni jako atraktivní, se přisuzuje lepší zdravotní stav (Jones et al., 2005).

2.2 Historický vývoj ideálu krásy

V každém historickém období, byl ideál krásy odlišný. Otylost, kypré či „barokní tvary“ nejsou fenoménem, který by se neopakoval, nebyl však vždy spojován s negativními asociacemi či předsudky. Již zhruba před 20 – 30.000 lety díky sošce Věstonické Venuši, která se našla na našem území, je patrné, že i v této době se lidé zabývali vzhledem, konkrétně žen. Soška však není důkazem toho, že žena, podle které byla soška vytvořena, byla ideálem krásy. Představuje ženu velmi kyprých tvarů, která by v dnešní době nebyla považována za atraktivní, nicméně ve své době patřila k symbolům plodnosti a hojnosti. Charakteristické rysy, které ukazovaly na dobrou kondici, bylo velké poprsí, široká pánev, vystupující břicho a pozadí. Podobnost české Věstonické Venuše lze nalézt i u rakouské Venuše Willendorfské, francouzské Venuše z Lespugue, či německé Venuše z Hohle Fels.

O několik tisíciletí později např. ve starověkém Řecku a Římě byl ideálem krásy jedinec s atletickou urostlou postavou, kterou si udržoval sportem. Důležitou roli ve starověkém Řecku a Římě hrála též symetričnost, jak končetin a smyslových orgánů, tak zdobení či způsob úpravy oděvů. Později došlo, co se týče v přesnosti proporcí, k uvolnění, avšak symetrie zůstávala (Eco, 2005:74). Tehdejší lékaři, jako byli např. Hippokrates či Galén, si začali všimnat příčin brzkého úmrtí, které začaly spojovat s obezitou nebo dokonce i s anorexií. Příznaky anorexie popsal Galén již ve 2. století našeho letopočtu.

Po pádu Západořímské říše nastupuje v Evropě středověk. Toto období je spojeno především s křesťanským náboženstvím. Tělo bylo vnímáno jako nástroj hříchu a fyzická krása byla popírána. Ceněny byly zejména dušení vlastnosti, jako je pobožnost, v nejvyšších vrstvách vzdělanost a u žen poslušnost vůči mužům. Vzhled lidí ve středověku odráží jejich postavení ve společnosti. V 11. stol. je zaznamenán velký hospodářský růst, který zajistil zvýšení úrovně aristokratům. Od poddaných se šlechta začala lišit nejen svým stylem života, ale také péčí, kterou věnovali svému zevnějšku. Začali používat parfémy, pudry apod. Šlechta se také snažila odlišit ve stylu odívání a nechala si dovážet drahé látky z cizích krajín. Díky dovozu zjistili, že lidé v cizích krajích se odívají odlišně, i když jsou na stejné úrovni společenského života. V oblasti stravy se též objevil problém obezity zejména u vládnoucích panovníků. Výjimkou byl Karel IV., který měl svého osobního lékaře. Tento lékař vladaři vypracoval systém životosprávy, ve které mu doporučoval střídmost v jídle i pití.

V období gotiky pak byla krása prezentována pohublými dívkami, které měly svým vzhledem připomínat křehkou pannu Marii.

V renesanci se opět vrací antický ideál krásy a to díky tomu, že se přestal vnímat obraz ženy jako d'áblovy služebnice a ženská touha zkrášlovat se a líbit se získala hlubší společenskou legitimitu (Lipovetsky, 2002:214). Zvýraznění prsou a zvýraznění šíře boků bylo dosaženo

korzetem, čímž se renesance od antiky lišila. Korzet docílil toho, že žena dosáhla tvaru postavy tzv. „přesýpacích hodin“. Korzet však nebyl jediným novým prvkem, který určitým způsobem uměle upravoval a zvýrazňoval ženské partie. Na konci roku 1470 byl ve Španělsku vynalezen tzv. vertugadin, což je výztuž ve tvaru zvonu, který podpíral sukni šatů (Lipovetsky, 2002:42). Tuto výztuž zavedla princezna Jana Portugalská, která tím chtěla zakrýt svou obezitu.

V roce 1558 lze poprvé najít zmínku o dietě, kterou zavedl Ital Luigi Coronaro (Crook, 1995:41). V tomto období nebyla ideální ženská postava ani obézní, ani vyhublá, ale měla vypadat smyslně a zdravě.

Baroko a celé 17. století se neslo v duchu „boubelatých andělíčků“, kteří svými kyprými tvary byli symbolem krásy tehdejší doby a též symbolem blahobytu a úspěšnosti.

Přelom 18. a 19. století, tedy období romantismu, evokuje a idealizuje vyhublost a s tím spojenou křehkost. Štíhlost je v tomto případě brána jako znak duchovní krásy. Na přelomu tisíciletí se také objevuje „výchova těla“. Oděvy žen začaly být více barevné a zdobnější. Na začátku 19. století, tzv. empír, se znovu začala zdůrazňovat ženská silueta. Ideální tvar siluety byl dosažen díky šňejícím korzetům, které prsa nedeformovaly, ale jen je podpíraly (Petrasová, Machalíková, 2010:110).

Obrovský vývoj náhledu na ideální ženskou postavu nastal ve 20. stol. Na počátku byla módní velmi štíhlá postava, kterou podporovali i tehdejší feministická hnutí. O pár desítek let později, např. v 50. letech, byly naopak v módě plnější tvary. Nejznámější představitelkou této módy plnějších tvarů byla např. Marilyn Monroe. O necelých 20 let později, přesně v roce 1967 se na módních molech ocitla anglická modelka Twiggy, která na první pohled trpěla vážnou podvýživou, ale i přesto se stala módní ikonou té doby. Tento trend přetrvává dodnes. Nejen modelky se však staly ikonami krásy. Od 30. let 20. století, kdy se začal rozvíjet film, se do zájmu veřejnosti dostali také herci a herečky, které se

díky svým rolím, dostávali do podvědomí diváků, kteří je tak začali vnímat jako ikony ideálu krásy.

Takto vypadá stručný výčet historie ideálu krásy v Evropě. Nicméně krása je každou kulturou vnímána jinak, např. v Africe je všeobecně známý fakt, že štíhlé ženy nebyly a nejsou obdivovány. Pro muže v této kulturní oblasti, štíhlost znamená chudobu a neschopnost počítí.

Souhrnem lze říci, že každá kultura a každé historické období měli jinou představu o kráse. Nicméně i přes kulturní a historická specifika, existují v posuzování atraktivity určité konstanty. Názor o shodě v hodnocení atraktivity v různých sociálních prostředích a věkových a etnických skupinách, se začal objevovat v 80. letech prováděnými studii. Prováděné studie kladly důraz na existenci mezikulturní a mezipohlavní jednoty v percipování atraktivního obličeje. Různými experimenty bylo zjištěno, že mezi odlišnými kulturami i etniky existuje shoda (Langlois et al., 2000). Hlavními aktéry a ukazateli univerzálnosti atraktivity obličeje byly děti. Z experimentu Langloise et al. (1990b) vyšlo najevo, že na jedincích, kteří byli dospělými osobami označeni za atraktivní, ulpěl dětský pohled mnohem déle, než na obličej, který byl hodnocen jako méně atraktivní. Existují však i studie, které jsou v rozporu s teorií o univerzálním vnímání atraktivity. Tyto studie dokazují, že ve vnímání atraktivity existují mezikulturní rozdíly, a existuje zde též větší variabilita v jejím hodnocení. Studii bylo dále zjištěno, že jisté biologické znaky mají v určitém prostředí jinou váhu a jsou i jinak hodnoceny (Perrett et al., 1999; Shackelford a Larsen, 1999). Jako příklady variability hodnocení atraktivity lze uvést výzkumy, které prováděl Cunningham et al (1995) v USA se dvěma skupinami studentů: jedna skupina se skládala ze studentů USA, kteří byli původem z Asie, a druhá skupina se skládala ze studentů Thajců, kteří žili v Thajsku. Bylo jim předkládáno několik fotografií žen, které se na fotografiích široce usmívaly. Ani jedné skupině tyto ženy nepřišly přitažlivé. Příčinou nelibosti těchto žen se širokým úsměvem by mohla být možná preference asijské společnosti, v tomto případě asijských mužů v submisivitě a

zdrženlivosti asijských žen. Existuje však mnohem více studií, které dokazují, že v rámci lidské společnosti jsou určité společné standardy, podle kterých je vnímána i atraktivita. Rubenstein et al. (2002) tvrdí, že univerzální princip opravdu existuje a u člověka je vrozený, nebo pokud není přímo vrozený, ukáže se brzy po narození.

2.3 Kulturní vliv, vliv médií

Masmédia dnes velmi výrazně ovlivňují standardy fyzické atraktivity. Do vytváření představ o ideálu krásy se začala vkládat např. už v roce 1892, kdy poprvé vychází týdeník Vogue. Vogue začal udávat trendy, co se má nosit, co se bude nosit a co je naprosto „out“. Z počátku byly ženy v časopise nakreslené a kolem 20. let se začaly objevovat první fotografie žen, které měly na sobě oblečeny nejnovější šaty, určující trendy v odívání. Díky fotografiím vznikla profese fotomodelky. Ve Vogue také vyšel v roce 1908 první popis ideálu krásy tohoto období. Popis zněl následovně – módní postava je vysoká, má menší obvod boků a prsou, dlouhé končetiny a širší pas. Nicméně podobný popis „modelky“ charakterizuje ve své knize také Lipovetsky (2002).

Dalším médiem, které začalo ovlivňovat ideál krásy, byl film. Návštěvnice kina začaly pomalu, ale jistě napodobovat hvězdy stříbrného plátna. Mezi nejvyhledávanější herečky v letech 1910 až 1920 patřily např. Sarah Bernhard, která se proslavila mimo jiné díky nošení pánských kalhot, nebo Greta Garbo či Marlene Dietrich (Lipovetsky, 2002:331). Ženy také napodobovaly herečky zejména v oblékání a tvoření účesů a postava pro ně nebyla až tak zásadní. Tvar postavy byl ovlivněn až sportováním, které se stalo díky filmovým hvězdám „in“. Díky sportu začalo být tělo čím dál tím více odhalováno, např. šaty nad kolena na tenis, plážové letní úbory atd. Trend vyvrcholil ve 40. letech, kdy na světlo světa přišly bikiny – dvoudílné plavky (Lipovetsky, 2002:122).

Ve 30. a 40. letech se ve společnosti začal šířit vynález – televizor. V 50. a 60. letech již byla nutnost, aby každá rodina měla alespoň jeden. Tímto vynálezem se celebrity – herečky a herci – dostaly do podvědomí

každému. Právě televize se stala prostředkem vnímání nepřeborných vzorů toho, jak se v dané situaci zachovat, co si v dané situaci obléci, atd. V dnešní době se herečky snaží být co nejštíhlejší, mít velká ňadra a herci chtějí působit jako urostlí muži. Jsou to tedy právě média, které nás den co den upozorňují na to, co je fyzicky atraktivní a co ne. Tyto mediální obrazy však působí negativně na mínění lidí o sobě samých, což se projevuje v jejich sexuálním životě, v sebedůvěře a též ve výběru partnera.

Tištěná média, především pak „ženské časopisy“, jsou další, které velmi ovlivňují vnímání vzhledu. Ihned v závěsu za nimi jsou „pánské časopisy“. Denní tisk se od těchto časopisů liší v tom, že je zaměřen na široké spektrum veřejnosti, avšak tyto „ženské“ a „pánské“ časopisy jsou zaměřeny pouze na specifickou část obyvatel. Obecně nelze říci, zda všechny ženy či muži čtou tyto specifické časopisy, např. v roce 1990 dospěly výzkumnice Eileen Guillenová a Suzan Barrová k závěru, že časopisy určené ženám přispívají k vytváření současného kulturního prostředí, ve kterém se od žen očekává nezdravá štíhlost (Grogan, 2002:85).

Mýtus krásy, který tato média přednášejí, paradoxně ženám na síle nepřidává, ale naopak jim síly bere. Krása je totiž hlavním kritériem, podle kterého jsou ženy hodnoceny. Ženám tyto časopisy stále dokola opakují, že pokud chtějí být úspěšné, musí být bezpodmínečně krásné. Ženám se však podaří málokdy požadovaného atraktivního vzhledu dosáhnout a díky tomu pak upadají do depresí a vnímají se jako méněcenné.

2.4 Stereotypní náhled na vlastnosti atraktivních lidí

Stereotyp lze chápat jako zobecnění vlastností určité skupiny lidí. To znamená, že daná osoba musí mít ty samé atributy, které jsou připisovány skupině, ve které je členem (Papica, 1979:128).

Jedinec je zde vnímán jako typický člen dané kategorie osob, např. blondýnka, učitel, Rom, atd.

Všichni jistě znají pohádky o krásné princezně, která je hodná, milá a dobrosrdečná a pohádky o čarodějnicích a ježibabách, které jsou ošklivé, zlé a nepřející. To je jen zlomek toho, jaké stereotypy atraktivita přináší. Hezčí lidé jsou často považováni za šťastné, inteligentní, sociabilní, úspěšné a méně sociálně deviantní, což by se dalo přirovnat k příkladu krásné princezny a ctnostného prince, zabíjejícího zlou a škaredou ježibabu. Tento kulturní stereotyp se rozšířil i do současné doby v podobě reklam a filmů, tedy do médií, které mohou jedince ovlivnit. Na téma atraktivita a dobro vznikalo nespočet výzkumů a studií, které prověřovaly souvislosti mezi osobností a fyzickou atraktivitou. Nicméně se nepodařilo nalézt jasnou souvislost mezi fyzickou atraktivitou a osobností. Tvzení, že fyzicky atraktivní lidé mají více sebedůvěry, jsou asertivnější a jsou akademicky schopnější, není vždy pravdivé, neboť vše je založené na povaze a osobnosti daného jedince.

Dalším stereotypem, který je spojen s fyzickou atraktivitou, je intelektuální kompetence a pracovní úspěšnost. V roce 1974 vznikla na toto téma studie, kterou napsali Landy a Sigall (Lovaglia, 2007:119). Studie ukázala, že fyzická atraktivita může být za určitých okolností spojována s talentem a intelektuálním výkonem. Výzkum probíhal na střední škole, kde měli studenti za úkol ohodnotit eseje napsané studentkami různého věku i rasy. K esejím byly též přiloženy fotografie jejich autorek. Jestliže se autorka zdála posuzovateli fyzicky atraktivní, většinou měl tendenci dát lepší známku. A podobných výzkumů bylo prováděno nespočet.

Fyzická atraktivita však nemusí vždy znamenat jen pozitivní přínos, ale může mít i své stinné stránky. Fyzicky atraktivní lidé mohou mít např. pocit, že jejich výkon hodnotí okolí na základě toho, jak vypadají, a nikoli na základě jejich vědomostí. Podobné situace mohou nastat i v místě pracoviště, neboť lidé na pracovišti mohou dávat najevo při pracovním hodnocení, že dané hodnocení není výsledkem schopností atraktivních jedinců, ale že tito jedinci jsou ohodnoceni lépe za to, jak vypadají (Hewstone a Stroebe, 2006:438). Dále je možné setkat se s reakcemi,

kteří lépe vypadají, jsou často v nevýhodě, protože jim někteří lidé přisuzují větší negativní a egocentrické rysy (Galluci, Meyer, 1984). Lidé si o atraktivních jedincích myslí, že se spoléhají více na svůj vzhled, než na své další schopnosti. Mimořádně atraktivní jedinci pak mohou být odmítáni svými blízkými, kteří na ně žárlí (Hatfield, Sprecher, 1986:193).

Stereotypy se měnily v různých historických obdobích stejně, jako se měnily trendy krásy. Lidé, kteří se nějakým způsobem vymykají zavedeným „klišé“, danému trendu nevyhovují. Nejlepší příklad změny stereotypů je možné ukázat na vnímání štíhlosti a nadváhy. Dříve byli jedinci s nadváhou vnímáni jako veselí, přátelští, otevření, dobrosrdeční a vyrovnaní. Americké a kanadské studie však ukázaly, že dnes jsou obézní jedinci považováni zejména za líné, závistivé lidi bez vůle, kteří trpí velmi špatným zdravotním stavem a především, což je pro lidskou socializaci důležité, trpí izolací od ostatních lidí (Crook, 1995:136). Obecně jsou obézní lidé ve srovnání se štíhlými pokládáni za méně aktivní, méně sebevědomé, méně inteligentní, méně pracovité i úspěšné, méně oblíbené a celkově méně šťastné (Fialová, 2001:95).

