



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-vědnych 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. Co 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 atraktivní (nebo naopak neatraktivní) bude zároveň považován za důvěryhodného (či nedůvěryhodného).

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. 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 0,5 a pro ženský 0,7. Korelace značí míru vztahu a může nabývat hodnot od mínus jedné do jedné, přičemž tyto dva póly značí nejtěsnější vztah. Průměrně odchylka v pořadí mezi atraktivitou a důvěryhodností u mužů nepřesáhla pět míst a u žen čtyři z celkových dvanácti. Po vyřazení fotografie, u níž rozdíl umístění přesáhl tyto mezní hodnoty míst (byla hodnocena jako vysoce atraktivní, avšak zároveň jako málo důvěryhodná), se korelace ještě zvýšila – tedy vztah mezi důvěryhodností a atraktivitou byl vyšší.

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 významné předpoklady být zároveň hodnoceny jako důvěryhodné a atraktivita s důvěryhodností tedy spolu souvisí.

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.

Fajn. přijímám

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>>.