



## **POPULARIZAČNÍ SDĚLENÍ**

STATISTICKÁ ANALÝZA DAT, PSY 117

**Kristýna Glozneková**  
397609, Psychologie - sociologie

Vyučující: Mgr. Stanislav Ježek, PhD.

Datum odevzdání: 28.5.2013

Fakulta sociálních studií MU, 2012/2013

## ***Jsou fyzicky atraktivní lidé posuzováni více důvěryhodně, oproti těm méně atraktivním?***

Nyní žijeme v době, kdy fyzická atraktivita pro nás sehrává velmi důležitou roli. Je totiž první informací, která se nám o člověku dostane. Důležitou roli hraje ať už při navazování kontaktů, tak dokonce i při posuzování toho, jaký člověk ve skutečnosti je. Právě tímto předpokladem se zabývá studie provedená výzkumníci Dionovou. Ta předložila účastníkům svého výzkumu fotografie sedmiletých dětí. Účastníci měli podle vzhledu dětí posoudit, s jakou pravděpodobností se tyto děti v budoucnu dopustí trestného činu. Výzkum potvrdil to, co jsme očekávali. Největší pravděpodobnost spáchání trestného činu byla sledována u dětí málo atraktivních, zatímco nízká pravděpodobnost tohoto jednání byla přítomna u dětí atraktivních. Tento výzkum nám tedy ukazuje, že fyzická atraktivita druhých lidí ovlivňuje naše posuzování jejich důvěryhodnosti.

Právě tuto souvislost se rozhodla zkoumat i Lenka Šrámková, studentka katedry psychologie Filosofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Zaměřila se tedy konkrétně na to, jaký je vztah mezi vnímanou atraktivitou člověka a jeho vnímanou důvěryhodností. Nejdříve se ptala 50 lidí na otázku: „*Kdybyste měl/a rozřídít lidi ve věkové kategorii 20 - 35 let, a to čistě podle vzhledu, jak by podle vás skupiny vypadaly a jaké by měly názvy?*“. Z těchto odpovědí pak definovala kategorie lidí s charakteristickými vzhledovými rysy. Např. „*romantický typ*“ – světlý, plavý, jemný, blond nebo „*intelektuální typ*“ – brýlatý, tmavovlasý, s ostrými rysy, s vysokým čelem. Na základě těchto kategorií následně vybrala fotografie 24 lidí – 12 mužů a 12 žen, ve věku 20-30 let. Tyto fotografie poté výzkumnice předložila 100 policistům, jejichž úkolem bylo fotografie mužů a žen seřadit sestupně podle atraktivity a podle důvěryhodnosti. Závěry výzkumu ukázaly velmi důležité zjištění. Muži a ženy, kteří byli na fotografiích hodnoceni jako nejvíce atraktivní, byli zároveň hodnoceni jako nejvíce důvěryhodní. Tudíž muži a ženy hodnoceni na nejnižších příčkách atraktivity, byli rovněž hodnoceni na nejnižších příčkách důvěryhodnosti. Výzkum tedy ukázal vztah mezi vnímanou atraktivitou a důvěryhodností jedince, který označujeme jako středně silný (u mužů korelace až 0,5) či silný (u žen až 0,7). Výjimkou byli pouze fotografie lidí typu „*frajer*“, které byly hodnoceny jako vysoce atraktivní, avšak málo důvěryhodné - tedy daná souvislost u nich neplatila. U mužů i u žen se vyskytla právě jedna taková fotografie. U všech ostatních fotografií nebyl rozdíl v pozicích mezi vnímanou atraktivitou a důvěryhodností větší než 5. Kdybychom vyloučili tyto dvě fotografie typu „*frajer*“, tak pozorovaný vztah by byl dokonce až velmi silným (korelace u mužů až 0,8; u žen až 0,9), což není v psychologii až tak běžné.

Je také důležité říct, že tato souvislost se potvrzuje i v praxi, a často ji využívá reklama či marketing. Ukazuje to např. jedna ze studií Reinharda et al., která našla souvislost mezi tím, jak fyzická atraktivita prodavačů a prodavaček ovlivňuje potencionální nakupující. Došlo k potvrzení toho, že fyzická atraktivita vyvolává větší pozitivní postoje, tudíž zvyšuje naši důvěryhodnost vůči nabízenému výrobku. Toho si můžeme sami povšimnout na různých reklamních akcích, kam jsou většinou vybráni atraktivní prodavači či prodavačky za účelem získání větší důvěryhodnosti od potencionálních zákazníků vůči předváděnému produktu.

*Práce nyní naplňuje požadavky, proto ji přijímám.*

## *Literatura*

Reinhard M. A., Messner M., Sporer S. L. (2006). Explicit persuasive intent and its impact on success at persuasion – the determining roles of attractiveness and likeableness. *Journal of Consumer Psychology*, 16 (3), 249-259.

Šrámková, L. (2011). Atraktivita a důvěryhodnost. *E-psychologie[online]*, 5 (2-3). Dostupný z WWW: <<http://epsycholog.eu/pdf/sramkova.pdf>>.