Dále je zde několik stereotypů, které autoři často ve svých studiích zmiňují:

1. Lidé mají tendenci se domnívat, že atraktivní lidé jsou chytřejší, úspěšnější, družnější, dominantnější, sexuálně zkušenější, duševně zdravější a mají vyšší sebevědomí, než fyzicky neatraktivní lidé (Umberson, Hughes, 1987).
2. Fyzicky atraktivní lidé jsou více společenší a méně společensky nervózní a osamělí, než méně fyzicky atraktivní lidé (Feingold, 1992).
3. Fyzicky atraktivní lidé jsou populárnější než méně atraktivní lidé a atraktivnější lidé mají s větší pravděpodobností více interakcí s lidmi, kteří jsou též fyzicky atraktivní (Feingold, 1992).

4. U fyzicky neatraktivních lidí je pravděpodobnější, že budou identifikováni jako psychopaté, než fyzicky atraktivní lidé (Feingold, 1992).
5. Fyzicky neatraktivní lidé s psychologickou poruchou jsou považováni za více nepřizpůsobivé a mají horší prognózu, nežli fyzicky atraktivní lidé se stejnými psychickými poruchami (Brundage, Derlega, Cash, 1977).
6. Fyzicky atraktivní jedinec je pravděpodobně vnímán jako spíše nevinný, než méně atraktivní osoba, i když jsou obviněni z téhož trestného činu (Cialdini, 1984).
7. Fyzicky neatraktivní obžalovaní jsou považováni za mnohem nebezpečnější, než lépe vypadající pachatelé (Galluci, Meyer, 1984).
8. Fyzicky atraktivní lidé, kteří jsou shledáni vinnými z konkrétního trestného činu, dostanou pravděpodobněji příznivější tresty, než méně atraktivní obžalovaní (Cash, Kehr, Polyson, Freeman, 1977).

3. Percepce

3.1. Percepce lidského obličeje

Odlišnosti ve vnímání/percepce lidského obličeje jsou způsobeny variabilitou v obličejových rysech, které vedou k přisuzování vnímání atraktivity, dominance a důvěryhodnosti. Mozek prostřednictvím oka vnímá objekty díky mechanismu, který umožňuje rychlé přesouvání pohledu z jednoho bodu na druhý a tak, pomocí optického náčrtníku, může rekonstruovat celkový obraz sledovaného objektu. Co se týče obličeje, zde jsou klíčovými body pro rekonstrukci ostrého obrazu oči, rty, špička nosu a celkový obrys obličeje. V mozku je umístěn zrakový analyzátor, který obsahuje velké množství okrsků a jeden z těchto okrsků – týlní obličejová oblast – se podle některých výzkumů aktivuje právě při sledování obličeje (Blažek, Trnka, 2008:89). V mozku člověka existuje

celá specializovaná neurokognitivní síť, která se stará o vnímání obličejů. Obličej je nejprve, stejně jako jiné předměty pozorování, zpracován v primární zrakové kůře, poté proběhne analýza určitých jednotlivých prvků a také identifikace známosti, podobnosti či odlišnosti objektu, v tomto případě obličeje. Na identifikaci sledovaného objektu se podílí *gyrus fusiformis*¹ a *gyrus occipitalis inferior*². Tento proces je propojen s paměťovými záznamy. Následně limbický systém se zabývá rozeznáváním mimických výrazů obličeje, na základě kterých dotyčný jedinec může určit náladu pozorovaného jedince (Blažek a Trnka, 2008:89).

Hlavní téma této kapitoly je vnímání atraktivity podle různých aspektů a faktorů, které mohou vnímání atraktivity obličeje ovlivnit v rámci sociálních interakcí, kde svůj vliv také uplatňují evoluční mechanismy, které se týkají pohlavního výběru.

3.1.1. Symetrie obličeje

Symetrie obličeje je jedna z předních vlastností, která ovlivňuje atraktivitu obličeje. Co vlastně symetrie obličeje znamená? Určuje, v jakém rozsahu určité vlastnosti jedné poloviny obličeje a postavy jsou odpovídající vlastnostem druhé poloviny obličeje a postavy (Grammer, Thornhill, 1994). Symetrii lze též popsat jako bilaterální souměrnost párových znaků, jako je např. výška uší, šířka mezi očima, atd. Nicméně tento vývoj je mnohdy ovlivněn prostředím a působením nepříznivých vlivů (Trivers et al., 1999). Ne všichni autoři však souhlasí s touto teorií, tedy že symetričtější obličej je pro okolí atraktivnější a znakem dobrého zdraví. Někteří autoři si myslí, že preference symetričtějších obličejů, vyplývá ze skutečnosti, kdy mají lidé jistou potřebu rozpoznávat předměty

¹ *Gyrus fusiformis* - jde o mozkový závit v oblasti spánkového laloku, jehož název je odvozen od vřetenovitého tvaru (lat. *fusus* = vřeteneno). Někdy se mu také říká „okcipito-temporální“ čili „týlně-spánkový“. Podílí na zpracování informací o barvách, na rozpoznávání těla a hlavně obličejů, na rozpoznávání slov a na určování, zda něco patří či nikoli do nějaké kategorie. (Cyril Höschla, *Reflex* 14/2014, str. 64).

² *Gyrus occipitalis inferior* – je součástí zrakové asociační kůry konkrétně „ventrální dráhy“, která hraje roli v rozpoznávání vizuálních podnětů (Goldin, Manber, Hakimi, Canli, Gross, 2009: 170–180).

a objekty ve svém zorném poli bez ohledu na jejich pozici a orientaci (Enquist, Arak, 1994).

Symetrie v obličeji dané osoby vypovídá o stabilitě a o celkové fenotypové kondici (Rhodes et al., 2001). Se symetrií obličeje však nesouvisí pouze atraktivita, ale také věk. Jedincům, kteří mají symetričtější obličej, okolí přisuzuje nižší věk, než jedincům, kteří mají asymetrický obličej (Kowner, 1996). Autoři, kteří se nejvíce věnovali symetrii obličeje a jejich studie bývají často citovány, jsou Grammer a Thornhill. Ve svých studiích vycházejí z teorie, která pojednává o odolnosti vůči parazitům. Je zajímavé, že spojují atraktivitu s parazity, neboť jejich teorie je založena na tvrzení, kdy si jedinec vybírá partnera podle preference rysů, které naznačují vysokou resistenci vůči parazitům. Dále sledují přítomnost nápadných druhotných pohlavních znaků u mužů, (jako je např. brada a čelist). Tyto znaky dominance podle teorie Grammera a Thornhilla mají též poukazovat na vysoký stupeň odolnosti, neboť jen dostatečně silný organismus je schopen odolat nevýhodám, které sebou nese zvýšená tvorba pohlavních hormonů (Grammer a Thornhill, 1994). Existuje hned několik studií, které se zabývají symetrií obličeje a atraktivity, kdy je symetrií ovlivněn výběr partnera, např. přehledová studie Rhodese (2006) z roku 2006, která se zaměřuje na bádání o tématických okruzích jako je asymetrie, průměrnost (více v kapitole 3.1.2.) a pohlavní dimorfismus.

K symetrii obličeje se váže jistý fenomén, který podstatně ovlivňuje atraktivitu. Jedná se o tzv. fluktuační asymetrii. Fluktuační asymetrie „jsou náhodné rozdíly, horizontální a vertikální mezi oběma stranami, o nichž se domnívá, že vznikají v důsledku vadné exprese genů v průběhu ontogenetického vývoje tedy v průběhu tzv. vývojové nestability, působením patogenů, případně kombinací obou faktorů.“ (Blažek, Trnka, 2008:191). Dále je možné rozlišovat asymetrii směrovou, která by mohla být efektem např. nerovnoměrného užívání svalů při žvýkání. Barrett et al. o fluktuační asymetrii ve své knize píše jako o „malých odchylkách od dokonale bilaterální symetrie“ (Barrett, Dunbar, Lycett, 2007:160-161).

Tyto odchylky jsou způsobené negativním vlivem prostředí, mezi které můžeme zařadit např. špatné klimatické podmínky, nedostatek potravy či nerovnoměrnost exprese genů (hybridizace). Symetrie tedy může poskytovat určité výhody, jako jsou zdravé geny pro následnou generaci. Malina et al. (1984) to potvrzují na příkladu jedinců, kteří trpí různými vrozenými vadami a tím vykazují vyšší míru flukтуаční asymetrie (Malina a Buschang, 1984). Za pravdu evolučně adaptačním teoriím dávají též autoři, kteří např. hodnotí kůži symetričtějších jedinců a hodnotí ji jako zdravější (Jones et al. 2004). Jiní autoři zase tvrdí, že děti se symetrickým obličejem působí na své okolí inteligentněji (Zebrowitz, Rhodes, 2004).

3.1.2. Průměrovost

Jedním z podstatných znaků, který ovlivňuje a zvyšuje atraktivitu obličeje, je průměrovost. Toto slovo neznámá to samé co průměrnost. Havlíček a Rubešová průměrovost popisují následovně: „Průměrovost je možné popsat, jako souhrnné uspořádání tváře se blíží k předpokládanému průměru v dané populaci“. Rozdíl mezi průměrností a průměrovostí spočívá v tom, kdy průměrnost je brána ve smyslu běžného výskytu, kdežto průměrovost je hypotetický průměr tváří v populaci, kterému se blíží atraktivní tvář (Havlíček, Rubešová, 2009:190).

V roce 1883, přišel Francis Galton jako první s technikou zvanou kompozitní fotografie. Technika kompozitní fotografie funguje na bázi překrývání několik jednotlivých fotografií různých tváří stejného pohlaví. Takto poskládané fotografie vykazují, že tváře na fotografiích se stávají atraktivnějšími, než samotné fotografie. Myslel si, že díky této technice by mohly vzniknout určité rysy tváří, které by pomáhaly při lékařských diagnózách i v kriminologii. Dále začal zkoumat fotografie trestanců, kteří byli odsouzeni za vraždu nebo krádež. Chtěl ukázat světu, že touto technikou vznikne základní typ obličeje zločince. Přestože však na sebe poskládal fotografie různých, podle něho typických tváří zločinců,

výsledek nebyl ošklivý člověk/zločinec, ale naopak, výsledkem byla hezká a sympatická tvář (Galton, 1978).

Technika kompozitní fotografie byla znovuobjevena v 70. letech, kdy docházelo k dalším studiím tohoto typu. U kompozitních fotografií však existuje problém spočívající ve zprůměrnování lidského, kdy dochází k vyhlazení určitých extrémních vlastností, např. k odstranění hrbolků, jizev, znamének apod. (Grammer, Thornhill, 1994). Tím se stane obličej průměrnější a také atraktivnější (Langlois, Roggman, 1990b). Někteří autoři větší atraktivitu jedinců na kompozitních fotografiích vysvětlují odstraněním flukтуаční asymetrie³, čímž se tváře na fotografiích stávají více symetrické. Z toho je patrné, že jedinci s velmi výraznými rysy, jako jsou např. oči daleko od sebe, mohou být hodnoceni jako méně atraktivní (Blažek, 2008:56).

Tváře, které jsou považovány za průměrné, lze hodnotit jako atraktivnější. Nelze však tvrdit se stoprocentním přesvědčením, že tváře, které jsou považovány za atraktivní, nemusí být průměrné, nebo že všechny průměrné tváře jsou vnímány jako atraktivní. Existuje spousta žen a mužů, kteří jsou svým vzhledem považováni za velice atraktivní, i když mají např. velký nos, znaménko, atd. Nicméně jedinci dávají přednost většinou průměrnému obličejovému uspořádání, které je celkově přitažlivější (Rhodes, 2006). Toto dávání přednosti průměrným obličejům, závisí na evolučním přístupu, ze kterého vyplývá, že jedinec s atraktivnější a tedy průměrnější tváří si vytváří podobu partnera, který je „kvalitní“, co se evolučních výhod reprodukce týče (Alley, Cunningham, 1991). U jedinců s extrémnějším genotypem je podle teorie pravděpodobnější, že takový jedinec je nositelem tzv. špatných genů, které hůře odolávají vlivům vnějšího prostředí (Thornhill, Gangestad, 1994).

³ Flukтуаční asymetrie znamená podle Barretta et al. „malé náhodné odchylky od dokonale bilaterální symetrie, které jsou způsobené negativními vlivy prostředí, jako např. špatnými klimatickými podmínkami (nebo nedostatkem stravy) a nerovnoměrnou expresí genů (inbreeding, hybridizace) (Barrett, Dunbar a Lycett 2007:160-161)

3.1.3. Pohlavně dimorfní znaky

Nejprve je nezbytné vymezit pojem pohlavní (sexuální) dimorfismus. Dimorfismus znamená dvoutvárnost. Tento výraz se používá u živočichů a určuje odlišnost samice od samce nejen pohlavím a pohlavními orgány, ale také sekundárními znaky. Primární znaky souvisí s pářením a rozmnožováním, druhotné/sekundární představují většinou složité tělesné struktury. Mezi sekundární znaky lze zahrnout: velikost těla, tvarové odchylky, zbarvení atd. Na vzniku sekundárních znaků se pravděpodobně podílí mnoho genů, které se angažují v řízení vývoje a vzniku dalších znaků (Mallet et al., 1996). U lidí jsou tyto sekundární znaky též viditelné na první pohled, avšak nejsou tak patrné, jako u jiných živočišných druhů – muži mají vyšší postavy, více svalové hmoty, jsou silnější a rychlejší než ženy. Další rozdílné znaky lze najít v ústech, kde je rozdíl patrný ve velikosti zubů – muži mají silnější a větší zuby než ženy. Muži mají celkově sekundární znaky oproti ženám větší. Darwin definoval sekundární pohlavní znaky takto: „jsou to znaky, které jsou získané pohlavním výběrem a jsou omezeny na jedince jednoho pohlaví. Tyto znaky se plně vyvíjejí v průběhu dospívání a objevují se pouze v období páření“ (Darwin, 2006:301).

Pohlavní dimorfní znaky souvisí s atraktivitou obličeje a s výběrem partnera. Sekundární znaky jsou nejvíce patrné v obličeji. Nicméně u žen je preference určitých znaků sporná. Ženy mohou za atraktivnějšího muže považovat takového, který má spíše femininní znaky, poněvadž tyto rysy v ženách vyvolávají dojem, že takový jedinec bude vhodnější partner pro rodičovství (Perrett et al., 1999). Na druhé straně ve výběru partnera hraje významnou roli míra maskulinity, která je ukazatelem kvality obranného systému (Folstad, Karter, 1992). S mírou maskulinity pak souvisí produkce testosteronu, který má nepříznivý vliv na imunitní systém a vyšší míra maskulinity tedy znamená, že jen zdravý jedinec si může dovolit větší tvorbu testosteronu (Folstad a Karter, 1992). Ženy vyšší míru maskulinity upřednostňují v období ovulace. V této fázi je přitažlivost spojena s požadavkem na kvalitní geny potomků (Blažek,

2008:57-58). Ženy v mužském obličejí považují za atraktivní v první řadě šířku lícních kostí a celého obličejí, nebo také robustnost čelistí (Pivoňková, 2008:63). Muži za atraktivní ženu považují takovou, která v obličejí vykazuje velmi femininní znaky a dětské rysy. Několik výzkumů dokázalo, že dětské rysy v obličejí mají významný vliv na hodnocení atraktivity. Mezi dětské rysy obličejí patří např. velké kulaté oči, malý nos, kulatá tvář, malá brada, klenutější čelo a malé uši (Cunningham, 1986). Obliba v dětských rysech by se dala nazvat hypotéza neotenie, nebo také „Baby face theory“ (teorie dětské tváře). Proč však muži dávají přednost ženám, které mají výrazně dětské rysy? Odpověď na tuto otázku lze najít v evoluční biologii. Odborníci na evoluční biologii totiž tvrdí, že pokud muži dávají přednost mladším ženám, získávají reprodukční výhodu. Mladší ženy jim zaručují vyšší pravděpodobnost dlouhé fertility a také dobré zdraví.

Lícní kosti a velké oči jsou považovány za přitažlivé i u mužů, ale pokud se jedná o velikost brady, zde je již oceňování atraktivity jiné – muži u žen preferují spíše malou bradu a ženy u mužů naopak výraznou (Cunningham, 1986). Atraktivita je dále ovlivňována působením hormonů, což bylo poznamenáno již výše. Weis na základě tohoto zjištění tvrdí, že se ženy během ovulace více líčí, oblékají se vyzývavěji, chodí se častěji bavit do společnosti a jsou více a častěji nevěrné (Weiss, 2009:189). Hormony mají na vzhled také nejzásadnější vliv v období puberty. Pohlavní hormony se začínají vytvářet a jasně diferencují ženské a mužské rysy. Kolem 13. roku dívek se růst jejich obličejové části zpomalí a kolem 15. roku věku se zastaví úplně. U chlapců však růst i po 15. roku pokračuje dál. Pokračování růstu obličejové části má u chlapců za důsledek výraznější spodní čelist a též lícní kosti. Nadočnicové oblouky se stanou výraznějšími, oči tak působí hlouběji zasazené, nos je velmi výrazný. Další znak, který ovlivňují hormony, je ochlupení v dolní části obličejí. Zpočátku je toto ochlupení jen velmi řídké a většinou nezřetelné, ale postupujícím věkem ochlupení houstne a u některých jedinců se může stát jednou z dominantních rysů tváře (Bulygina et al., 2006).

