

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**  
**FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**

**Bakalářská práce**



**Jana Brejchová**

**VLIV PROFILU NA ADEKVÁTNOST  
PŘISUZOVÁNÍ OSOBNOSTNÍCH  
VLASTNOSTÍ PODLE TVÁŘE**

**Vedoucí práce: Mgr. Věra Pivoňková, Ph. D.**

**Praha, 2011**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 19. 5. 2011

.....

Podpis

## Poděkování

Na tomto místě bych velmi ráda poděkovala osobám, které mě podporovaly a bez jejichž významné pomoci by tato práce nevznikla:

- V první řadě bych chtěla poděkovat **Mgr. Věře Pivoňkové, Ph.D.** za vedení této bakalářské práce a za významnou ochotu a pomoc při provedení výzkumu, od něž se tato práce odvíjí.
- Rovněž děkuji **Miroslavu Rubešovi** za vytvoření prezentačního programu pro hodnocení fotografií.
- Dále bych chtěla vyjádřit svůj velký dík svým rodičům a rodině, kteří mě neustále podporují, jak při celém studiu, tak na cestě životem.
- Moc děkuji také všem svým přátelům, kteří mi dodávali sílu v průběhu celého studia.
- Také bych chtěla moc poděkovat všem účastníkům výzkumu za jejich ochotu, díky které jsme mohli získat výsledky interpretované v této práci.

## OBSAH

<b>Úvod</b> .....	<b>5</b>
<b><u>1. Teoretická část</u></b> .....	<b>5</b>
1.1. Fyziognomie v každodenním životě.....	5
1.2. Historie fyziognomie.....	8
1.3. Hypotéza pravdivého jádra.....	10
1.4. Model vztahu vzhled-vlastnost dle L. A. Zebrowitz.....	11
1.5. Charakteristiky tváře ovlivňující posuzování vlastností jedince.....	13
1.5.1. Atraktivita.....	13
1.5.2. Sebepodobnost, povědomost.....	17
1.5.3. Dětské rysy tváře.....	17
1.6. Studie zabývající se odvozením psychologických vlastností neznámého člověka z rysů jeho obličeje.....	19
1.7. Kompozitní fotografie.....	23
1.8. Osobnostní dotazníky.....	23
1.8.1. NEO-PI-R Big Five.....	24
1.8.2. 16 faktorový Cattellův osobnostní test.....	25
1.9. Faktory ovlivňující hodnocení vlastností.....	25
<b><u>2. Empirická část</u></b> .....	<b>26</b>
2.1. Cíl výzkumu.....	26
2.2. Hypotézy.....	27
2.3. Metodika výzkumu.....	29
<b><u>3. Analýza dat, výsledky</u></b> .....	<b>32</b>
3.1. Chybějící údaje.....	32
3.2. Shoda mezi hodnotiteli.....	33
3.3. Korelace mezi hodnocením vlastností dle tváře a výsledkem osobnostního testu.....	33
3.3.1. Asertivita.....	34
3.3.2. Dominance.....	35
3.3.3. Neuroticismus.....	35

3.4. Korelace mezi hodnocenými vlastnostmi.....	36
3.4.1. Korelační analýza hodnocené atraktivity a asertivity.....	36
3.4.2. Korelační analýza hodnocené atraktivity a dominance.....	37
3.4.3. Korelační analýza hodnocené atraktivity a maskulinity u mužů.....	37
3.4.4. Korelační analýza hodnocené atraktivity a femininity u žen.....	38
3.4.5. Korelační analýza hodnocené atraktivity a neuroticismu.....	38
3.4.6. Korelační analýza hodnocené dominance a maskulinity.....	38
<b><u>4. Diskuze</u></b> .....	<b>39</b>
4.1. Shrnutí hypotéz.....	39
4.2. Shrnutí výsledků.....	41
4.2.1. Shoda mezi hodnotiteli.....	42
4.2.2. Adekvátnost přisuzování osobnostních vlastností dle tváře.....	42
4.2.3. Vztah mezi hodnocenými psychologickými vlastnostmi a morfologickými charakteristikami.....	42
4.3. Náměty pro budoucí výzkum.....	43
4.4. Doslov.....	44
<b><u>5. Použitá literatura</u></b> .....	<b>44</b>

## Úvod

V této bakalářské práci jsem se rozhodla pojednat o souvislosti mezi osobnostními vlastnostmi lidí a vzhledem jejich obličeje. Otázkou, zda lze určité osobnostní vlastnosti odvodit na základě vzhledu obličeje, se zabývá ve velké míře nejen vědecký výzkum, ale i laická veřejnost. Schopnost *čtení z tváře* je již od doby antické až po současnost diskutovaným společenským tématem.

