



ATRAKTIVITA A DŮVĚRYHODNOST

STATISTICKÁ ANALÝZA DAT PSY117

Jana Vránová

415038, Psychologie – Sociální práce

Vyučující: Mgr. Stanislav Ježek, Ph.D.

Datum odevzdání: 1.5.2013

Fakulta sociálních studií MU, 2012/2013

Působí atraktivní lidé důvěryhodněji?

Fyzicky atraktivní lidé mají podle výzkumu (Fink & Penton-Voak, 2012) vyšší společenský status, vyšší sebevědomí i více přátel. Už v dětství mají hezké děti spoustu privilegií a také od svého okolí dostávají pozitivní sociální posílení.

Dva pohledy na atraktivitu

Svěřili byste své dítě ženě, která je mohutnější postavy, na první pohled ne příliš hezká, nebo spíše ženě, která vás na první pohled zaujme svou atraktivitou? Možná si říkáte, že přeci nejste tak povrchní, abyste své dítě svěřili někomu na základě jeho atraktivity, opak však může být pravdou. Ať už si to připouštíme nebo ne, naše názory na druhé lidi jsou ovlivňovány jejich zevnějškem. Pokud se zamyslíte, jistě si vzpomenete na moment, kdy jste k atraktivnímu člověku cítili určitou náklonnost, aniž by musel projevovat více svých schopností. Naopak pokud se bavíme s neatraktivním jedincem, může na nás působit nesympaticky a často si na něj vytvoříme názor pouze podle jeho tělesné schránky. Říká se, že atraktivnější lidé to mají v životě jednodušší, protože je jim spousta věcí odpuštěna díky jejich vzhledu, někdy však atraktivita může být kontraproduktivní. Pokud například přijde na pohovor velmi atraktivní žena, může na své okolí působit až nedůvěryhodně, protože stereotyp zakódovaný ve společnosti říká, že hezcí lidé si jsou své atraktivity vědomi a rádi toho zneužívají. V tomto pohovoru tedy může uspět i méně atraktivní žena, která působí důvěryhodněji.

Z výše uvedených příkladů vyplývá, že existují dva pohledy, jak nahlížet na atraktivitu. První je ten, že atraktivní jedinci se nám zdají jako důvěryhodnější, druhý naopak říká, že atraktivním lidem nemáme tolik důvěřovat, protože své postavení mohou zneužít. Jak je to ale ve skutečnosti? Tuto otázku si položila Lenka Šrámková.

Experiment dokazující vztah atraktivity a důvěryhodnosti

Lenka Šrámková, jakožto studentka psychologie na FF UP v Olomouci, provedla experiment, ve kterém zkoumala, jaký je vztah atraktivity a důvěryhodnosti. Experiment provedla na vzorku sta osob, kterým prezentovala dvě stejné skupiny fotografií, přičemž jedna skupina měla seřadit fotografie podle atraktivity jedinců a druhá skupina podle důvěryhodnosti jedinců. Poté se pokoušela zjistit, jestli existuje vztah mezi atraktivitou a důvěryhodností daných jedinců. Zda tedy lidé, kteří na nás působí atraktivně, budeme vnímat jako důvěryhodné. A jak dopadl výše zmiňovaný experiment?

Pokud tedy byl jedinec první skupinou ohodnocen jako atraktivní, tak byl se 70% pravděpodobností ohodnocen druhou skupinou jako důvěrhdný. Můžeme tedy říci, že s velkou pravděpodobností (70%) na nás atraktivní lidé působí jako důvěrhdní. Z výše uvedeného experimentu tedy vychází, že opravdu existuje nezanedbatelný vztah mezi atraktivitou a důvěrhdností. Pokud jste tedy atraktivní jedinec, máte velkou šanci, že vás bude okolí hodnotit jako důvěrhdně, pokud však nejste až tak atraktivní, nezoufejte!

Vzhled je sice důležitý, ale pokud chceme působit dobrým dojmem, nemusíme hned vypadat jako Miss 2012. Důležité je si dát záležet na úpravě zevnějšku a pracovat na osobnostních charakteristikách, které sice nejsou vidět na první pohled, ale trofnu si říct, že jsou o to důležitější – zvláště v práci a ve vztazích. Navíc není nikde definováno, co to vlastně atraktivita je a každý člověk může tedy považovat za atraktivní něco jiného.

Ojoj, tak to mě mrzí, ale tady se prezentace Vaší statistiky (resp. Pravděpodobnosti) jaksi nepotkává s tím, co bylo testováno ve výzkumu (mám na mysli korelace). Bohužel toto přepracování nemohu přijmout. Doporučuji se pořádně podívat na to, co korelace vyjadřuje...

Zdroje

Fink, B. & Penton-Voak, I. (2002). Evolutionary psychology of facial attractiveness. *Current directions in psychological science*, 11, 154-158.

Šrámková, L. (2011). Atraktivita a důvěrhdnost. *Výzkumné studie*, (5)2.