3.2. Sociální percepce

Sociální percepce se také označuje termíny meziosobní (interpersonální) percepce, tedy poznávání člověka člověkem. Pod pojmem meziosobní percepce je možné si představit porozumění tomu, jakým způsobem si člověk vytváří dojmy o charakteristikách a rysech jiných lidí, jak vnímá jejich emoce, a jakým způsobem interpretuje jejich chování. Je to hledání odpovědi na otázky typu: Jaké vlastnosti vnímáme u jiných lidí? Co podmiňuje naše první dojmy? Je naše percepce jiných přesná? Pozornost se soustřeďuje na procesy vnímání a usuzování o jiných na obsahy těchto percepčí, na podobu podmětových informací a na funkce, kterým slouží (Zebrowitz, 1990).

Meziosobní percepce tedy na jedné straně zahrnuje vnímání vzhledu a fyzických aktů chování člověka, na straně druhé pak interpretaci tohoto chování (Výrost, Slaměník, 1998).

Termín sociální percepce do psychologie zavedl americký psycholog J. S. Bruner, který tímto termínem nejprve označoval pouze sociální determinaci percepčních procesů. Později však byl termín sociální percepce stabilizován do významu interpersonální percepce především vlivem výzkumů, které se zabývaly problematikou vnímání člověka člověkem (Haggbloom et al., 2002).

Jaroslav Řezáč (1998:93-94) vypracoval souhrn tzv. zákonitostí, které ovlivňují sociální percepce. Souhrn se podle Řezáče skládá z 6 aktů vnímání, které lidé nevědomky konají při navazování mezilidských vztahů:

Zákon selekce - z objektů, které jsou v zorném poli člověka, jsou vnímány (přijímány) jen některé;

Efekt primárnosti - ty objekty, eventuálně části celku, které jsou přijímány jako první, bývají pro utváření vnímaného celku významnější, než později přijaté informace;

Zákon interference - v průběhu percepčního procesu se uplatňuje minulá zkušenost, tj. že výběr určitých objektů, jejich detailů či znaků není vždy zcela uvědomovaně ovlivněn předchozím vnímáním (tvary, souvislosti) a zkušenosti (s objekty, osobami);

V průběhu percepce dochází k utváření **podvědomých hodnotících hledisek** spojených s vnímanými objekty;

Proces percepce je **subjektivním dějem**, na kterém se podílí osobnost jako celek, různé složky osobnosti, avšak podle situace v různém zastoupení a síle významnosti;

K základním předpokladům percepce patří adekvátní **úroveň smyslů** a **senzitivita** jedince.

Seznitivita

„Senzitivitu lze vymezit jako vnímavost k podnětům sociální povahy, schopnost zaznamenat a adekvátně vyhodnotit sociální podmínky života jedince. Problém percepční senzitivity však zatím není přijatelně vysvětlen. Sociální senzitivita je jedním z faktorů sociální inteligence. K tomu D. Kováč uvádí, že „existuje pozitivní korelace mezi percepčními výkony a inteligenčním skóre“ (Řezáč, 1998:95).

3.2.1. Vnímání druhého člověka

Již od počátků teorií percepce se diskutuje o problému vnímání partnerovy tváře. Tato diskuse vychází z faktu, že tvář má ve vývoji jedince výrazný komunikativní význam. Nicméně se zdá, že větší význam než fyziognomické vlastnosti tváře, jako je např. tvar, barva kůže a estetické vlastnosti, má komunikativní predispozice obličeje, především jeho výrazové možnosti (Řezáč, 1998:96).

Vnímání druhých osob má tři složky: expektační, afektivní a atributivní, jejichž prostřednictvím si lidé o druhé osobě utvářejí dojem a později i názor (Řezáč, 1998:96):

Expektační vnímání je ovlivněno očekáváním určitého chování, které se projevuje dvojitým způsobem - percepční predispozicí a „zaostřeností“ na vnímání „určitých“ projevů.

Afektivní vnímání je ovlivněno emocemi, které „zabarvují“ vnímání jiné osoby v důsledku citově podbarveného vztahu a astenizují či stenizují percepční právě probíhající děje.

Atributivní vnímání je tendencí přisuzovat určité vnitřní a vnější charakteristiky.

K tomuto tématu má psycholožka Hadj-Mousová určité výtky a některé činnosti, které lidé v sociální percepci dělají bez uvědomění, nazývá chybami. Ohledně výčtu „chyb“ podle Hadj-Mousové, by si měl každý udělat svůj názor, jelikož např. haló efekt není chyba, ale faktické nevědomé chování. Následně se může stát úsudek chybným, ale také nemusí. Proto je vhodné uvést náhled dalších současných psychologů na téma sociální percepce společně s obhajobou jejich postojů.

Chyby v sociální percepci podle Hadj-Mousová (2003):

- **haló efekt** – je to jedna z nejčastějších chyb, kdy lidé posuzují ostatní. Jedinci mají sklon nechat se unést jedním výrazným rysem osoby. Tento výrazný znak odpoutává pozornost od jiných viditelných charakteristik osoby a také zabarvuje vnímání osoby.
- **efekt shovívavosti (efekt dobroty, chyba mírnosti)** – jedinec má tendenci posuzovat osobu podle toho, jak na něj působí. Jestliže k dané osobě má kladný vztah, dá se říci, že přehlíží jeho negativní vlivy. Nicméně funguje to i naopak, k osobě, která jedinci nevyhovuje, hodnotí ji pak přísněji - **efekt přísnosti**
- **implicitní teorie osobnosti** – je to souhrn domněnek o určitých rysech, které se mohou vyskytovat společně a které nikoli. Taková spojení lze najít mezi fyzickými charakteristikami a rysy osobnosti, např. „hloupé blondýny“.
- **autoprojekce** – je sklon posuzovat lidi ve svém okolí podle sebe. Svě chyby si jedinec neuvědomuje, ale vidí je u ostatních.

- **chyba kontrastu** – je to tendence přiřazovat určitým lidem takové vlastnosti, které jsou v protikladu k vlastnostem jedince. Např. průměrný žák ve třídě žáků, kteří nejsou moc dobří, se jeví jako velmi chytrý.
- **neoprávněná generalizace** – znamená, že u konkrétní osoby jedinec předpokládá vlastnosti, které jsou považovány za typické příslušníků určité skupiny, např. že děvčata se učí lépe. To vše souvisí se stereotypy a předsudky.

Řezáč (1998:102-104) k výčtu „chyb“ Hadj-Moussové přidává další možnosti úsudků, které si člověk při navazování vztahů vytváří:

- **efekt novosti** znamená, že nejnovější informace mají největší vliv na utváření dojmu o druhé osobě
- **logická chyba** – jinými slovy chyba „subjektivní logiky“ - nastává v okamžiku, kdy jedinec má tendenci cokoli vidět a zvláště hodnotit podle toho, jak se mu to zdá logické
- **chyba blízkosti (chyba „blízké asociace“)** - časová nebo prostorová blízkost podnětů vede k tomu, že jsou posuzovány analogicky, lidé mají tendenci posuzovat blízké jevy shodně
- **chyba centrální tendence** – projevuje se většinou při posuzování většího počtu lidí
- **předsudky** – vznikají tehdy, kdy jedinec má tendenci percepce hodnotit z utvořených předpojatostí vůči konkrétnímu člověku, rase, pohlaví, nebo barvě vlasů. Předsudky většinou bývají nezdůvodněné, ale pevné postoje, které si jedinec vytvořil, např. pod vlivem neoprávněné generalizované zkušenosti
- **tradice** = lidová moudrost – je souhrnem jednoduchých zákonitostí života, které jsou vyjádřené obraznou formou, lidé v tomto případě neobjevují podstatu věci, ale naopak si zjednodušují vnímanou skutečnost
- **vulgarizace** – tento pojem se dá vysvětlit jako neopodstatněné zjednodušení určitých poznatků, principů, zásad apod., většinou je to důsledek povrchního myšlení a nedostatek hlubšího zvažování, kdy je toto zvažování ještě prohloubeno a znásobeno citovým zaujetím

- **osobní posuzovací styl** – je skutečnost, kdy každý posuzovatel má svoji individuální míru přísnosti a mírnosti, což ovlivňuje celkové posouzení

O některých aspektech či úsudcích z této kapitoly bude dále zmíněno v souvislosti s formováním prvního dojmu.

3.2.2. Interpersonální přitažlivost

Někteří lidé se přitahují více než jiní. Proč tomu však je? Existuje mnoho faktorů, které ovlivňují reakce na druhé lidi. N. Hayesová (1998) uvádí jako jeden z nejdůležitějších faktorů *tělesnou přitažlivost*. Výzkum K. K. Diona (1972) potvrdil, že s osobami, které okolí považuje za atraktivní, tudíž přitažlivé, jedná vlídněji, než s těmi, které okolí považuje za méně přitažlivé.

V roce 1966 přišel Walster et al. s hypotézou rovnocenných párů (matching hypothesis). Tato hypotéza je založena na myšlence homogamie. Homogamie znamená, že jedince přitahují osoby, které jsou přibližně stejně atraktivní jako oni sami (Hayesová, 1998:80). Walster a kolegové (Walster et al., 1966) udělali výzkum, ve kterém se jeho hypotéza potvrdila. Nicméně preference rovnocenného partnera může být jen záměrem vlastní ochrany. Respondenti, kteří se účastnili výzkumu, se mohli obávat odmítnutí, a tudíž si hledali stejně atraktivní partnery, u nichž je nebezpečí odmítnutí podstatně menší. Hlavní problém při reakcích na tělesnou přitažlivost spočívá ve skutečnosti, kdy reakce jedince bývají ovlivněny reakcemi druhých, které se týkají osoby jedince.

Dalším ovlivňujícím faktorem je podobnost a komplementarita. Je pravděpodobné, že jedince bude přitahovat osoba, kterou považuje za jemu podobnou. Na toto téma se provedlo již mnoho výzkumů, např. Byrne (1961) zjistil, že postoje osob, se kterými se respondenti výzkumu ztotožňovali, vnímali tyto osoby jako sympatičtější a inteligentnější než-li osoby, jejichž postoje se rozcházely. Z toho vyplývá, že menší sympatie měli k těm lidem, jejichž postoje se lišily v detailech, ale v důležitých

otázkách měli názory stejné. K těm, kteří se svým postojem plně lišili, respondenti chovali nejmenší sympatie. Jestliže jedinec nejprve zastává určitý názor, který se respondentovi nezdá dosti podobný jeho názoru, jeví se tento jedinec jako méně přitažlivý, ale pokud svůj názor upraví a přiblíží jej k respondentovu názoru, jedinec se rázem stává přitažlivějším. Existuje však pořekadlo, známé po celém světě, že protiklady se přitahují. Jak toto pořekadlo vzniklo? Z výše uvedeného textu je patrné, že spíše podobné osobnosti se přitahují. Tvrzením o protikladech se zabýval R.F. Winch a v roce 1958 vyslovil hypotézu komplementárních potřeb, ve které tvrdí, že jestliže má jedinec nějaké osobní nedostatky, tak právě tyto nedostatky napravuje výběrem partnera, který je v těchto nedostatcích naopak silný (Winch, 1958)

Následuje faktor nazvaný jako důvěrnost a blízkost. Je zřejmé, že lidé mají většinou raději ty druhé, se kterými jsou v častějším kontaktu. Toto tvrzení se shoduje s hypotézou kontaktu, kterou vytvořil Zajonc (1968) a která zní, že lidé si většinou oblíbí druhé jednoduše jen díky tomu, že jsou s nimi v kontaktu.

Další faktor je faktor vzájemné náklonnosti. Tento faktor poukazuje na to, že „lidé mají rádi ty druhé, jelikož ti druzí je mají také rádi“. Na tom není nic překvapivého. Nicméně E. Aronson (1976) tvrdí, že vzájemná náklonnost souvisí s principem odměny a ceny. V souvislosti s tímto principem definuje čtyři základní interpersonální konstelace:

1. druhá osoba je nám jednoznačně nakloněna,
2. druhá osoba nám jednoznačně není nakloněna,
3. druhá osoba nám zpočátku není nakloněna, ale postupně si její náklonnost získáme,
4. druhá osoba je nám zprvu nakloněna, ale posléze její náklonnost ztratíme.

Aronson předpokládá, že lidé jsou nejvíce přitahováni k osobám ze třetí kategorie, protože si "zasloužili" svou odměnu.

Následuje faktor vnímaná omylnost (perceived fallibility). Tento faktor je zvláště ovlivňující především u úspěšných lidí. Jedinci mají raději ty osoby, které se umí chovat „lidsky“ a čas od času udělají chybu. Aronson, Willerman a Floyd (1966) provedli výzkum, kdy respondentům pouštěli nahrávky z kvízové soutěže. V jedné z nahrávek zaznělo, že si dotyčný polil nový oblek kávou. Respondentům politý dotyčný přišel velmi „lidský“ a líbil se jim: podle zmínky o obleku usoudili, že je kvalifikovaný, v kvízu měl dobré výsledky a dokonce dokázal přiznat svou nešikovnost. Úspěšnost však není hlavní premisou v usuzování, zda je jedinec více či méně oblíbený. Oblíbenost také souvisí se sebeúctou. Ve výzkumu prováděného Helmreichem, Aronsonem a Lefanem (1970), bylo prokázáno, že respondenti s extrémní sebeúctou (ať už se jedná o vysokou, či nízkou) nemají rádi nešikovné osoby. Osoby, které se výzkumu účastnily, se domnívají, že to může mít souvislost s tím, že lidé, kteří mají nízkou sebeúctu, raději vzhlížejí k úspěšným lidem a nelíbí se jim, když se ukáže, že úspěšní jedinci nejsou dokonalí. Kdežto osoby, které mají vysokou sebeúctu, mají většinou vysoké standardy, a tudíž jim chybí tolerance k těm jedincům, kteří tyto standardy nesplňují.

Další faktor se nazývá neverbální indikátory přitažlivosti, který říká, jak jedinec dává najevo, že ho někdo přitahuje. V tomto případě jde především o výraz tváře. Pokud jedinec potká osobu, která ho přitahuje, jeho výraz v tváři se změní. Lidská tvář je nesmírně pohyblivá a díky tomu mají lidé k dispozici širokou paletu různých výrazů. Některé výrazy lze označit jako idiosynkratické⁴. Tyto výrazy jsou typické pro jedince nebo členy jedné rodiny. Jiné výrazy obličejů jsou univerzální, ale mají také vrozenou složku (Harveyová, 1998:84). Eibl-Eibesfeldt (1972) sledoval filmové záznamy sociálního kontaktu mezi lidmi z různých kultur. Pozorováním zjistil, že „pozdvížení obočí“ při poznání a přátelský úsměv se objevuje ve všech lidských kulturách. Pravděpodobně je tomu i u výrazů, které signalizují základní emoce. Dalším typickým signálem, který lidé nedokážou ignorovat je oční kontakt. Oční kontakt může znamenat

⁴ Idiosynkratický výraz znamená jedinečnost, odlišující prvek chování či projevu, ale také přecitlivělost (k dohledání na: <http://slovník-cizich-slov-online.info>).

zájem, ale také nepřátelství. Záleží na kontextu. Přitažlivost na očích lze poznat dilatací zornic. Dilatace zornic znamená, že pokud jedinec bude vnímat druhou osobou jako atraktivní, zornice se mu rozšíří. Toto rozšíření je mimovolná reakce, nelze ji ovlivnit. Držení těla také ovlivňuje přitažlivost. Držení těla používají lidé jako signál postojů, např. vypnutí těla indikuje touhu působit asertivně. Mezi jevy, které jsou spojené s držením těla je tzv. posturální echo (postural echo). Je to jakési zrcadlení. Např. jedinec hovoří s druhou osobou a nevědomky zaujímá stejnou polohu jako druhá osoba. Mezi indikátory zájmu lze zařadit také *osobní prostor*. Lidé, kteří mezi sebou mají nějaký vztah, ať už jde o milenecký, či příbuzenský, druhou osobu k sobě pouští velmi blízko. U cizích lidí nepřipadá v úvahu, aby si osoba cizího jedince pustila blízko k tělu. K cizím lidem či nesympatickým lidem, kteří vnikají do „intimní zóny“, může mít jedinec až odpor.