V předchozích studiích, které se věnovaly tomuto tématu, se zjistilo, že některé osobnostní charakteristiky lze odhadnout dokonce z pouhé fotografie tváře neznámých jedinců poměrně přesně (Zebrowitz, 1997). V souladu s těmito studiemi se snažíme rozšířit znalosti o vztahu vzhledové a povahové stránky lidské osoby a otestovat hypotézy, které jsme z dosavadních výsledků odvodili.

Již Liggett roku 1974 při svém výzkumu zjistil, že 90% vysokoškolských studentů věří, že lze podle tváře jedince odhadnout jeho charakter (Liggett, 1974). Obdobný výsledek byl zjištěn v roce 2000, kdy 75% vzorku izraelské populace (535 respondentů), připouštělo možnost, že je možné poznat povahu člověka na základě vzhledu jeho tváře (Hassin a Trope, 2000).

### 1. Teoretická část

#### **1.1. Fyziognomie v každodenním životě**

Tvář člověka je aspekt, který je velmi dobře viditelný, tudíž lze informace z něj odvozené získat velmi snadno. Obličej má důležitou funkci v sociálním životě v průběhu celého života jednotlivce a zároveň je velmi pravděpodobné, že k tomuto výlučnému vnímání tváře máme i genetické predispozice. Jak je známo, novorozenci mají vrozenou tendenci být fascinováni lidským obličejem více než čímkoli jiným (Rumsey a Harcourt, 2005).

Z tváří neznámých jedinců dokážeme správně či alespoň přibližně odhadnout několik základních charakteristik, jako je například věk či pohlaví dané osoby. Dále lidská tvář ukazuje na intelektuální, psychologickou a fyzickou zdatnost

jedince (Zebrowitz, 1997). Existují však také znaky, dle kterých bychom z obličeje člověka odvodili jeho povahové vlastnosti? Dokážeme z tváře odhadnout povahu jedince stejným způsobem, jako například usuzujeme o jeho věku?

Tvář určité osoby na nás působí vždy jako celek, ovšem určité aspekty obličeje v nás vyvolávají hodnocení. Druzí lidé na nás vždy působí nějakým dojmem a jen stěží si o někom utváříme zcela neutrální obrázek. Například někteří lidé v nás vyvolávají dojem spolehlivého člověka, avšak nedokážeme říci, co konkrétně na jejich tváři v nás tento dojem vyvolává a proč o nich tudíž takto usuzujeme. Je poměrně běžnou situací, že si dokážeme u určitého člověka na první pohled představit laskavé a vlídné chování a u jiného nikoli.

Na to, jak hodnotíme vlastnosti neznámých jedinců dle jejich zevnějšku, mají z velké míry vliv sociální stereotypy, které spojují určitý vzhled s určitými osobnostními vlastnostmi. V psychologii fenomén posuzování povahových vlastností z fyzického vzhledu značíme jako *haló efekt* (Zebrowitz, 1997). S tímto efektem se běžně setkáváme v každodenním životě. Vzhled jedince není v žádném případě jediný faktor, na který bereme při tvoření úsudku o druhém ohled. Kognitivní mechanismy, jako je například stereotypní uvažování, jsou však podstatnou částí celkového pohledu na člověka. Roku 1983 byl proveden výzkum zabývající se tím, zda dokážeme vědomě ovlivnit svoje stereotypy (Hepburn a Locksley, 1983). Subjekty uváděly, na kolik se ve svém hodnocení druhých lidí nechaly ovlivnit vlastním stereotypním přesvědčením. Ukázalo se, že dotyční správně odhadli, že se ve svých odpovědích o jednotlivcích, o nichž měli pouze minimum informací, nechali stereotypy ovlivnit. Z těchto výsledků také vyplynulo, že většina zažitých stereotypů o lidech je negativních a jejich důsledek může být škodlivý.

