



SEMINÁRNÍ PRÁCE:
**POPULARIZAČNÍ ČLÁNEK O STUDII ATRAKTIVITA A
DŮVĚRYHODNOST**

Statistická analýza dat, PSY117

Marie Galatíková

414919

mediální studia a žurnalistika, psychologie

Vyučující: Mgr. Stanislav Ježek, Ph.D.

Datum odevzdání: 1. 5. 2013

Fakulta sociálních studií MU, 2013

Tento článek by v případě publikace byl určen ke zveřejnění na vlastním (v současné době neexistujícím) blogu, jeho čtenářstvo by představoval okruh známých (a jejich známých) – převažující by tedy byly osoby ve věkovém rozmezí 20-30 let, studující VŠ či již s ukončeným vzděláním tohoto stupně. Obsah daného blogu by byl velmi univerzální – od fotoreportáží z léta až po prezentování podobných populárně-vědných textů. V oficiálních médiích by byl použitelný jedině jako publicistika, neboť porušuje zpravodajské standardy.

Atraktivita a důvěryhodnost – mají si kde hrát?

Fenomén atraktivity má v lidském životě veledůležité místo, jelikož hraje význačnou roli v našem posuzování druhých, od kterého se pak odvíjí naše vztahy s nimi. Podle jisté teorie Roberta Cialdiniho patří mezi šest základních principů přesvědčování i „oblíbenost“ - tedy to, že lidé fyzicky atraktivní a obecně sympatičtí bývají více oblíbeni, dostávají lepší známky než ostatní žáci a následně získávají i lepší zaměstnání a požívají většího společenského vlivu.

Možnost využití (či zneužití) těchto výhod se táhne napříč veškerým lidským konáním. Což třeba když vás zastaví policie po překročení rychlosti – prominou vám šedesátku v obci anebo zaplatíte? Toť otázka. Nedalo by se to nějak zjistit?

Vědeckými metodami se po stopě atraktivity vydala studentka psychologie z Univerzity Palackého Lenka Šrámková. Jejím cílem bylo experimentálně ověřit, zda jedinec hodnocený jako nejatraktivnější (nebo naopak nejméně atraktivní) bude zároveň považován za nejvíce (či nejméně) důvěryhodného.

K testování této hypotézy bylo vybráno sto mužů, budoucích dopravních policistů. Těm byly předloženy dvě obálky s fotografiemi. V jedné byly podobenky mužů, druhá obsahovala ženské portréty. Respondenti měli za úkol fotografie seřadit nejprve podle atraktivity a pak i podle důvěryhodnosti, přičemž posuzovali zvláště dvanáct ženských a dvanáct mužských fotografií. Tyto fotografie reprezentovaly dvanáct různých typů, jež se lišily názvy typů a jim přiřazenými charakteristickými rysy (např. romantický, alternativní či intelektuální typ).

Výsledky výzkumu potvrdily pozitivní korelaci mezi přisouzenou atraktivitou a důvěryhodností jak u mužských tak u ženských fotografií. Pro mužský soubor vyšla korelace 0,538 a pro ženský 0,668. Po vyřazení fotografie, u níž rozdíl umístění přesáhl pět míst (byla hodnocena jako vysoce atraktivní, avšak zároveň jako málo důvěryhodná), se korelace ještě zvýšila – tedy vztah mezi důvěryhodností a atraktivitou byl vyšších. Statisticky se jedná o významné vztahy.

Zjištěná fakta, že spolu dvě proměnné souvisejí, ještě ovšem neznamenají, že atraktivní se rovná důvěryhodný. To ostatně dokládá i anomální pořadí následně vyřazených fotografií, které byly mimo jiné mezi fotografiemi žen i mužů typově klasifikovány jako „frajer/ka“. Spíše zjištění výzkumu naznačuje, že osoby považované za atraktivní mají určité předpoklady být hodnoceny jako důvěryhodné.

Tento výzkum Lenky Šrámkové byl koncipován jako předvýzkum. Autorka hodlá dále zkoumat vliv atraktivity a důvěryhodnosti na úsudek policistů. Těm chce v následujícím výzkumu předložit fotografie, které byly nejlépe a nejhůře hodnocené, a požádat je, aby těmto osobám vybraly trest.

Část policistů dostane fotky nejlépe hodnocených, druhá část naopak podobenky osob z nejnižších příček pořadí. Zda opravdu osoby dobře hodnocené po stránce atraktivity a důvěryhodnosti dostanou nižší tresty, se teprve ukáže. Pokud jste tedy vysoce atraktivní, ale zároveň žádní „frajeři“, stejně radši snižujte rychlost přes obce – jak ostatně káže zákon.

Popralla jste se s tím celkem hezky, je vidět, že jste se snažila neprezentovat nadbytečné informace... co mi tu ale chybí je něco trochu více, než sdělení těch korelací... zkuste ve studii najít něco, co by reagovalo na výše uvedený komentář o významu, příp. velikosti efektu, který byl zjištěn... zkuste se ještě víc věnovat tomu hlavnímu sdělení.. prosím v tomto duchu dopracujte, jinak chválím

Zdroje

Cialdini, R. (2012). *Vliv: síla přesvědčování a manipulace*. Brno: BizBooks.

Šrámková, L. (2011). *Atraktivita a důvěryhodnost*. E-psychologie [online], 5 (2-3), 9-23 Staženo 29. 4. 2013. Dostupný z WWW: <<http://e-psycholog.eu/pdf/sramkova.pdf>>.