4. První dojem

4.1. Utváření dojmu

Nejprve je nutné definovat, co si pod tímto termínem představit. Brewer první dojem popisuje jako určité hodnocení osoby a předvídání jejího chování na základě velmi rychlého zpracování informací, které jsou nám v prvních okamžicích kontaktu s danou osobou dostupné (Brewer, 1988). Průběh a výsledky procesu utváření prvního dojmu závisí na určitých informacích, které nabízí poznávaná osoba, na charakteristikách poznávajícího a na okolnostech kontextu, tedy situace, ve kterých se poznávání odehrává (Výrost, Slaměník, 2008:183).

Za jak dlouho si lze vytvořit první dojem? Většina lidí si myslí, že na vytvoření prvního dojmu mohou mít hodinu a někdy i více. Avšak existují průkazná fakta, kdy horní hranice pro vytvoření prvního dojmu trvá okolo 4 minut. Uvedená doba se může zdát příliš krátká, nicméně někteří odborníci tvrdí, že i 4 minuty jsou příliš. Jsou totiž přesvědčeni, že trvalé hodnocení druhé osoby si člověk vytvoří již během prvních 120 vteřin vzájemného setkání. To platí v případě, kdy se pokoušíte udělat dojem na

atraktivního nového společníka (společníci), dovést zdárně ke konci první jednání s klientem, nebo dostat žádané místo (Lewis, 1989:36). Pokud si tedy o někom uděláme špatný první dojem, později už jej jen těžko měníme.

Ve formování dojmu lze rozlišit dva přístupy. Asocianistický přístup a konstruktivistický přístup.

Asocianistický přístup akcentuje pojetí percepce zespoda nahoru tedy jako „data-driven“ nebo „bottom up“. Příznačné je zaměření na charakteristiky poznávané osoby, což znamená zaměřit se na fyzické znaky a způsoby chování. Nejznámější koncepce tohoto druhu je teorie integrace informací Normana H. Andersona (Výrost, Slaměník, 2008:183).

Konstruktivistický přístup naopak od asocianistického zdůrazňuje percepci se shora dolů, jinak řečeno „theory-driven“ nebo „top-down“. V tomto případě se sledují úlohy kognitivních a afektivních procesů „vnímatele“ na formování dojmů o osobě. K tomuto přístupu lze přiřadit již dnes klasickou teorii, kterou v roce 1946 zformuloval Salomon Asch (Výrost, Slaměník, 2008:163).

N. H. Anderson (Anderson, 1974) vypracoval přístup, který nazývá kognitivní algebra. Tento přístup funguje na principu, kdy se jednotlivé prvky informace o dané osobě (např. popisy rysů) sčítají či zprůměrnují a tím se postupně vytváří celkový dojem o osobě. Přístup je součástí několika modelů lineární kombinace. Existuje sumační (sčítací) model formování dojmů, který předpokládá, že celkový dojem o osobě bude dán součtem všech rysů, které jsou použity při popisu osoby, např. dobře se chovající +1, spolehlivý +1, uctivý +4, tedy celkem 6 a toto číslo znamená posouzení míry sympatie vnímané osoby. Další model je zprůměrnovací. V tomto modelu posuzovatel sečte hodnoty rysů a vydělí je počtem všech rysů. Třetí model je model váženého zprůměrnování. Zde je celkový dojem závislý na průměrné škálové hodnotě jednotlivých rysů, kdy váha

určitého rysu vyplývá z důležitosti rysu pro vnímatele/percipienta (Výrost, Slaměník, 2008:183).

S. E. Asch (Asch, 1946) se v roce 1946 pokusil několika experimenty ověřit adekvátnost těchto modelů. Svými experimenty zjistil, že rysy jsou organizovány ve formě „gestaltu“, a že každý rys se týká významů dalších rysů. Díky tomu percipient konstruuje celkový dojem. Na základě celkového dojmu si odvozuje další charakteristiky osoby. Asch díky těmto výsledkům poukázal na existenci centrálních rysů. Centrální rysy jsou charakteristiky osoby, organizující formování dojmu o jiné osobě a současně tvoří rámec pro interpretaci dalších informací (Asch, 1946). Protipólem centrálních rysů jsou periferní rysy. Mezi periferní rysy spadají takové charakteristiky osoby, které se nikterak nepodílí na výsledném dojmu (Výrost, Slaměník, 2008:183-184).

V roce 1988 M.B. Brewerová (Výrost, Slaměník, 2008:184) navrhla duální model procesu formování dojmu, ve kterém nejdříve dochází k automatické klasifikaci, jako je např. věk, pohlaví atd. Jestliže však nastane případ, kdy dotyčnému vznikne osobní zájem, pokračuje proces detailnějšího poznávání.

Do opozice vůči koncepci duálního modelu, vytvořili S. T. Fiske a S.L. Neuber (1990) tzv. spojitý model procesu formování dojmu. Tento model je založen na procesech kategorizace, rekategorizace a následné individualizace poznávané osoby (Výrost, Slaměník, 2008:184).

4.2. Determinanty, které ovlivňují proces formování dojmu

U percipované osoby má výrazný vliv efekt primárnosti, efekt novosti, efekt rozptýlení, haló efekt a efekt nápadnosti. Samozřejmě důležité jsou také fyzické charakteristiky osobnosti. Některé z těchto efektů byly již popsány v podkapitole 2.2.1., kde jsou PhDr. Hadj-Mousovou popsány jako chyby při percepci. Zde jsou popsány psychology Hartlem a Hartlovou (Hartl, Hartlová, 2000) následně:

Efekt primárnosti - rysy zaznamenávané jako první, mají větší vliv na formování dojmu. Jinými slovy řečeno, dřívější informace má na různé psychické procesy silnější vliv, nežli pozdější informace.

Efekt novosti přiklání větší vliv na později získané informace, tedy méně časté. Tento efekt je opakem efektu primárnosti.

Efekt rozptýlení vzniká tak, že vliv určitého chování je slabší v případě, kdy je informace podávána v kontextu dalších, s ní nesouvisejících informací.

Haló efekt se dá nazvat jako globální chyba v posuzování lidí. Termín „haló efekt“ vytvořil E. L. Thorndika. Tento efekt je tedy určitá chyba, kterou si jedinec vytváří posouzením celkového dojmu, kterým dotyčný jedinec působí. Tento celkový dojem může být jak kladný, tak i záporný. Podle tohoto efektu/modelu je celkový dojem tvořen z 55 % vzhledem, tím je myšleno oblečení, účes, doplňky atd., z 38 % hlasem a jen ze 7 % obsahem sdělení (Hartl, Hartlová, 2000:183).

Poslední ze skupiny efektů je efekt nápadnosti a fyzická nápadnost. Tento efekt vzniká, když určité extrémní chování upoutává pozornost jedince. Má silnější vliv na proces formování dojmu. Je příkladem zdánlivé korelace, která znamená, že osoba, percipuje vztah, který neexistuje, např. korelace tlustý velký muž, který má hluboký hlas, bude automaticky hodnocen jako dominantní. Zdánlivá korelace může být jedním ze zdrojů negativních stereotypů o příslušnících minoritních skupin (Hamilton, Gifford, 1976).

Existuje celá řada dalších charakteristik na posuzování osoby, které mohou ovlivnit proces vytváření dojmu. Mezi ně lze zařadit rysy obličeje, hlas, postoj těla, gesta apod.

Jednou z důležitých determinant, které ovlivňují první dojem, je fyzická podobnost hodnocené tváře. Lidé přisuzují známým tvářím pozitivnější vlastnosti a považují je za krásnější, na druhou stranu stejně tak i atraktivnější tváře jsou hodnoceny jako povědomější. Jinými slovy řečeno, čím atraktivnější tvář, tím více lidí tvrdí, že jej mohli potkat (Rubešová, Havlíček, 2008:237). Z výzkumu, který prováděla Lida

DeBruine (Rubešová, Havlíček, 2008:237) vyplynulo, že tvář, která je podobná hodnotitelově tváři je považována oproti jiným tvářím za krásnější a to i v případě, když se jedná o tvář stejného pohlaví, jako je hodnotitel. Vysvětlení se nese v duchu evoluční psychologie, která tvrdí že by to mohlo být výsledkem vysoké adaptability sdružování s příbuznými, tedy preference tváří s rysy vlastní tváře, respektive rysy příbuzných, ale zároveň vyhýbání se inbreedingu⁵ – v tomto případě by byla nižší preference tváří opačného pohlaví s rysy příbuzenství (Rubešová, Havlíček, 2008:237).

4.3. Jak lze ovlivnit první dojem

První dojem lze ovlivnit několika jednoduchými činy - např. přirozeným vystupováním, upraveným zevnějškem, vkusným oblečením, příjemným, přátelským a přirozeným výrazem obličeje, přímým, ovšem ne upřeným pohledem, kultivovaným hlasovým projevem (přiměřená hlasitost), gestikulací (pouze přiměřenou), dodržením tzv. osobního odstupu (od 15 cm do jednoho metru), aby nedošlo k narušení intimní zóny lidí.

Nejdůležitější složkou při utváření prvního dojmu je celkový vzhled, který se dá ovlivnit. Další složkou při vytváření prvního dojmu je řeč těla. Řeč těla ovlivňuje úspěchy či neúspěchy v osobním nebo profesním životě jedince. O tělu, jako o instrumentu člověka psal již francouzský sociolog a etnolog Marcel Mauss (1872–1950), který ve své studii „Les techniques du corps“ (Techniky těla, 1936) formuloval názor, že „tělo je první a přirozený instrument člověka, přesněji řečeno: aniž mluvíme o instrumentu, tělo je přirozený technický objekt a zároveň technický prostředek člověka“. (Mauss, 1972: 96). Řeč těla je tedy pro komunikaci velmi důležitá, spadají do ní gestikulace, mimiky, držení těla, způsob chůze, hlas i jeho intonace. Často jsou však lidé také ovlivněni náladami, postoji, motivacemi a očekáváním, které si v určité chvíli neuvědomují.

⁵ Inbreeding = příbuzenské křížení. Z hlediska klinické genetiky jako příbuzní jedinci označují ti, kteří mají společného předka nejvýše ve stupni pra-prarodiče (<http://genetika.wz.cz>)

Psycholog Albert Mehrabian při svém vědeckém výzkumu zjistil, na jakých faktorech závisí účinek mluveného sdělení. Jsou tři: obsah sdělení s podílem 7 %, řeč těla s podílem 55 %, hlas a technika mluvení s podílem 38 % (Bruno, Adamczyk, 2005:16). Z toho plyne, že velký vliv v mezilidských kontaktech mají projevy řeči těla. Pokud si jedinec uvědomí, co ve své řeči těla dělá špatně a začne přetvářet své pohyby a gesta pak pocítí, že lidé se k němu začnou chovat jinak, než byl dříve zvyklý. Nejznámější autor, který se zabývá tímto tématem, je David Lewis, který napsal knihu, která nese název „Tajná řeč těla“. V této knize se autor snaží naučit čtenáře, jak nonverbální projevy používat tak, aby byli úspěšní v kontaktu s ostatními členy společnosti. Mezi nejdůležitější aspekty pro vytvoření působivé image patří chůze a držení těla (D. Lewis, 1989:56). Osoba, která jde pomalu, „šouravým“ krokem a je shrbená, nezaujme okolí jako osoba, která jde vzpřímeně, má lehce uvolněná ramena a jde energickým krokem.

Dalším velmi důležitým faktorem při přímém kontaktu je výraz obličeje. Lidský obličej má v průměru osmdesát svalů, jako je *risorius*⁶, který roztahuje koutky úst (Blažek, 2008:70). Nicméně funkce některých obličejových svalů zůstává stále záhadou. V obličejové části k neverbální komunikaci lze také použít oči, respektive oční kontakt. Oči vypovídají o osobnosti pozorovaného člověka, o jeho psychickém stavu, vlastnostech a zejména o jeho vztahu k pozorovateli. Výzkumy ukázaly, že pokud má osoba na očích např. tmavé brýle či zahalený obličej, tak jedinec, který s touto osobou hovoří, se cítí nepříjemně. Má pocit, že je v rozhovoru spíš objektem, nežli partnerem a cítí se pozorován. Takový pocit vede k tomu, že hovor není spontánní a rozhovor je úsečnější (Argyle, Lalljee, Cook, 1968:3-17).

⁶ Risorius – mimický sval obličeje (Rubešová, Havlíček, 2008:228)

II. EMPIRICKÁ ČÁST

1. Cíl výzkumu a hypotézy

Hlavním cílem této práce bylo zjistit, jak atraktivita jedince ovlivňuje první dojem. To znamená, zda jsou atraktivním jedincům přisuzovány kladné charakterové vlastnosti a méně atraktivním záporné vlastnosti. Dále nás zajímalo, zda mezi muži a ženami existuje rozdíl v hodnocení atraktivity.

Hypotézy:

1. Čím více atraktivní jedinec, tím spíše mu budou přisuzovány kladné charakterové vlastnosti.
2. Muži ve srovnání se ženami hodnotí atraktivitu méně extrémně.

2. Metoda výzkumu a popis materiálu

2.1. Popis zkoumaného vzorku a metoda jeho výběru

Pro účel výzkumu byl vybrán soubor 20 jedinců, který byl tvořen 10 ženami a 10 muži ve věkovém rozmezí 20 – 30 let. Tato skupina „figurantů“ byla tvořena studenty a studentkami státních i soukromých vysokých škol, kteří se do výzkumu přihlásili na základě výzvy, která byla zveřejněna na sociální síti. Někteří se účastnili výzkumu na mé osobní požádání. Jedinci, kteří se účastnili výzkumu jako figuranti, byli foceni jednotně zepředu u bílého pozadí a měli udržet neutrální výraz ve tváři. Fotografování byli požádáni, aby se oblékli, učesali, ženy nalíčily tak, jak jsou zvyklí.

Posuzovatelé a respondenti

Aby bylo dosaženo daných cílů výzkumu, bylo nutné vytvořit dvě skupiny hodnotitelů. Do každé skupiny byl vybrán stejný počet osob, tzn. 45 jedinců na jednu skupinu, kdy v každé skupině bylo 25 žen a 20 mužů.

První skupinu, tzv. nezávislých posuzovatelů tvořilo 45 osob, 44 % mužů (n=20, věk 20 - 40 let) a 56 % žen (n=25, věk 19 - 39 let). Struktura posuzovatelů byla následující: zaměstnaní lidé, studenti denního i kombinovaného studia. Při výběru metody sběru dat, byla pro cíl této práce vybrána kvantitativní metoda tzv. snow-ball⁷. Jedinci byli osloveni prostřednictvím sociální sítě a emailem, zda mají zájem se výzkumu účastnit.

Tato skupina posuzovatelů měla za úkol určit ze skupiny zkoumaného vzorku nejvíce fyzicky atraktivního a nejméně fyzicky atraktivního jedince na základě 20 vyfotografovaných tváří.

Druhá skupina účastníků výzkumu, tzv. respondenti, měla za úkol hodnotit charakterové vlastnosti vyfotografovaných tváří dle svého subjektivního úsudku. Pro hodnocení vlastností byl získán stejný počet jedinců jako ve skupině posuzovatelů, tedy 45 osob z toho 56 % žen (n=25, věk 18 - 40) a 44 % mužů (n=20, věk 19 - 40). Struktura respondentů byla velmi podobná struktuře osob v první skupině posuzovatelů.

2.2. Metoda získávání dat

Sběr dat probíhal od konce listopadu 2013 do ledna 2014. K získání fotografií byl použit digitální fotoaparát a jedinci byli foceni z 1 metru v úrovni očí. Před fotografováním byli účastníci výzkumu poučeni, aby zaujali neutrální výraz obličeje. Bohužel někteří jedinci tyto požadavky nesplnili, avšak tento nedostatek neovlivnil výsledky hodnocení atraktivity.

Po shromáždění fotografií byly fotografie následně očíslovány a následně z nich byla vytvořena prezentace. Nejprve však byly fotografie velikostně upraveny, aby se všechny vešly do jednoho souboru prezentace (upraveny byly v programu Adobe Photoshop CS4).

⁷ Snow-ball je typ nepravděpodobnostního výběru, při kterém nemají všechny jednotky či skupiny jednotek (podsoubory) stejnou šanci být vybrány do výběrového souboru (vzorku). Tato metoda se používá při nepravděpodobnostním (nenáhodném) výběru (Jeřábek, 1993:162).

Fotografie nebyly rozděleny na muže a ženy, byly mezi sebou promíchány.

2.3. Etika

Vyfotografovaní účastníci byli před zahájením výzkumu seznámeni s jeho účely a s budoucí manipulací jejich fotografií. Všichni také poskytli informovaný souhlas ke zveřejnění fotografií. Respondenti se účastnili výzkumu bez nároku na honorář. Nicméně z etických důvodů nejsou do práce fotografie vloženy vzhledem k hodnotícím vyjádřením ze strany posuzovatelů a respondentů.