Ve světě kolem nás si individuálně utváříme své kategorie, dle nichž též vymezujeme ostatní jedince a sami sebe (Macrae a Bodenhausen, 2000). Světu kolem nás rozumíme prostřednictvím kategorických reprezentací. Druhé řadíme do různých sociálních kategorií, například do kategorie pohlaví či do věkové kategorie. Kategorické uvažování je plastické, což je velmi klíčové, neboť nás chování ostatních lidí může v mnohých případech překvapit. Pokud nedokážeme

jedince zařadit do již námi vytvořené kategorie, vytvoříme kategorii novou. Tímto *škatulkováním*, k němuž máme přirozenou tendenci, v podstatě dáváme vzniknout společensky sdíleným stereotypům. Na první pohled máme od druhých jedinců určitá očekávání a následně si všímáme, zda jejich chování zapadá do námi utvořeného rámci či nikoli. Jedná se o informace, jež jsou v souladu s naším stereotypním očekáváním. V případě, že reagujeme na určitý podnět konkrétním způsobem, budeme mít tendenci reagovat stejně i na podněty podobné. Tento fenomén, označovaný jako *zobecnování (generalization)* (Rhodes a Zebrowitz, 2002), nám ve skutečnosti pomáhá k tomu, abychom mezi různými podněty dokázali rozlišovat.

Člověk často hodnotí druhé tak, že je porovnává se sebou. Tato *předpokládaná podobnost (assumed similarity)* tedy značí tendenci posuzovat ostatní jako by byli podobní nám (Beer a Watson, 2008). Tento jev popsal Cronbach roku 1955 a též prohlásil, že k lidem nám podobným se chováme více společensky (Cronbach, 1955). V řadě výzkumů bylo dokázáno, že partneři či manželé jsou si podobní v povahových vlastnostech (Watson a kol., 2000; Little a kol., 2006). Má se za to, že efekt tohoto fenoménu bude nejvyšší při hodnocení vlastností, které jsou méně viditelné, například spíše u neuroticismu než extroverze. Další zmíněný fenomén, *Implicitní teorie osobnosti (Implicit Personality Theories)*, vysvětluje, že lidé mají představu o tom, v jakém vztahu jsou určité psychologické rysy člověka a mohou dle jednoho rysu odvozovat i informace o dalších (Beer a Watson, 2008). Tento fenomén předpokládá, že lidem jsou vlastní určité domněnky o tom, v jakém vztahu jsou psychologické vlastnosti a fyzické rysy člověka. Tyto domněnky nám pak pomáhají zjednodušit život uvnitř lidské společnosti.

Velmi na nás působí i mimické výrazy tváře, které vypovídají mnohé o pocitech jedince a naznačují i jeho psychologické nastavení. Z každodenních situací i vědeckých výzkumů jednoznačně vyplývá, jak velký vliv má na hodnocení druhých například úsměv člověka. Je zcela evidentní, že úsměv má pozitivní efekt na posuzování osobnostních rysů lidí (Mehu a kol., 2008). Usmívající se lidé byli hodnoceni jako zdravější, příjemnější, extrovertnější a konkurence schopnější než jedinci s neutrálním výrazem ve tváři. Pokud někdo



používá mnoho výrazových prostředků, například úsměv, budeme ho zřejmě považovat spíše za osobu společenskou

Na druhých lidech si samozřejmě nevšímáme pouze rysů obličeje, ale náš dojem utváří i vnímání kulturních prvků, kterými lidé upravují svůj vzhled např. styl odívání, úprava účesu a vousů, používání kosmetických přípravků a líčení, nejrůznější doplňky (šperky, brýle, piercing) a v menší míře i zákroky plastické chirurgie.

Svět, v němž žijeme je v podstatné míře utvářen obecnými názory ohledně toho, co je správné a hezké. Média, především televize a časopisy, nám každodenně sdělují, jak bychom měli vypadat a jaký zvolit životní styl, abychom byli šťastni a zapadali co nejlépe do naší společnosti. Pokud vidíme v průběhu televizního vysílání téměř výhradně atraktivní, milé a usměvavé jedince, budou nám tyto vlastnosti připadat v populaci naprosto běžné. Podvědomě nám je tímto způsobem vštěpován pohled na celou škálu oblastí lidského života a to je právě důvodem, proč se ve svých stereotypních názorech na druhé lidi shodujeme.

Je zajímavé si uvědomit, že i vzhledu herců se využívá a manipuluje se s ním při ztvárnění určité filmové postavy. Obsazování do filmových rolí či do reklamy spočívá v jejich vhodnosti ztvárnit určité charakteristické rysy. Souvislost vzhledu s jimi představovanou povahou je naprosto klíčová. Jak je řečeno v knize *Facial Attractiveness*: „Tom Hanks by nemohl ztvárnit přitažlivého Jamese Bonda, navzdory jeho všestrannosti jakožto herce.“ (Rhodes a Zebrowitz, 2002).

