



POPULARIZAČNÍ SDĚLENÍ

STATISTICKÁ ANALÝZA DAT, PSY 117

Vendula Haraštová

414668, mediální studia a žurnalistika - psychologie

Vyučující: Mgr. Stanislav Ježek, Ph.D.

Datum odevzdání: 1.5.2013

Fakulta sociálních studií MU, 2012/2013

Popularizační sdělení, při jehož tvorbě jsem využila výzkum studentky psychologie Lenky Šrámkové, je určeno pro laickou veřejnost. Téma považuji za zajímavé především pro ženy, tudíž si myslím, že by článek mohl být publikován v nějakém časopise nebo v rubrice Žena on-line serveru Novinky.cz.

Atraktivní člověk = důvěryhodný člověk

Přitažlivost úzce souvisí s důvěryhodností člověka, jak vyplývá z výsledků výzkumných studií. Atraktivní člověk bývá považován za mnohem důvěryhodnějšího než neatraktivní.

Posuzovat člověka podle míry atraktivity je často kritizováno a považováno za velmi povrchní. Přesto se s tímto způsobem setkáváme každý den. Stačí si zapnout televizi. V každém filmu, či seriálu, jsou kladní hrdinové vyobrazeni jako atraktivní a přitažliví, zatímco záporné postavy vystupují jako neatraktivní. Samotná média nás tedy k tomuto druhu hodnocení lidí navádí a jsou důkazem, že atraktivita hraje v lidském životě důležitou roli a má vliv i na vznik sympatií. Atraktivní lidé jsou ti „hodní“ a „dobří“. Má ale atraktivita opravdu vliv na důvěryhodnost člověka?

To je otázka, kterou se zabývala studentka psychologie Lenka Šrámková ve své výzkumné studii. Cílem bylo potvrzení hypotézy, že atraktivita a důvěryhodnost spolu souvisí. Zkoumáno bylo celkem 100 budoucích policistů ve věku 20 – 35 let, kterým byly předloženy fotografie obličejů dvanácti žen a dvanácti mužů. Policisté byli vybráni proto, že právě oni jsou často vystaveni rozhodování se na základě „prvního dojmu“. Hlavním úkolem respondentů bylo seřadit subjektivně tyto fotografie nejdříve podle míry atraktivity a poté dle míry důvěryhodnosti.

Výsledek výzkumu prokázal, že míra atraktivity má vliv na důvěryhodnost člověka. Na předních místech žebříčku atraktivity se pohybovaly stejné fotografie jako na předních místech žebříčku důvěryhodnosti. Atraktivní lidé tedy působí důvěryhodněji, než neatraktivní.

Pojmy atraktivita a důvěryhodnost nejsou přesně definovány, nemají žádná striktní pravidla. Jsou velmi subjektivní, každý člověk je vnímá jinak a proto je těžké jejich zkoumání.

Výzkum vůbec nepočítá s tím, že člověk v reálné situaci neposuzuje pouze fyzickou atraktivitu druhého člověka, ale i jeho charisma, styl oblékání, držení těla, kontext celé situace a tak dále.

Ve výsledcích studie se objevily některé výjimky, kdy se fotografie umístila na předních místech atraktivity, ale na chvostu umístění důvěryhodnosti. Z toho lze usuzovat, že původní verdikt „atraktivita ovlivňuje důvěryhodnost“, nelze s úplnou jistotou vnímat jako stoprocentně pravdivý.

Druhým cílem výzkumu bylo definovat nejvíce a nejméně atraktivního muže a ženu, jejichž fotografie budou použity do dalšího výzkumu, který se bude zabývat vlivem atraktivity na posouzení člověka. Následující výzkum bude zjišťovat, zda se policisté nechávají ovlivnit přitažlivostí osoby, se kterou jednájí, anebo objektivně hodnotí pouze její prohrěšek.

Fajn, že se vám podařilo informace čtivě zredukovat a prezentovat v podstatě vše ze studie... bohužel se v tom ztrácí podstata sdělení. Taktéž úkol – prezentovat vybranou statistiku – tu bohužel není naplněn. Prosím doplnit.

Zdroje

Šrámková, L. (2011). Atraktivita a důvěryhodnost. *E-psychologie* [online], 5 (2-3), 9-23 [cit. 1.5.2013]. Dostupný z WWW: <<http://e-psycholog.eu/pdf/sramkova.pdf>>. ISSN 1802-8853.