2.4. Výzkumný proces

2.4.1. První fáze výzkumu

Cílem této fáze bylo získat materiál pro druhou, hlavní část výzkumu. Vybraní posuzovatelé měli vybrat dle svého uvážení nejvíce fyzicky atraktivní a nejméně fyzicky atraktivní jedince.

Posuzovatelům byla předložena prezentace, která obsahovala 20 fotografií tváří mužů a žen v náhodně poskládaném pořadí. Fotografie byly označeny číslicí. Číslice byly vybrány náhodně, aby neevokovaly případné pořadí atraktivnějších jedinců. K prezentaci byl posuzovatelům poskytnut záznamový arch, kde ke každému číslu fotografie byla stanovena sedmibodová škála. Dotyčný posuzovatel měl následně ohodnotit fotografii od 1 až 7, kdy 1 znamenalo nejvíce fyzicky atraktivní a číslo 7 nejméně fyzicky atraktivní. Čas, který byl posuzovatelům poskytnut, byl omezený, na každou fotografii bylo vyhrazeno 5 vteřin.

2.4.2. Druhá fáze výzkumu

Data pro účel této fáze výzkumu byla získávána po dobu jednoho měsíce. V této fázi skupina respondentů měla dle prezentovaných fotografií určit, jaké charakterové vlastnosti se k danému jedinci hodí, respektive jak na ně dotyčný jedinec na fotografii působí. K fotografiím

měli, stejně jako skupina posuzovatelů, opět záznamový arch, ve kterém byly vyjmenovány charakterové vlastnosti: a) důvěryhodnost; b) inteligence; c) dominance; d) submisivita; e) přátelskost; f) agresivita; g) extraverte; h) introverte; i) odpovědnost; j) sebedůvěra. Hodnocení bylo opět na 7 bodové škále, kdy 1 znamenalo nejvíce (např. nejvíce dominantní) a 7 znamenalo nejméně (např. nejméně dominantní). Na tuto část výzkumu nebyl vytyčen omezený čas. Nicméně průměrná doba ohodnocení nepřesáhla 5 minut.

3. Metoda zpracování dat - statistika

V první fázi zpracování dat byly zjišťovány údaje, které vypovídaly o četnosti přisuzování atraktivity. Pro další fázi výzkumu byli jedinci vyhodnoceni na základě průměrných hodnot. Z těchto průměrových čísel bylo zjištěno, jak si která osoba z dvaceti fotografií stojí v hodnocení atraktivity. Výsledky hodnocení atraktivity lze nalézt v Tabulce 1, kde jsou shrnuty hodnoty atraktivity všech 20 fotografií. Fotografie v tabulce nejsou seřazeny podle atraktivity, ale podle čísel, které byly fotografiím před výzkumem určeny. Nejvíce fyzicky atraktivní jedinci jsou zvýrazněni oranžovou barvou, nejméně fyzicky atraktivní jedinci fialovou.

Pro zhotovení výsledků výzkumu byli vybráni 4 jedinci (2 ženy a 2 muži), kteří byli vyhodnoceni na prvních a posledních pozicích v rámci hodnocení atraktivity, a to pro každou skupinu hodnotitelů a hodnocených. Byly tedy popsány výsledky hodnocení mužů muži, žen muži, mužů ženami a žen ženami.

3.1. Vztah mezi proměnnými na základě korelací

Ke zpracování výsledků korelace atraktivity s charakterovými vlastnostmi byl použit program Microsoft Excel a program Statistica, verze 8. Prostřednictvím korelační analýzy byly porovnávány vzájemné vztahy proměnných, které zjišťovaly míru závislosti. Korelační analýza byla provedena pomocí neparametrického Spearmanova korelačního koeficientu (r_s) vzhledem k tomu, že jsme pracovali s daty nenormálního

rozložení. Spearmanův korelační koeficient (r_s) se užívá v případě, kdy nelze předpokládat linearitu vztahu či normální rozdělení dat.

Korelační koeficient zachycuje vztahy (rostoucí a klesající) a je odolný vůči odlehlým hodnotám (Hendl, 2004). Při korelaci dvou stejných proměnných se vždy diagonálně vyskytuje číslo jedna. U ostatních proměnných se čísla vyskytují v intervalu $(-1;1)$. Čím blíže se koeficienční číslo vyskytuje k číslu jedna, tím větší a silnější je pozitivní závislost mezi proměnnými a naopak.

Poučka o velikosti koeficientů (De Vaus, 2002):

Hodnota korelace	interpretace souvislosti
0,01 – 0,09	triviální, žádná
0,10 – 0,29	nízká až střední
0,30 – 0,49	střední až podstatná
0,50 – 0,69	podstatná až velmi silná
0,70 – 0,89	velmi silná
0,90 – 0,99	téměř perfektní

Porovnávány byly korelace u dvou nejvíce fyzicky atraktivních jedinců (muže a ženy) a dvou nejméně fyzicky atraktivních jedinců (muže a ženy). Korelace byly měřeny mezi proměnnými: atraktivita a deset charakterových vlastností – důvěryhodnost, inteligence, dominance, submisivita, přátelskost, agresivita, extravertze, introvertze, odpovědnost a sebedůvěra. K interpretaci výsledků byly použity korelační tabulky a matice. Bylo ověřováno, zda proměnná atraktivita koreluje s charakterovými vlastnostmi jedinců na fotografiích.

Spearmanovy korelace jsou významné na hladině významnosti $p < 0,05$. Na hlavní diagonále se vždy nachází číslo jedna a v ostatních buňkách tabulky jsou koeficienty Spearmanovy korelace v intervalu od -1 až do $+1$.

4. Výsledky a jejich interpretace

Jako dva nejvíce fyzicky atraktivní jedinci byli posuzovateli vybráni: fotografie č. 8 (z žen) a č. 15 (z mužů). Jedinci, kteří byli ohodnoceni jako

nejméně fyzicky atraktivní, byli na fotografii č. 9 (z žen) a na fotografii č. 16 (z mužů). V celkovém hodnocení, tedy bez ohledu rozdělení v hodnocení na muže a ženy, byla vybrána jako nejvíce fyzicky atraktivní osoba na fotografii č. 8 a osoba na fotografe č. 16 byla posuzovateli vybrána jako nejméně fyzicky atraktivní.

Následně byly k hodnocení atraktivity přidány výsledky sběru dat respondentů, kteří hodnotili u fotografií charakterové vlastnosti, aniž by věděli, která osoba je posuzovateli vyhodnocena jako nejvíce fyzicky atraktivní, a která nejméně fyzicky atraktivní. Tyto výsledky měly následně ukázat korelace mezi vlastnostmi a atraktivitou vybraných osob.

Nejdříve byly vytvořeny vždy dvě korelační tabulky pro každou ze čtyř fotografií. Korelační tabulky obsahovaly pouze údaje o vztahu mezi atraktivitou a charakterovými vlastnostmi. Zároveň byly tabulky rozděleny podle toho, jak dotyčného jedince hodnotily ženy a jak jedince hodnotili muži. Dále ke každé fotografii byly přiřazeny dvě korelační matice, které obsahují veškeré korelační vztahy mezi charakterovými vlastnostmi.

První korelační tabulka (Tabulka 2) k fotografii č. 8 - nejvíce fyzicky atraktivní žena - obsahuje výsledky korelačního vztahu mezi atraktivitou a deseti charakterovými vlastnostmi, které hodnotily ženy. V ní lze pozorovat kladné i záporné korelace. Všechny červeně označené korelace, ať už pozitivní, či negativní, jsou na těchto hladinách statisticky významné. Pozitivní korelace ukazují vzájemnou pozitivní závislost. Nejvyšší pozitivní korelace jsou mezi atraktivitou a důvěryhodností ($r_s=0,69$), atraktivitou a přátelskostí ($r_s=0,62$), atraktivitou a odpovědností ($r_s=0,59$) a atraktivitou a inteligencí ($r_s=0,54$). Z tabulky lze dále vyčíst též záporné korelace, nicméně tyto korelace nejsou statisticky významné. Z výsledných korelací vyplývá, že ženy dotyčnou hodnotily, aniž by byly obeznámeny, že žena je vyhodnocena jako nejvíce fyzicky atraktivní, jako velmi důvěryhodnou, inteligentní, přátelskou a odpovědnou.

Druhá korelační tabulka (Tabulka 3), obsahuje výsledky korelačního vztahu mezi atraktivitou a deseti charakterovými vlastnostmi, které hodnotili muži. Z této tabulky je možné vyčíst jen tři pozitivní korelace, které jsou mezi atraktivitou a inteligencí ($r_s=0,61$), atraktivitou a extravertí ($r_s=0,46$) a atraktivitou a důvěryhodností ($r_s=0,44$). Dále je možné z tabulky vyčíst i další pozitivní korelace, nicméně nejsou pro výzkum statisticky významné. To se týká též negativní korelace, která se zde vyskytuje jen jedna, a to korelace mezi atraktivitou a agresivitou ($r_s=-0,10$). Jedná se však o velmi nízkou negativní závislost. Souhrnem lze říci, že muži tuto ženu hodnotili ve vztahu k atraktivitě jako velmi inteligentní, „zdravě“ extrovertní a důvěryhodnou.

Dále byly k této fotografii vytvořeny dvě korelační matice, které se opět dělí na výsledky hodnocení mužů a žen. Tyto matice obsahují jen vzájemné vztahy mezi charakterovými vlastnostmi.

První korelační matice (Tabulka 4) obsahuje výsledky hodnocení žen. Červeně zvýrazněná čísla jsou statisticky významná. Z matice vyplývá následující: existují zde vysoce pozitivní korelace mezi důvěryhodností a inteligencí ($r_s=0,86$), důvěryhodností a přátelskostí ($r_s=0,85$), důvěryhodností a odpovědností ($r_s=0,80$). Další pozitivní významné korelace jsou mezi inteligencí a přátelskostí ($r_s=0,63$), inteligencí a odpovědností ($r_s=0,72$) a dominancí a sebedůvěrou ($r_s=0,43$). Negativní korelace jsou mezi důvěryhodností a agresivitou ($r_s=-0,48$), inteligencí a agresivitou ($r_s=-0,48$), přátelskostí a agresivitou ($r_s=-0,49$), odpovědností a agresivitou ($r_s=-0,51$). Další významné záporné korelace lze najít mezi extravertí a introvertí ($r_s=-0,78$), submisivitou a dominancí ($r_s=-0,40$) a submisivitou a sebedůvěrou ($r_s=-0,53$). Tyto záporné korelace vypovídají o tom, že mezi těmito proměnnými existuje jen negativní závislost. Nicméně ze všech významných korelací vyplývá, že ženy hodnotily dotyčnou celkově jako velmi důvěryhodnou, přátelskou, inteligentní, odpovědnou, se „zdravou“ mírou sebedůvěry, relativně dominantní a také extrovertní.

Druhá korelační matice (Tabulka 5) obsahuje výsledky hodnocení mužů. Statisticky významné korelace jsou zvýrazněny červeně a ukazují vysoce pozitivní korelace mezi důvěryhodností a inteligencí ($r_s=0,84$) a důvěryhodností a odpovědností ($r_s=0,66$). Dále významné korelace lze najít mezi inteligencí a přátelskostí ($r_s=0,44$), inteligencí a odpovědností ($r_s=0,57$) a inteligencí a sebedůvěrou ($r_s=0,45$). Agresivita má v této tabulce jen jednu negativní významnou korelaci a to ve vztahu s přátelskostí ($r_s=-0,59$). Další významná negativní korelace je opět mezi submisivitou a dominancí ($r_s=-0,57$). Z těchto významných korelací vyplývá, že muži hodnotili dotyčnou jako poměrně důvěryhodnou, velmi inteligentní, podstatně extrovertní, odpovědnou, přátelskou, s podobnou mírou sebedůvěry jako v předchozí korelační matici. Negativní korelace u agresivity s přátelstvím a submisivity s dominancí se zdají být v tomto případě logické.

Muž na fotografii číslo 15 byl posuzovateli vyhodnocen jako nejvíce fyzicky atraktivní muž. Stejně tak jako pro předchozí fotografie, byly vytvořeny čtyři tabulky, dvě tabulky korelací mezi atraktivitou a charakterovými vlastnostmi a dvě korelační matice.

První korelační tabulka (Tabulka 6) obsahuje výsledky hodnocení ženami. Z této tabulky vyplývají dvě statisticky významné korelace, a to mezi atraktivitou a důvěryhodností ($r_s=0,56$) a atraktivitou a odpovědností ($r_s=0,43$). Slabší pozitivní korelace, která těsně nedosáhla na hranici významnosti, je mezi atraktivitou a přátelskostí ($r_s=0,36$). Jiné pozitivní statisticky významné korelace se u vztahu atraktivity a charakterových vlastností nevyskytují. Negativní významné korelace v této tabulce neexistují. Jediná negativní korelace, která též jen o málo nedosáhla na hranici významnosti je atraktivita a agresivita ($r_s=-0,38$). Ze zvýrazněných statistických korelací plyne, že ženy tohoto muže hodnotily, aniž by věděly, že tento muž byl vyhodnocen jako nejvíce fyzicky atraktivní, ve vztahu k atraktivitě zejména jako poměrně důvěryhodného a odpovědného.

Druhá korelační tabulka (Tabulka 7) obsahuje výsledky hodnocení muži. V tomto případě zde není žádná významná korelace atraktivity a jiných charakterových vlastností. Nejvyšší pozitivní korelace, nicméně nevýznamné, jsou mezi atraktivitou a inteligencí ($r_s=0,39$), atraktivitou a důvěryhodností ($r_s=0,30$) a atraktivitou a přátelskostí ($r_s=0,27$). Tyto údaje jsou statisticky nevýznamné, jelikož se nejméně blíží k číslu jedna.

První korelační matice (Tabulka 8) k této fotografii, obsahuje výsledky hodnocení ženami a vypovídá následující významné korelace mezi důvěryhodností a odpovědností ($r_s=0,76$), důvěryhodností a přátelskostí ($r_s=0,59$) a důvěryhodností a odpovědností ($r_s=0,76$). Další statisticky významné korelace jsou mezi agresivitou a dominancí ($r_s=0,62$), agresivitou a sebedůvěrou ($r_s=0,48$), extroverzí a dominancí ($r_s=0,57$), extroverzí a sebedůvěrou ($r_s=0,69$), sebedůvěrou a dominancí ($r_s=0,73$). V této tabulce jsou i patrné negativní korelace, stejně jako u předchozí fotografie se jedná o korelaci mezi agresivitou a důvěryhodností ($r_s=-0,53$), submisivitou a dominancí ($r_s=-0,41$), introverzí a extroverzí ($r_s=-0,88$) a introverzí a sebedůvěrou ($r_s=-0,64$). Z těchto významných korelací vyplývá, že muži hodnotili dotyčného celkově jako přátelského, důvěryhodného, velmi odpovědného, dosti agresivního extroverta s vysokou mírou sebedůvěry.

Druhá korelační matice (Tabulka 9), v níž jsou výsledky hodnocení mužů. Z tabulky vyplývá pozitivní statisticky významná korelace jen mezi důvěryhodností a inteligencí ($r_s=0,46$), důvěryhodností a přátelskostí ($r_s=0,64$), extroverzí a přátelskostí ($r_s=0,68$) a odpovědností a přátelskostí ($r_s=0,48$). Negativní statisticky významná korelace je mezi sebedůvěrou a introverzí ($r_s=-0,56$) a introverzí a extroverzí ($r_s=-0,68$). Ostatní korelace jsou statisticky nevýznamné. Z toho vyplývá, že muži hodnotili dotyčného celkově jako inteligentního, důvěryhodného, odpovědného, poměrně velmi přátelského a velmi extrovertního.

Žena na fotografii č. 9 byla posuzovateli ohodnocena jako nejméně fyzicky atraktivní žena. Stejně jako u předchozích fotografií k ní budou náležet čtyři tabulky.

První korelační tabulka (Tabulka 10) obsahuje výsledky hodnocení ženami. Červeně označená čísla jsou na těchto hladinách statisticky významné. V tomto případě jsou patrné tři statisticky významné korelace, z toho dvě pozitivní, a to mezi atraktivitou a důvěryhodností ($r_s=0,45$), atraktivitou a sebedůvěrou ($r_s=0,46$) a jedna poměrně vysoká statisticky významná negativní korelace mezi atraktivitou a introverzí ($r_s=-0,54$). Z toho plyne, že ženy dotyčnou hodnotily ve vztahu k atraktivitě jako důvěryhodnou se „zdravou“ mírou sebedůvěry.