## **1.2. Historie fyziognomie**

Souvislosti mezi vzhledem jedince a jeho povahovými vlastnostmi se věnovali již myslitelé v době antické. Lidová nauka, která se zakládá na názoru, že obličej člověka odráží jeho osobnost, se nazývá fyziognomie. Tato věda vznikla asi 400 let před naším letopočtem a přetrvává až do současnosti. Ve starověkém světě se věřilo, že vzhled jedincovy tváře odráží jeho duši, přičemž se na duši a tělo pohlíželo jako na jednotu.

Hippokratický spis „O lidské přirozenosti“ uvádí, že lidské tělo obsahuje čtyři základní živly, krev, hlen, žlutou žluč a černou žluč (Blažek a Trnka, 2008). Filosof Galén od těchto živlů odvodil čtyři druhy temperamentu dle toho, v jaké míře jsou u jedinců zastoupeny tyto čtyři živly. Rozlišil čtyři typy osobnosti: sangvinik, choleric, melancholik a flegmatik. Tato nauka je považována za první pokus o typologii člověka.

Nejznámějším myslitelem, jenž pojednával o vztahu vzhledu tváře a povahy lidí, byl v antické době Aristoteles. V díle „Fysiognomika“, které je mu připisováno, přirovnává povahu jedince například k povaze určitého zvířete a to dle zastoupených rysů a výrazů v obličejí. Tato teorie o připodobňování člověka k určitému zvířeti, s nímž sdílí určitou fyzickou a tudíž i duševní podobu, byla v antické době velmi rozšířená.

Ve středověku a renesanci byla fyziognomie spojena s astrologií a učením o signaturách. V Čechách se učení o signaturách věnoval Tadeáš Hájek z Hájku (1525-1600), který zkoumal lidské vrásky v obličejí, a to především na čele (metoposkopie). Tyto vrásky měly souvislost s planetami známými v tehdejší době. Na Aristotelovu metodu srovnávání fyzických a psychických rysů lidí a zvířat navázal v renesančním období Giambattista Della Porta.

Nejvýznamnějším pokračovatelem fyziognomie se stal v 18. století Švýcar Johann Kaspar Lavater, který též dával do souvislosti vzhled člověka s jeho povahou. Lavater popisuje jak povahu, tak fyzické znaky zvířat a porovnává tyto aspekty s duševními vlastnostmi lidí. Největší zájem věnoval profilu obličejí, k jehož snímání zhotovil speciální zařízení. Ve svých závěrech si byl velmi jistý a snažil si fyziognomii uplatnit především v oblasti soudní praxe. Tuto myšlenku poté rozpracoval Cesaro Lombroso (1835-1909) ve své teorii vrozeného zločince.

Počátkem 19. století vystřídala Lavaterovu fyziognomii frenologie, kterou založil Franz Joseph Gall (1758-1828). Zajímal se o vztah mezi tvarem lebky zvířat a lidí a jejich duševními funkcemi. Hlavní zájem, který byl dosud kladen na obličejovou část hlavy, se nyní soustředil na mozkovnu. Známa je Gallova frenologie (kraniologie), které se dostalo velkého uznání. Honoré Daumier, který byl francouzským mistrem karikatury v 19. století, vycházel při své práci právě z

fyzionomie. Rozlišoval znaky obličeje dle určitých společenských typů lidí, např. právníky, bankéře či politiky.

Ve 20. století se v oblasti typologie výrazně proslavil německý psycholog Ernst Kretschmer (1888-1964). Ve své teorii rozlišil tři druhy tělesné konstituce (astenik, atletik a pyknik), přičemž byl každý z těchto typů spjatý s určitými typickými povahovými rysy a i typickým tvarem obličeje. Na závěr je nezbytné zmínit Norberta Fabiána Čapka (1870-1942), který ve svém titulu „Typologie“ rozebírá především fyzické rysy tváře člověka a uvádí jejich možný vztah k povaze člověka.

### 1.3. Hypotéza pravdivého jádra

Dle výsledků z velkého množství výzkumných prací, jež se zabývaly tématem správného odhadnutí osobnostních charakteristik z tváře člověka, byla vyvozena *hypotéza pravdivého jádra (kernel of truth hypothesis)*, která říká, že dojmy odvozené z rysů tváře mohou mít určitou validitu, tudíž lze dle nich částečně posoudit skutečnou povahu jeho nositele (Berry a Wero, 1993). Tato teorie zdůrazňuje adaptivní povahu vnímání určitých fyzických rysů, které odkazují na psychiku jedince.