Druhá korelační tabulka (Tabulka 11) obsahuje výsledky hodnocení mužů. V této tabulce jsou jen dvě pozitivní statisticky významné korelace mezi atraktivitou a dominancí ($r_s=0,46$) a atraktivitou a sebedůvěrou ($r_s=0,48$). Z toho vyplývá, že nejméně atraktivní ženu, aniž by tuto skutečnost muži věděli, hodnotili jako poměrně dominantní s vyšší mírou sebedůvěry.

První korelační matice (Tabulka 12) k této fotografii obsahuje výsledky korelací charakterových vlastností navzájem, které posuzovaly ženy. Tabulka ukazuje následující pozitivní statisticky významné korelace mezi důvěryhodností a inteligencí ($r_s=0,64$), důvěryhodností a dominancí ($r_s=0,40$) a důvěryhodností a odpovědností ($r_s=0,51$). Další pozitivní statisticky významné korelace jsou mezi inteligencí a extroverzí ($r_s=0,49$), inteligencí a odpovědností ($r_s=0,45$), dominancí a agresivitou ($r_s=0,46$), dominancí a extroverzí ($r_s=0,43$), dominancí a sebedůvěrou ($r_s=0,40$), introverzí a submisivitou ($r_s=0,42$) a přátelskostí a odpovědností ($r_s=0,46$). Negativní statisticky významné korelace této tabulky lze najít mezi dominancí a submisivitou ($r_s=-0,65$), submisivitou a agresivitou ($r_s=-0,48$), přátelskostí a agresivitou ($r_s=-0,60$) a extroverzí a introverzí ($r_s=-0,75$). Z těchto významných korelací vyplývá, že ženy hodnotily dotyčnou

celkově jako důvěryhodnou, poměrně inteligentní, dominantní, odpovědnou, s vyšší mírou sebedůvěry a jako poměrně extrovertní.

Druhá korelační matice (Tabulka 13) obsahuje výsledky korelací mezi charakterovými vlastnostmi navzájem, které hodnotili muži. Z této tabulky je možné vyčíst pozitivní statisticky významné korelace mezi důvěryhodností a inteligencí ($r_s=0,61$), inteligencí a přátelskostí ($r_s=0,50$), inteligencí a odpovědností ($r_s=0,47$), inteligencí a sebedůvěrou ($r_s=0,45$), dominancí a sebedůvěrou ($r_s=0,62$), přátelskostí a extroverzí ($r_s=0,52$) a extroverzí a sebedůvěrou ($r_s=0,63$). Negativní statisticky významné korelace lze nalézt mezi dominancí a submisivitou ($r_s=-0,61$), extroverzí a introverzí ($r_s=-0,82$) a introverzí a sebedůvěrou ($r_s=-0,67$). Všechny červeně označené korelace na těchto hladinách jsou vysoce statisticky signifikantní. Z těchto významných korelací vyplývá, že muži hodnotili dotyčnou jako velmi inteligentní a důvěryhodnou, poměrně dominantní, přátelskou, extrovertní s vysokou mírou sebedůvěry.

Na fotografii č. 16 je muž, který byl posuzovateli vyhodnocen jako nejméně fyzicky atraktivní. Stejně jako v předchozích případech, jsou k této fotografii přiřazeny čtyři tabulky korelačních vztahů.

První korelační tabulka (Tabulka 14) obsahuje výsledky korelačního vztahu mezi atraktivitou a deseti charakterovými vlastnostmi, které hodnotily ženy. Všechny červeně označené korelace, jsou na těchto hladinách statisticky významné. Nejvyšší pozitivní statisticky významné korelace jsou mezi atraktivitou a důvěryhodností ($r_s=0,64$), atraktivitou a inteligencí ($r_s=0,64$), atraktivitou a dominancí ($r_s=0,47$), atraktivitou a extroverzí ($r_s=0,55$) a atraktivitou a sebedůvěrou ($r_s=0,47$). Je možné zde nalézt i jednu negativní korelaci, a to mezi atraktivitou a submisivitou ($r_s=-0,49$), což odpovídá logickému vztahu mezi pozitivní korelací atraktivitou a dominancí a právě zmíněnou negativní korelací mezi atraktivitou a submisivitou. Z toho vyplývá, že ženy tohoto muže hodnotily ve vztahu k atraktivitě jako vysoce důvěryhodného, inteligentního, poměrně odpovědného a také přátelského.

Druhá korelační tabulka (Tabulka 15) obsahuje výsledky korelačního vztahu mezi atraktivitou a deseti charakterovými vlastnostmi, které hodnotili muži. Všechny červeně označené korelace, jsou na těchto hladinách statisticky významné. Nejvyšší pozitivní statisticky významné korelace jsou mezi atraktivitou a důvěryhodností ($r_s=0,77$), atraktivitou a inteligencí ($r_s=0,63$), atraktivitou a přátelskostí ($r_s=0,45$) a atraktivitou a odpovědností ($r_s=0,54$). U tohoto jedince se nevyskytují žádné negativní statisticky významné korelace. Velmi nízká negativní korelace je mezi atraktivitou a agresivitou ($r_s=-0,21$), nicméně nedosáhla hranice významnosti, tudíž ji možno vzít jen v potaz. Z toho vyplývá, že nejméně fyzicky atraktivního muže, aniž by tuto skutečnost muži věděli, hodnotili jako velmi důvěryhodného, inteligentního, extrovertního, dominantního a jako člověka s přirozenou mírou sebedůvěry.

Následující a předposlední korelační matice (Tabulka 16) obsahuje výsledky hodnocení ženami. Červeně zvýrazněná čísla jsou statisticky významná. Z matice vyplývají následující významné pozitivní korelace mezi důvěryhodností a inteligencí ($r_s=0,71$), důvěryhodností a přátelskostí ($r_s=0,48$), důvěryhodností a extroverzí ($r_s=0,70$), důvěryhodností a odpovědností ($r_s=0,50$) a důvěryhodností a sebedůvěrou ($r_s=0,59$). Další pozitivní významné korelace jsou mezi inteligencí a dominancí ($r_s=0,53$), inteligencí a extroverzí ($r_s=0,60$) a inteligencí a sebedůvěrou ($r_s=0,68$). Pozitivní, významně statistická korelace, je také mezi dominancí a agresivitou ($r_s=0,44$), dominancí a extroverzí ($r_s=0,56$), dominancí a sebedůvěrou ($r_s=0,68$) a introverzí a submisivitou ($r_s=0,49$). Co se týče negativních, statisticky významných korelací tak ty lze najít mezi důvěryhodností a introverzí ($r_s=-0,54$), inteligencí a submisivitou ($r_s=-0,41$), inteligencí a introverzí ($r_s=-0,46$), dominancí a submisivitou ($r_s=-0,52$), submisivitou a extroverzí ($r_s=-0,50$), extroverzí a introverzí ($r_s=0,83$) a introverzí a sebedůvěrou ($r_s=-0,44$). Z těchto významných korelací je patrné, že ženy hodnotily dotyčného celkově jako velmi inteligentního extroverta s vysokou mírou sebedůvěry, dále také jako velmi důvěryhodného, dominantního a agresivního.

Poslední korelační matice (Tabulka 17) obsahuje výsledky hodnocení muži. Červeně zvýrazněná čísla jsou statisticky významná. Z matice vyplývají statisticky významné pozitivní korelace mezi důvěryhodností a inteligencí ($r_s=0,71$), důvěryhodností a přátelskostí ($r_s=0,57$), důvěryhodností a odpovědností ($r_e=0,56$), inteligencí a přátelskostí ($r_s=0,58$), inteligencí a odpovědností ($r_s=0,62$), dominancí a agresivitou ($r_s=0,76$) a extroverzí a sebedůvěrou ($r_s=0,56$). Negativní statisticky významné korelace jsou mezi dominancí a submisivitou ($r_s=0,75$), submisivitou a agresivitou ($r_s=0,69$), extroverzí a introverzí ($r_s=-0,81$) a introverzí a sebedůvěrou ($r_s=-0,50$). Z těchto významných korelací je patrné, že muži dotyčného celkově hodnotili jako velmi důvěryhodného, inteligentního, přátelského, ale také velmi agresivního a dominantního s vyšší mírou sebedůvěry.

Z výsledků korelačních vztahů mezi atraktivitou a charakterovými vlastnostmi je možné tedy vyčíst toto:

Fotografie č. 8 – nejvíce fyzicky atraktivní žena:

Ženy dotyčnou hodnotily ve vztahu k atraktivitě jako velmi důvěryhodnou, inteligentní, přátelskou a odpovědnou. Muži dotyčnou hodnotili ve vztahu k atraktivitě jako velmi inteligentní, poměrně extrovertní a důvěryhodnou. Této osobě byly přisuzovány kladné vlastnosti, které se u velmi fyzicky atraktivních osob podle zažitých stereotypů dají očekávat.

Fotografie č. 15 – nejvíce fyzicky atraktivní muž:

Ženy tohoto muže hodnotily ve vztahu k atraktivitě zejména jako velmi důvěryhodného a odpovědného. V hodnocení mužů není žádná významná korelace mezi atraktivitou a jinými charakterovými vlastnostmi. V tomto případě by se mohlo spekulovat o tom, že respondenty hodnotící charakterové vlastnosti tento jedince svým vzhledem nezaujal.

Fotografie č. 9 – nejméně fyzicky atraktivní žena:

Ženy dotyčnou ohodnotily ve vztahu k atraktivitě jako důvěryhodnou se „zdravou“ mírou sebedůvěry. Muži dotyčnou hodnotili jako poměrně dominantní s vyšší mírou sebedůvěry.

Fotografie č. 16 – nejméně fyzicky atraktivní muž:

Ženy tohoto muže hodnotily ve vztahu k atraktivitě jako vysoce důvěryhodného, inteligentního, poměrně odpovědného a také přátelského. Muži dotyčného hodnotili jako velmi důvěryhodného, inteligentního, extrovertního, dominantního a jako člověka s přirozenou mírou sebedůvěry. Z toho je patrné, že nejméně fyzicky atraktivnímu muži jsou na základě atraktivity přisuzovány kladné charakterové vlastnosti, což nepotvrzuje hypotézu č. 1, zde jen nejvíce fyzicky atraktivním osobám budou přisuzovány kladné vlastnosti.

Z výsledků lze také vyčíst, že u hodnocení žen nejvíce korelovala atraktivita s důvěryhodností, dále inteligencí, odpovědností a sebedůvěrou. U hodnocení mužů korelovala nejvíce atraktivita též s důvěryhodností a inteligencí, ale nikoliv v takové míře, jako u žen. Dále je z výsledků patrné, kde je možné najít shodu v hodnocení mužů a žen. Obě pohlaví se v hodnocení u fotografie č. 8 shodly na korelaci mezi atraktivitou a inteligencí a atraktivitou a důvěryhodností, u fotografie č. 15 nenastala žádná shoda, jelikož u mužů nenastala žádná statisticky významná korelace. U fotografie č. 9 nastala shoda v korelaci mezi atraktivitou a sebedůvěrou a u fotografie č. 16 nastala shoda korelace, stejně jako u fotografie č. 8 – nejvíce fyzicky atraktivní ženy – mezi atraktivitou a inteligencí a atraktivitou a důvěryhodností.

5. Diskuze

Cílem této práce bylo dokázat, zda atraktivita ovlivňuje první dojem a zda působí vliv stereotypního přisuzování charakterových vlastností atraktivním či méně atraktivní jedincům. Většina autorů, kteří píšou o atraktivitě, potvrzují tuto domněnku, kdy atraktivnější lidé jsou pokládáni většinou za důvěryhodnější, odpovědnější, extravertnější a naopak.

Pro ověření tohoto předpokladu bylo vybráno několik jedinců. Hlavním úskalím výzkumu bylo přesvědčit jedince stoupnout si před objektiv fotoaparátu a udržet neutrální výraz v obličeji. Například, žena na jedné fotografii je zachycena s mírným úsměvem, nicméně tento nedostatek neměl vliv na její hodnocení. U této ženy se předpokládalo, že na základě mírného úsměvu bude vyhodnocena jako nejvíce fyzicky atraktivní, nicméně se tak nestalo. Dále je také třeba zmínit, že v procentním vyjádření byla převaha žen (56 %) v obou skupinách jak posuzovatelů, tak respondentů.

Na základě výsledků z hodnocení žen i mužů byly pro zjištění vztahů mezi proměnnými atraktivitou a deseti charakterovými vlastnostmi vytvořeny korelační tabulky a matice. Z těchto tabulek a matic se analyzovaly výsledky toho, jak si daný jedinec stojí v hodnocení korelace atraktivity a charakterových vlastností, a také korelací mezi charakterovými vlastnostmi navzájem. Výsledky byly poměrně zajímavé, protože nepotvrdily, ale ani nevyvrátily první hypotézu. Podle hypotézy č. 1 se potvrdilo, že nejvíce fyzicky atraktivním jedincům budou přisuzovány většinou kladné vlastnosti, ale zároveň také z výzkumu vyplynulo, že nejméně atraktivnímu jedinci byly též přisuzovány kladné vlastnosti. U tohoto jedince byly vysoce hodnoceny i vlastnosti, jako např. agresivita a dominance, které nejsou všeobecně pokládány za pozitivní či kladné. U nejvíce fyzicky atraktivních jedinců se tyto vlastnosti nevyskytovaly na významných statistických hladinách.

Hypotéza č. 2, se v podstatě potvrdila. Muži hodnotili atraktivitu oproti ženám méně extrémně. To je patrné v Tabulce 1, ze které vyplývá, že ženy hodnotily ve většině případů obličej jako atraktivnější. Jen v případech pěti fotografií muži hodnotili obličej atraktivnější, nežli ženy. Z výsledků je také patrné, že muži hodnotili nejvíce fyzicky atraktivní ženu jako méně atraktivní, nežli ji hodnotily ženy. A naopak nejméně fyzicky atraktivní ženu muži hodnotili oproti ženám jako atraktivnější. Kde nastala téměř úplná shoda hodnocení mužů a žen je v případě obličejů nejvíce fyzicky atraktivního a nejméně fyzicky atraktivního muže. Nicméně i zde

je patrné, že tyto dva jedince muži hodnotili oproti ženám jako méně atraktivní.

Výsledky tohoto výzkumu se do určité míry shodují s Fisherovskou selekcí, což je jedna z evolučních teorií atraktivity. Fisher (Fisher, 1915) ve své teorii tvrdí: *„Znaky, které jsou považovány za atraktivní, se vyvinuly náhodně, avšak jakmile se takováto preference rozšíří, je posléze velmi obtížné preference měnit preferencí alternativní, jelikož následná generace jedinců, kteří tento alternativní vkus měli, by nebyli hlavním proudem považováni za atraktivní“* (Havlíček, Rubešová, 2009:200). Fisher tím chtěl poukázat na to, že vztah mezi atraktivitou a kvalitami dané osoby nemusí korelovat. Což se ukázalo v tomto výzkumu u výsledků nejméně fyzicky atraktivního muže. Respondenti tohoto muže nevnímali negativně, právě naopak, v korelačních tabulkách měl nejvyšší počet statisticky významných korelačních koeficientů. Dokonce více, nežli nejvíce fyzicky atraktivní žena.

6. Závěr

Lidé a zejména jejich obličeje jsou v každodenní sociální interakci podrobovány hodnocení ostatních jedinců. Aniž by si to jedinci uvědomovali, hodnotí a kategorizují ostatní osoby jako atraktivní či neatraktivní. Ve fyzické atraktivitě hrají hlavní roli též biologické faktory, jako je např. sexuální dimorfismus, symetrie, průměrnost a také neotenie. Fyzická atraktivita ovlivňuje nespočet sociálních aktů, ale největší význam má ve výběru sexuálního partnera. Je tedy na místě důležitost výše zmíněných znaků, jelikož poukazují na to, že daný jedinec je vhodný k reprodukci.

Tato práce se zabývala vlivem atraktivity jedince na utváření prvního dojmu ostatních. Při prvním kontaktu se lidé zaměří především na obličej jedince a z tohoto pohledu si vytvoří svůj úsudek a dojem o dotyčném jedinci. První dojem lze ovlivnit několika způsoby např. stylem oblékání, gestikulací, mimikou, tempem mluvy, způsobem, jakým se dotyčný na druhého dívá atd. Předpokládá, že pokud jedinec bude vnímat

druhou osobu jako atraktivnější, bude ji hodnotit na první dojem velmi pozitivně. Nedílnou součástí této práce byl výzkum, ve kterém byla vyhodnocena jako nejméně fyzicky atraktivní osoba žena. Respondenti, kteří hodnotili charakterové vlastnosti dle nabízené škály, ji vyhodnotili podle očekávání, jako velmi přátelskou, důvěryhodnou, inteligentní. Co nebylo předpokládáno, je skutečnost, že podobné ohodnocení jako nejméně fyzicky atraktivní osoba obdrží i nejméně fyzicky atraktivní jedinec. V jeho případě však nastaly vysoké korelace také mezi atraktivitou a dominancí, extravertizací a sebedůvěrou, což jsou vlastnosti, které byly u nejméně fyzicky atraktivní osoby upozaděny, nebo nebyly statisticky významné.

Každý jedinec má individuální názor na to, kdo je atraktivní. To se také potvrdilo v této práci. Jedním z cílů bylo zjistit rozdílnost hodnocení atraktivity mezi muži a ženami. Ženy hodnotily atraktivitu více extrémně nežli muži. To lze vidět na případu nejméně fyzicky atraktivní ženy. Hodnocení žen u tohoto obličejce bylo jasné, hodnocení bylo velmi vysoké. Muži však ohodnotili nejméně fyzicky atraktivní ženu oproti hodnocení žen jako méně atraktivní. Důvodem pro toto zjištění může být skutečnost, že jsou ženy impulzivnější než muži, nebo muži jsou konzervativnější?

Závěrem této práce lze konstatovat, že atraktivita je stále obtížně uchopitelný fenomén. Na čem se všichni vědci i laická společnost shodnou je fakt, že fenomén atraktivity hraje jednu z nejvýznamnějších rolí v lidské společnosti.

7. SEZNAM LITERATURY

Alley, T.R, Cunningham, M.R. 1991. *Averaged aces are attractive but very attractive faces are not average*. Psychological Science 2: 123125. K dohledání na:

<http://www.jstor.org/discover/10.2307/40062652?uid=3737856&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21103925183063>

Anderson, N.H. 1974. *Cognitive algebra: Integration theory applied to social attribution*. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 7, s. 2-201). New York: Academic Press.

Argyle, M., Lalljee, M., Cook, M. 1968. *The Effect of Visibility on Interactive in a Dyad*. In: *Human Relations*. č. 21, s. 3-17

Aronson, E., Willerman, B., and Floyd, J. 1966. The effect of a pratfall on increasing interpersonal attractiveness. *Psychonomic Science* 4, s. 227-228

Aronson, E., 1976. *The Social Animal*. San Francisco: W.H. Freeman

Asch, S. 1946. *Forming impressions of personality*. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, s. 258-290.

Barrett, Louise, Dunbar, Robin, Lycett, John. 2007. *Evoluční psychologie člověka*. Praha: Portál.

Blažek, Vladimír; Trnka Radek, eds. 2008. *Lidský obličej, Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Univerzita Karlova v Praze: Nakladatelství Karolinum.

Brewer, M.B. 1998. *A dual process model of impression formation*. In T. Srull, R.S. Ster (Eds.), *Advances in social cognition*, Vol. 1, s. 1-36. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Brundage, L.E., Derlega, V.J., Cash T.F. 1977. *The effects of physical attractiveness and need for approval on self-disclosure*. Personality & Social Psychology Bulletin, 3, s. 63-66.

Bruno, T., Gregor Adamczyk. 2005. *Řeč těla: Jak neverbálně působit na druhé a rozumět řeči těla*. Praha: Grada Publishing

Bulygina, E., Mitteroecker, P., and Aiello, L. 2006. Ontogeny of Facial Dimorphism and Patterns of Individual Development Within One Human Population. *American Journal of Physical Anthropology* 131, s. 432-443.

Byrne, D. 1961. *Interpersonal attraction and attitude similarity*. J. Abnormal Soc. Psychol. 62, s. 713-715.

Cash, T.F., Kehr, J.A., Polysen J., Freeman, V. 1977. *Role of physical attractiveness in peer attribution of psychological disturbance*. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 45, s. 987-993.

Cialdini, R.B. 1984. *The Psychology of Persuasion*. New York: Quill William Morrow.

Crook, Marion. 1995. *V zajetí image těla: Jak chápat a odmítat mýty o vzhledu těla*. Ostrava: Oldag.

Cunningham, Michael R. 1986. *Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty*. Journal of Personality and Social Psychology 50.5, s. 925-935

Cunningham M.R., Roberts A.R., Barbee A.P, Druen P.B., Wu Ch. 1995. *Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours: consistency and variability in the crosscultural perception of female physical attractiveness*. Journal of Personality and Social Psychology 68, s. 261-79

Darwin, Ch. 2006. *O původu člověka*. Praha: Academia.

Dion, K.,K., Berscheid, E., Walster, E. 1972. *What is beautiful is what is good*. Journal of Personality and Social Psychology, 24, s. 285-290.

Eco, U., ed. 2005. *Dějiny krásy*. Praha: Argo

Eibl-Eibesfeldt, I. 1972. *Similarities and differences between cultures in expressive movements*. In: R.A. Hinde (ed.) Nonverbal Communication, Cambridge: Cambridge University Press.

Enquist, M., Arak, A. 1994. *Symmetry, beauty and evolution*. Nature 372, s. 169-172

Feingold, A. 1992. *Good-looking people are not what we think*. Psychological Bulletin, 11, s. 304-341.

Fialová, L. (2001). *Body image jako součást sebepojetí člověka*. Praha: Karolinum.

Fisher, R.A. 1915. *The evolution of sexual preference*. The Eugenics Review, s. 184-192.

K dohledání na:

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2987134/?page=1>

Folstad, I., Karter, A.J. 1992. *Parasites, bright males and the immunocompetence handicap*. American Naturalist 139, s. 603-622

Galluci, N.T., Meyer, R.G. 1984. *People can be too perfect: Effects of subjects'and targets' attractiveness on interpersonal attraction*. Psychological Reports, 55, s. 351-360.

Galton F. 1879. *Composite portraits, made by combining those of many different persons into a single resultant figure*. The Journal of the Anthropological Institute of Great Britain and Ireland 8, s. 132-144.

Goldin, P.R., Manber, T., Hakimi, S., Canli, T., Gross, J.J. 2009. *Neural bases of social anxiety disorder*. Arch Gen Psychiatry 2009; 66(2), s. 170–180.

Grammer, K., Thornhill R. 1994. *Human (Homo sapiens) Facial Attractiveness and Sexual Selection: The Role of Symmetry and Averageness*. Journal of Comparative Psychology 108, s. 233-242.

Grogan, S. 2002: *Body image*. Praha: Grada

Hadj-Mousová, Zuzana. 2003. *Sociální psychologie*. Praha : Univerzita Karlova v Praze - Pedagogická fakulta

Haggblom, S.J.; et al. 2002. *The 100 Most Eminent Psychologists of the 20th Century*. Review of General Psychology 6 (2), s. 139–152

Hamilton, D.L., Gifford, R.K. 1976. *Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotype judgments*. Journal of Experimental Social Psychology, 12, s. 392-407.

Hartl, Pavel, Hartlová, Helena. 2000. *Psychologický slovník*. Praha: Portál.

Hatfield, E., Sprecher, S. 1986. *Mirror, mirror...The Importance of Looks in Everyday Life*. Albany, NY: State University of New York Press.

Havlíček, J; Rubešová, A. 2009. *Atraktivita tváře*. In: Blažek a Trnka. Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd. Praha: Karolinum

Hayesová, N. 1998. *Základy sociální psychologie*. Praha: Portál

Hendl, J. 2004. *Přehled statistických metod zpracování dat*. Praha: Portál.

Hewstone, Miles; Stroebe, Wolfgang. 2006. *Sociální psychologie. Moderní učebnice sociální psychologie*. Praha: Portál

Jeřábek, Hynek. 1993. *Úvod do sociologického výzkumu*. Dot. Praha: Karolinum, 162 s.

Jones, B.C., Little, A.C., Burt, D.M., Perrett, D.I. 2005. *When facial attractiveness is only skin deep-health ratings of small patches of facial skin predict male facial attractiveness*. Perception 33, s. 569-576

Kowner, R. 1996. *Facial asymmetry and attractiveness judgement in developmental perspective*. Journal of Experimental Psychology 22, s. 662-675

Langlois, J.H, Roggman, L.A. 1990b. *Attractive Faces are only Average*. Psychological Science 1, s. 115 – 121.

Langlois, J.H., Kalakanis, L.E., Rubenstein, A.J., Larson, A.D., Hallam, M.J., Smoly, M.T. 2000. *Maxims and myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review*. Psychological Bulletin 126, s. 390-423

Landy, David; Sigall, Harold. 1974. *Beauty is talent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness*. Journal of Personality and Social Psychology, Vol 29(3), s. 299-304.

Lewis, David. 1989. *Tajná řeč těla*. Praha: Victoria Publishing

Lipovetsky, Gilles. 2002. *Říše pomíjivosti. Móda a její osud v moderních společnostech*. Nakladatelství Prostor.

Lovaglia, M.J. 2007. *Knowing People: The Personal Use of Social Psychology*. Published by Rowman & Littlefield Publisher.

Malina, R.M., and Buschang, P.H. 1984. *Anthropometric asymmetry in normal and mentally retarded males*. Annals of Human Biology 11, s. 515-531.

Mallet, J. Jiggins, C.D., McMillan, W. 1996. *Evolution: Mimicry meets the mitochondrion*. Curr. Biolog. 6, s. 937-940 In: Flegr, 2005

Mauss, Marcel. 1972. *Soziologie und Anthropologie*. Band II. München: Carl Hanser Verlag.

Myers, D.G. 1987. *Yin and yang in psychological research and Christian belief*. Published simultaneously in Britain by Faith and Thought, 13, s. 33-52 and in the USA by Perspectives in Science and Christian Faith, 39, s. 128-139.

Papica, Jan. 1979. *Vybrané kapitoly ze sociální psychologie*. Univerzita Palackého.

Perrett, David I. et al. 1999. *Symmetry and Human Facial Attractiveness*. *Evolution and Human Behavior* 20(5), s. 295-307

Petrasová, Taťána, Michalíková Pavla. 2010. *Tělo a tělesnost v české kultuře 19. století*. Nakladatelství Academia

Pivoňková, Věra. 2008. *Obličej*. In: Blažek a Trnka. *Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum

Rhodes, G., Zebrowitz, L.A., Clark, A., Kalick, S.M., Hightower, A., McKay, R. 2001. *Do facial averageness and symmetry signal health?* *Evolution and Human Behavior* 22, s. 31-46

Rhodes, G. 2006. *The Evolutionary Psychology of Facial Beauty*. *Annual Review of Psychology* 57, s. 199-226

Rubenstein, A.J., Langlois, J.H., Roggman, L.A. 2002. *What makes a face attractive and why: The role of averageness in defining facial beauty*. In: Rhodes, G., Zebrowitz, L.A. 2003. *Facial attractiveness: Evolutionary, cognitive, and social perspectives*. *Advances in visual cognition*, vol. 1., (pp. 1-33). Westport, CT, US: Ablex Publishing, x, 311 pp.

Řezáč, J. 1998. *Sociální psychologie*. Brno: Paido, s.93-94

Shackelford, T. K., & Larsen, R. J. 1999. *Facial attractiveness and physical health*. *Evolution and Human Behavior*, 20, s. 71-76

Thornhill, R., Gangestad, S.W. 1994. *Human fluctuating asymmetry and sexual behavior*. Psychological Science 5, s. 297 – 302.

Trivers, R., Manning, J.T., Thornhill, R., Singh, D., McGuire, M. 1999. *Jamaica Symmetry Project: Long-term study of fluctuating asymmetry in rural Jamaica children*. Human Biology 3, s. 417-430. cit. Zaatari a Trivers, 2007.

Umberson, D., Hughes, M.. 1987. *The impact of physical attractiveness and achievement and psychological well-being*. Social Psychology Quarterly, 50, s. 227-236.

Výrost, J., Slaměník, I. 1998. *Aplikovaná sociální psychologie I*. Praha: Protál.

Výrost, J., Slaměník, I. 2008. *Sociální psychologie*. Praha: Grada

Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottman, L. 1966. *Importance of physical attractiveness in dating behavior*. Journal of Personality and Social Psychology, 4(5), s. 508-516.

Weiss, Petr. 2004. *Ženská a mužská sexuální atraktivita z pohledu sociobiologie*. Postgraduální medicína 6, č. 2., s. 156-157

Weiss, Petr. 2009. *Sexuální atraktivita a její determinanty*. Psychiatrie pro praxi, 4, s. 188-190.

Winch, R.F. 1958. *Mate-Selection. A study of complementary needs*. New York: Harper

Zajonc, R.B. 1968. *Attitudinal effects of mere exposure*. Journal of Personality and Social Psychology, Monograph Supplement, 9, s. 1-27.

Zebrowitz, L.A. 1990. *Social Perception*. Buckingham, England: Open University Press.

Zebrowitz, L.A., Collins, M.A., & Dutta, R. 1998. *Appearance and personality across the lifespan.* Personality and Social Psychology Bulletin 24, s. 736-749.

Zebrowitz, L.A., & Lee, S.Y. 1999. *Appearance, stereotype incongruent behavior, and social relationships.* Personality and Social Psychology Bulletin, 25, s. 569-584.

Zebrowitz, L.A., Rhodes G. 2004. *Sensitivity to „bad genes“ and the anomalous face overgeneralization effect: cue validity, cue utilization, and accuracy in judging intelligence and health.* Journal of Nonverbal Behaviour 28(3), s. 167-185.

8. RESUME

In everyday social interaction people and especially their faces are assessed by other individuals. Without realizing it, the individuals unknowingly assess and categorize other people as either attractive or unattractive. Of course, biological factors such as sexual dimorphism, symmetry, averageness and neoteny play a major role in physical attractiveness. Physical attractiveness influences countless social acts. However, it has the greatest importance in the choice of a sexual partner. Therefore, the importance of the above mentioned features is in place as they point out that the individual is suitable for reproduction.

This work deals with the impact the attractiveness of an individual has on the first impression they make on other people. During the first contact, people primarily focus on the face of the individual and they base their judgement and impression of the individual on this look. There are other ways to influence an impression, such as the style of dress, gesticulation, mimics, the rate of speech, the way a person looks at another person etc. However, if an individual finds another person as a more attractive one, the first impression they will form will be a very positive one. In this work a woman has been found the most attractive person. As expected, respondents who assessed character qualities have found her very friendly, trustworthy, intelligent. What was not expected though, is the fact that the least physically attractive individual received the same assessment as the most physically attractive person. However, there were high correlations also between attractiveness and dominance, extraversion and self-confidence in his case, all of them being qualities which were of minor importance in the most physically attractive person, or they were not statistically important.

As a conclusion of this work, it can be said (and it is also apparent from the works of psychologists and sociologists all around the world) that attractiveness continues to be an elusive phenomenon which has a deeper meaning for the whole society. However, all scientists and general

society agree on the fact that the phenomenon of attractiveness plays one of the major roles in the human society.

9. PŘÍLOHY

Tabulka 1. Průměrné ohodnocení atraktivity rozdělené podle pohlaví

Číslo fotografie	Hodnocení atraktivity	
	Muži	Ženy
Foto č. 1 - muž	5,20	4,92
Foto č. 2 – žena	2,80	3,56
Foto č. 3 – žena	4,60	3,92
Foto č. 4 – žena	3,15	2,72
Foto č. 5 – muž	4,95	4,36
Foto č. 6 – muž	4,25	3,64
Foto č. 7 – muž	3,90	3,60
Foto č. 8 – žena	2,30	1,96
Foto č. 9 – žena	4,65	5,00
Foto č. 10 – muž	3,90	4,04
Foto č. 11 – muž	3,45	3,72
Foto č. 12 – žena	2,95	2,60
Foto č. 13 – žena	3,45	3,16
Foto č. 14 – muž	4,10	4,00
Foto č. 15 – muž	3,50	3,48
Foto č. 16 – muž	5,65	5,40
Foto č. 17 – žena	3,80	3,36
Foto č. 18 – muž	5,15	5,28
Foto č. 19 – žena	3,25	2,44
Foto č. 20 – žena	4,10	3,48

V tabulkách jsou statisticky významné hodnoty ($p < 0,05$) označeny červeně.

Tabulka 2.

Korelace atraktivity a charakterových vlastností fotografie č. 8 – nejvíce fyzicky atraktivní žena – hodnoceno ženami		
Pohlaví (počet)	Proměnné	rs
Ženy (n=25)	Atraktivita x Důvěryhodnost	0,69
	Atraktivita x Inteligence	0,54
	Atraktivita x Dominance	-0,09
	Atraktivita x Submisivita	-0,09
	Atraktivita x Přátelskost	0,62
	Atraktivita x Agresivita	-0,33
	Atraktivita x Extraverze	0,18
	Atraktivita x Introverze	-0,06
	Atraktivita x Odpovědnost	0,59
	Atraktivita x Sebedůvěra	-0,69

Tabulka 3.