*Hypotéza kulturních stereotypů* naproti tomu neposuzuje rysy obličeje z hlediska adaptace, ale veškeré souvislosti mezi vzhledem a posuzovanými vlastnostmi vidí jako vliv kulturních stereotypů. Tato hypotéza však nedostatečně objasňuje původ vztahu mezi fyzickým vzhledem a povahovými vlastnostmi (McArthur, 1982).

V současnosti je potřeba hledět na tuto problematiku z perspektivy obou těchto hypotéz, jelikož každá z nich má svá oprávnění. To, jak vypadáme, je jistě z velké míry ovlivněno geneticky, na druhou stranu na nás však neustále působí kultura. Biologická i kulturní složka byly v minulosti často stavěny do protikladu, ovšem dnes již není pochyb, že existence člověka spočívá v kombinaci těchto faktorů, které nás celý život ovlivňují.

Vztah fyzického vzhledu a povahy jedince je obousměrný a jak uvádí Hassin a Trope, kromě *čtení z tváře* můžeme hovořit i o *čtení do tváře* (Hassin a Trope,

2000). Zatímco *čtení z tváře* znamená, že dle tváře druhého člověka odhadujeme jeho povahu, *čtení do tváře* značí, že poznáním jedinceva chování začneme pohlížet odlišně i na jeho tvář.

Otázkou, do jaké míry se shodují přisuzované vlastnosti od druhých se skutečnou povahou člověka, se zabývala již řada výzkumů. Bylo zjištěno, že při odvozování vlastností jedince z tváře existuje poměrně velká shoda mezi hodnotiteli (Zebrowitz, 1997). Otázkou poté zůstává, do jaké míry jsou tato hodnocení správná? Tímto výzkumem se nejvíce zabývá Penton-Voak, Pound, Little a Perrett. Nejznámější odborníci věnující se problematice odvozování osobnostních charakteristik z tváře jedince je však L. A. Zebrowitzová, která revidovala dosavadní informace o tomto tématu ve své knize *Reading Faces* (1997).

#### **1.4. Model vztahu vzhled-vlastnost dle L. A. Zebrowitz**

Existují čtyři možné modely, jak mohou být vzhled a povaha jedince ve vzájemném vztahu. Nemůžeme označit jedno z vysvětlení jako jediné správné, neboť nejpravděpodobněji působí více faktorů zároveň.

První možným vysvětlením vztahu mezi vzhledem jedince a jeho povahovou stránkou je působení biologického faktoru na tyto obě složky. Jedná se především o vliv biologických faktorů, které by zapříčinily jak vzhled tváře jedince, tak jeho osobnostní charakteristiky. Příkladem mohou být například výzkumy, které zkoumají souvislost mezi hladinou pohlavních hormonů v krvi a povahou jedince. Velmi často se zkoumá, jak souvisí hladina testosteronu v krvi s dominancí mužů (Mazur a Booth, 1988) a žen (Grant a France, 2001).

Druhou pravděpodobnou souvislostí je vliv stejného faktoru prostředí na fyzický vzhled i vlastnosti jedince. Tento předpoklad souvisí především se skutečností, že člověka z velké míry ovlivňuje prostředí a společnost lidí v jeho každodenním životě. Nejvíce se nás ovlivňuje naše rodina a nejbližší přátelé. Ukázalo se, že soužitím dvou partnerů či manželů jsou si oba jedinci podobnější jak ve své povaze, tak svým vzhledem (Little a kol., 2006). Každý jedinec se

vymezuje v rámci jedné či více společností, které se zpravidla vyznačují určitým druhem chování, povahy, vzhledu či názory.