Korelace atraktivity a charakterových vlastností **fotografie č. 8** – nejvíce fyzicky atraktivní žena
– hodnoceno muži

Pohlaví (počet)	Proměnné	Rs
Muži (n=20)	Atraktivita x Důvěryhodnost	0,44
	Atraktivita x Intelligence	0,61
	Atraktivita x Dominance	0,06
	Atraktivita x Submisivita	0,23
	Atraktivita x Přátelskost	0,37
	Atraktivita x Agresivita	-0,10
	Atraktivita x Extraverze	0,46
	Atraktivita x Introverze	0,01
	Atraktivita x Odpovědnost	0,21
	Atraktivita x Sebedůvěra	0,19

Tabulka 4. Korelační matice fotografie č. 8 – hodnocení ženami

	Důvěryhodnost	Intelligence	Dominance	Submisivita	Přátelskost	Agresivita	Extraverze	Introverze	Odpovědnost	Sebedůvěra
Důvěryhodnost	1,00	0,89	0,17	-0,04	0,85	-0,55	0,33	-0,00	0,80	0,15
Intelligence	0,89	1,00	0,26	-0,09	0,63	-0,48	0,44	-0,11	0,72	0,12
Dominance	0,17	0,26	1,00	-0,40	0,03	-0,07	0,32	-0,12	-0,03	0,43
Submisivita	-0,04	-0,09	-0,40	1,00	0,05	0,12	0,06	0,01	-0,14	-0,53
Přátelskost	0,85	0,63	0,03	0,05	1,00	-0,49	0,23	0,02	0,77	0,20
Agresivita	-0,55	-0,48	-0,07	0,12	-0,49	1,00	-0,19	0,11	-0,51	-0,22
Extraverze	0,33	0,44	0,32	0,06	0,23	-0,19	1,00	-0,78	0,11	0,33
Introverze	-0,00	-0,11	-0,12	0,01	0,02	0,11	-0,78	1,00	0,09	-0,39
Odpovědnost	0,80	0,72	-0,03	-0,14	0,77	-0,51	0,11	0,09	1,00	-0,02
Sebedůvěra	0,15	0,12	0,43	-0,53	0,20	-0,22	0,33	-0,39	-0,02	1,00

Tabulka 5. Korelační matice fotografie č. 8 – hodnocení muži

	Důvěryhodnost	Intelligence	Dominance	Submisivita	Přátelskost	Agresivita	Extroverze	Introverze	Odpovědnost	Sebedůvěra
Důvěryhodnost	1,00	0,84	0,28	0,12	0,29	-0,07	0,23	0,10	0,66	0,44
Intelligence	0,84	1,00	0,41	-0,10	0,44	-0,10	0,31	-0,20	0,57	0,45
Dominance	0,28	0,41	1,00	-0,57	-0,14	0,34	0,25	-0,08	0,09	0,21
Submisivita	0,12	-0,10	-0,57	1,00	0,07	-0,24	-0,01	0,42	0,06	0,02
Přátelskost	0,29	0,44	-0,14	0,07	1,00	-0,60	0,09	-0,21	0,40	0,43
Agresivita	-0,07	-0,10	0,34	-0,24	-0,60	1,00	0,11	0,26	-0,08	-0,43
Extroverze	0,23	0,31	0,25	-0,01	0,09	0,11	1,00	-0,30	0,54	0,20
Introverze	0,10	-0,20	-0,08	0,42	-0,21	0,26	-0,30	1,00	-0,08	-0,06
Odpovědnost	0,66	0,57	0,09	0,06	0,40	-0,08	0,54	-0,82	1,00	0,46
Sebedůvěra	0,44	0,45	0,21	0,02	0,43	-0,43	0,20	-0,06	0,46	1,00

Tabulka 6.

Korelace atraktivity a charakterových vlastností **fotografie č. 15** – nejvíce fyzicky atraktivní muž – hodnoceno ženami

Pohlaví (počet)	Proměnná	rs
Ženy (n=25)	Atraktivita x Důvěryhodnost	0,56
	Atraktivita x Intelligence	0,17
	Atraktivita x Dominance	-0,01
	Atraktivita x Submisivita	-0,21
	Atraktivita x Přátelskost	0,36
	Atraktivita x Agresivita	-0,38
	Atraktivita x Extraverze	-0,01
	Atraktivita x Introverze	0,07
	Atraktivita x Odpovědnost	0,43
	Atraktivita x Sebedůvěra	0,05

Tabulka 7.

Korelace atraktivity a charakterových vlastností **fotografie č. 15** – nejvíce fyzicky atraktivní muž
– hodnoceno muži

Pohlaví (počet)	Proměnná	rs
Muži (n=20)	Atraktivita x Důvěryhodnost	0,30
	Atraktivita x Intelligence	0,39
	Atraktivita x Dominance	0,23
	Atraktivita x Submisivita	-0,38
	Atraktivita x Přátelskost	0,27
	Atraktivita x Agresivita	-0,14
	Atraktivita x Extraverze	0,22
	Atraktivita x Introverze	-0,23
	Atraktivita x Odpovědnost	0,20
	Atraktivita x Sebedůvěra	-0,01

Tabulka 8. Korelační matice fotografie č. 15 – hodnoceno ženami

	Důvěryhodnost	Intelligence	Dominance	Submisivita	Přátelskost	Agresivita	Extraverze	Introverze	Odpovědnost	Sebedůvěra
Důvěryhodnost	1,00	0,38	-0,03	-0,14	0,59	-0,53	-0,13	0,18	0,76	-0,11
Intelligence	0,38	1,00	0,12	0,28	0,27	-0,33	0,06	0,02	0,45	0,07
Dominance	-0,03	0,12	1,00	-0,41	-0,02	0,62	0,57	-0,67	-0,19	0,73
Submisivita	-0,14	0,28	-0,41	1,00	-0,04	-0,34	-0,22	0,31	0,08	-0,29
Přátelskost	0,59	0,27	-0,02	-0,04	1,00	-0,37	0,07	0,10	0,76	0,03
Agresivita	-0,53	-0,33	0,62	-0,34	-0,37	1,00	0,32	-0,37	-0,62	0,48
Extraverze	-0,13	0,06	0,57	-0,22	0,07	0,32	1,00	-0,88	-0,11	0,69
Introverze	0,18	0,02	-0,67	0,31	0,10	-0,37	-0,88	1,00	0,21	-0,64
Odpovědnost	0,76	0,45	-0,19	0,08	0,76	-0,62	-0,11	0,21	1,00	-0,09
Sebedůvěra	-0,11	0,07	0,73	-0,29	0,03	0,48	0,69	-0,64	-0,09	1,00

Tabulka 9. Korelační matice fotografie č. 15 – hodnoceno muži

	Důvěryhodnost	Inteligence	Dominance	Submisivita	Přátelskost	Agresivita	Extroverze	Introverze	Odpovědnost	Sebedůvěra
Důvěryhodnost	1,00	0,46	0,02	0,09	0,64	-0,31	0,28	-0,27	0,43	0,29
Inteligence	0,46	1,00	0,22	-0,21	0,20	-0,00	-0,18	-0,06	0,26	0,21
Dominance	0,02	0,22	1,00	-0,38	0,15	0,37	0,26	0,06	0,26	-0,01
Submisivita	0,09	-0,21	-0,38	1,00	0,14	-0,41	0,16	-0,01	-0,19	0,29
Přátelskost	0,64	0,20	0,15	0,14	1,00	-0,24	0,68	-0,43	0,48	0,21
Agresivita	-0,31	-0,00	0,37	-0,41	-0,24	1,00	0,08	0,10	0,05	-0,23
Extroverze	0,28	-0,18	0,26	0,16	0,68	0,08	1,00	-0,68	0,19	0,36
Introverze	-0,27	-0,06	0,06	-0,01	-0,43	0,10	-0,68	1,00	-0,09	-0,56
Odpovědnost	0,43	0,26	0,26	-0,19	0,48	0,05	0,19	-0,09	1,00	-0,02
Sebedůvěra	0,29	0,21	-0,01	0,29	0,21	-0,23	0,36	-0,56	-0,02	1,00

Tabulka 10.

Korelace atraktivity a charakterových vlastností **fotografie č. 9** – nejméně fyzicky atraktivní žena – hodnoceno ženami

Pohlaví (počet)	Proměnná	rs
Ženy (n=25)	Atraktivita x Důvěryhodnost	0,45
	Atraktivita x Inteligence	0,37
	Atraktivita x Dominance	0,24
	Atraktivita x Submisivita	-0,15
	Atraktivita x Přátelskost	0,10
	Atraktivita x Agresivita	0,07
	Atraktivita x Extraverze	0,37
	Atraktivita x Introverze	-0,54
	Atraktivita x Odpovědnost	0,04
	Atraktivita x Sebedůvěra	0,46

Tabulka 11.

Korelace atraktivit a charakterových vlastností **fotografie č. 9** – nejméně fyzicky atraktivní žena – hodnoceno muži

Pohlaví (počet)	Proměnná	rs
Muži (n=20)	Atraktivita x Důvěryhodnost	0,24
	Atraktivita x Inteligence	0,21
	Atraktivita x Dominance	0,46
	Atraktivita x Submisivita	0,03
	Atraktivita x Přátelskost	0,13
	Atraktivita x Agresivita	0,30
	Atraktivita x Extraverze	0,32
	Atraktivita x Introverze	-0,12
	Atraktivita x Odpovědnost	0,30
	Atraktivita x Sebedůvěra	0,48

Tabulka 12. Korelační matice fotografie č. 9 – hodnoceno ženami

	Důvěryhodnost	Inteligence	Dominance	Submisivita	Přátelskost	Agresivita	Extraverze	Introverze	Odpovědnost	Sebedůvěra
Důvěryhodnost	1,00	0,64	0,40	-0,26	0,27	-0,12	0,39	-0,32	0,51	0,17
Inteligence	0,64	1,00	0,23	-0,35	0,32	0,09	0,49	-0,37	0,45	0,32
Dominance	0,40	0,23	1,00	-0,65	-0,26	0,50	0,43	-0,36	0,01	0,40
Submisivita	-0,26	-0,35	-0,65	1,00	0,35	-0,47	-0,8	0,42	0,01	-0,20
Přátelskost	0,27	0,32	-0,26	0,35	1,00	-0,60	0,26	0,01	0,46	0,15
Agresivita	-0,12	0,09	0,50	-0,47	-0,60	1,00	0,09	-0,15	-0,35	0,11
Extraverze	0,39	0,49	0,43	-0,38	0,26	0,09	1,00	-0,75	0,21	0,29
Introverze	-0,32	-0,37	-0,36	0,42	0,01	-0,15	-0,75	1,00	-0,05	-0,39
Odpovědnost	0,51	0,45	0,01	0,01	0,46	-0,35	0,21	-0,05	1,00	0,29
Sebedůvěra	0,17	0,32	0,40	-0,20	0,15	0,11	0,29	-0,39	0,29	1,00

Tabulka 13. Korelační matice fotografie č. 9 – hodnoceno muži

	Důvěryhodnost	Inteligence	Dominance	Submisivita	Přátelskost	Agresivita	Extroverze	Introverze	Odpovědnost	Sebedůvěra
Důvěryhodnost	1,00	0,61	0,24	-0,10	0,10	-0,24	-0,06	-0,09	0,42	0,28
Inteligence	0,61	1,00	0,26	-0,03	0,50	0,19	0,20	-0,21	0,47	0,45
Dominance	0,24	0,26	1,00	-0,61	0,23	0,35	0,27	-0,36	0,24	0,62
Submisivita	-0,10	-0,03	-0,61	1,00	0,17	-0,22	-0,04	0,35	0,21	-0,14
Přátelskost	0,10	0,50	0,23	0,17	1,00	0,16	0,52	-0,30	0,37	0,42
Agresivita	-0,24	0,19	0,35	-0,22	0,16	1,00	0,05	0,03	0,09	0,15
Extroverze	-0,06	0,20	0,27	-0,04	0,52	0,05	1,00	-0,82	-0,36	0,63
Introverze	-0,09	-0,21	-0,36	0,35	-0,30	0,03	-0,82	1,00	0,21	-0,67
Odpovědnost	0,42	0,47	0,24	0,21	0,37	0,09	-0,04	0,21	1,00	0,11
Sebedůvěra	0,28	0,45	0,62	-0,14	0,42	0,15	0,63	-0,67	0,11	1,00

Tabulka 14.

Korelace atraktivity a charakterových vlastností **fotografie č. 16** – nejméně fyzicky atraktivní muž – hodnoceno ženami

Pohlaví (počet)	Proměnná	rs
Ženy (n=25)	Atraktivita x Důvěryhodnost	0,64
	Atraktivita x Inteligence	0,64
	Atraktivita x Dominance	0,47
	Atraktivita x Submisivita	-0,49
	Atraktivita x Přátelskost	0,20
	Atraktivita x Agresivita	-0,18
	Atraktivita x Extraverze	0,55
	Atraktivita x Introverze	-0,31
	Atraktivita x Odpovědnost	0,38
	Atraktivita x Sebedůvěra	0,47

Tabulka 15.

Korelace atraktivity a charakterových vlastností **fotografie č. 16** – nejméně fyzicky atraktivní muž – hodnoceno muži

Pohlaví (počet)	Proměnná	rs
Muži (n=20)	Atraktivita x Důvěryhodnost	0,77
	Atraktivita x Inteligence	0,63
	Atraktivita x Dominance	0,14
	Atraktivita x Submisivita	0,05
	Atraktivita x Přátelskost	0,45
	Atraktivita x Agresivita	-0,21
	Atraktivita x Extraverze	-0,08
	Atraktivita x Introverze	0,21
	Atraktivita x Odpovědnost	0,54
	Atraktivita x Sebedůvěra	0,04

Tabulka 16. Korelační matice fotografie č. 16 – hodnoceno ženami

	Důvěryhodnost	Inteligence	Dominance	Submisivita	Přátelskost	Agresivita	Extraverze	Introverze	Odpovědnost	Sebedůvěra
Důvěryhodnost	1,00	0,71	0,35	-0,36	0,48	-0,09	0,70	-0,54	0,50	0,55
Inteligence	0,71	1,00	0,53	-0,41	0,16	0,21	0,60	-0,46	0,39	0,48
Dominance	0,35	0,53	1,00	-0,52	0,05	0,44	0,57	-0,36	-0,07	0,68
Submisivita	-0,36	-0,41	-0,52	1,00	-0,22	0,08	-0,50	0,49	-0,26	-0,38
Přátelskost	0,48	0,16	0,05	-0,22	1,00	-0,07	0,47	-0,27	0,31	0,26
Agresivita	-0,09	0,21	0,44	0,08	-0,07	1,00	0,02	0,04	-0,35	0,16
Extraverze	0,70	0,60	0,57	-0,50	0,47	0,02	1,00	-0,83	0,22	0,71
Introverze	-0,58	-0,46	-0,36	0,49	-0,27	0,04	-0,83	1,00	-0,14	-0,44
Odpovědnost	0,50	0,39	-0,07	-0,26	0,31	-0,35	0,22	-0,14	1,00	0,19
Sebedůvěra	0,55	0,48	0,68	-0,38	0,26	0,16	0,71	-0,44	0,19	1,00

Tabulka 17. Korelační matice fotografie č. 16 – hodnoceno muži

	Důvěryhodnost	Inteligence	Dominance	Submisivita	Přátelskost	Agresivita	Extroverze	Introverze	Odpovědnost	Sebedůvěra
Důvěryhodnost	1,00	0,71	0,01	0,20	0,57	-0,25	-0,11	0,27	0,56	-0,26
Inteligence	0,71	1,00	-0,15	0,30	0,58	-0,44	-0,29	0,35	0,62	-0,05
Dominance	0,01	-0,15	1,00	-0,75	-0,12	0,76	-0,01	-0,00	-0,22	0,27
Submisivita	0,20	0,30	-0,75	1,00	0,28	-0,69	-0,13	0,24	0,22	-0,27
Přátelskost	0,57	0,58	-0,12	0,28	1,00	-0,35	-0,13	0,34	0,16	-0,20
Agresivita	-0,25	-0,44	0,76	-0,69	-0,35	1,00	-0,05	-0,12	-0,32	0,03
Extroverze	-0,11	-0,29	-0,01	-0,13	-0,13	-0,05	1,00	-0,81	-0,03	0,56
Introverze	0,27	0,35	-0,00	0,24	0,34	-0,12	-0,81	1,00	-0,11	-0,50
Odpovědnost	0,56	0,62	-0,22	0,22	0,16	-0,32	-0,03	-0,11	1,00	0,14
Sebedůvěra	-0,26	-0,05	0,27	-0,27	-0,20	0,03	0,56	-0,50	0,14	1,00