Dalším možným pojátkem mezi vzhledem a osobnostními charakteristikami jedince může být skutečnost, že změny v povaze člověka mohou zapříčinit změny jeho vzhledu. Častým zapojováním určitých obličejových svalů při vyjadřování pocitů se nám ve tváři tvoří vrásky, které poukazují na nejčastěji používané výrazy obličeje, a tudíž naznačují naši povahu. Každá tvář jedince s neutrálním výrazem v nás vyvolá určitým způsobem odlišný dojem a tento fakt by měl mít s přibývajícím věkem pozorované osoby stoupající tendenci. V souvislosti se změnou v povaze jedince, která vyvolá změnu vzhledu, bývá často zmiňován *efekt Doriany Graye*, který nese název dle románu Oscara Wilda. V tomto románu se portrét Doriany Graye mění dle změn v jeho chování. Takový jev může být přímým důsledkem vlivu chování na vzhled člověka, nebo může ještě dále souviset s určitými vlivy prostředí. Pokud se například odvážný jedinec rozhodne angažovat se v boxu, bude to mít jistě vliv i na jeho vzhled. Stejně tak může naivní osoba díky svému chování podpořit dětské rysy ve tváři, pokud se bude například často usmívat. Dalším možným vlivem osobnosti na vzhled jedince může být *rafinovaný efekt (artifice effect)*, kdy by vznikl vzhled osoby nesouladný s její povahou. Příkladem může být lhář, který by se díval druhým do očí a usmíval se. Každý máme možnost svým vzhledem zprostředkovávat druhým lidem jak pravdivé, tak klamné informace o své osobě, což můžeme považovat za velkou výhodu v mnoha životních situacích.

Čtvrtou možností je, že různý vzhled způsobí vznik různých osobnostních vlastností. Existují dva možné způsoby, jak může jedince utvářet svůj vzhled. V prvním případě hovoříme o *sebeplnňujícím se proroctví (self-fulfilling prophecy)*, což znamená, že se budeme chovat v souladu s tím, jak nás dle našeho vzhledu posuzují druzí. Pokud nás například bude někdo odhadovat jako spolehlivého člověka, můžeme mít tendenci se dle tohoto očekávání chovat a snažit se tento názor podpořit. Již v mnoha výzkumech se například potvrdilo, že atraktivní dospělí a děti jsou v mnoha ohledech úspěšnější právě proto, že na ně jako na úspěšnější pohlížejí druzí (Dion a Berscheid, 1974). Druhou možností je *sebevyvracující se proroctví (self-defeating prophecy)*, dle něhož vyvineme

chování protichůdné k tomu, které nám dle našeho vzezření druhí připisují. Může se například jednat o situaci, kdy na své okolí díky svému vzhledu působíme důvěryhodně, a právě proto se rozhodneme rozvíjet protikladné, tudíž klamavé chování a využít tak svůj vzhled k podvodným činům. Další situací může být situace, kdy na nás druhí pohlížejí jako na naivní osobu, avšak my se budeme snažit zbavit se naivity a nakonec se staneme méně naivními než mnozí jedinci, kterým bychom dle vzezření naivitu nepřipisovali. Příkladem mohou být výsledky výzkumu z roku 1998, kdy došlo ke zjištění, že chování mladistvých mužů s vysokou mírou dětskosti tváře se odlišovalo od chování očekávaného druhými lidmi. Tito jedinci byli dle svého vzhledu posuzováni jako vřelí a slabí jak po fyzické, tak i po sociální a intelektuální stránce, což ve skutečnosti neodpovídalo jejich skutečné povaze a chování (Zebrowitz a kol., 1998).

## **1.5. Charakteristiky tváře ovlivňující posuzování vlastností jedince**

### **1.5.1. Atraktivita**

Jeden z faktorů, který významně ovlivňuje tvorbu našeho úsudku o druhých, je atraktivita. Přestože neexistuje jednoznačná definice atraktivity, ukazuje se, že lidé se v posuzování atraktivity mezi-kulturně shodují (Rhodes a Zebrowitz, 2002).

Tendence přisuzovat atraktivním jedincům pozitivnější vlastnosti je nad míru zřetelná z mnoha dosavadních výsledků výzkumu (Dion a kol., 1972; Clifford a Walster, 1973; Berry a McArthur, 1985; Albright a kol., 1988; Kanazawa a Kovar, 2004; Meier a kol., 2010). Vždy se potvrdil dalekosáhlý vliv atraktivity na nejrůznější oblasti lidského života, ať už se jedná o pracovní prostředí či osobní život jedince. Díky atraktivitě jsou lidé zvýhodňováni jak v mezilidských vztazích, v zaměstnání, při soudním řízení či při získávání zdravotní péče.

*Haló efekt atraktivity* je velmi významným činitelem při tvoření našeho úsudku o druhých lidech (Zebrowitz, 1997). Tento fenomén popisuje tu skutečnost, že připisujeme jedincům, kteří nám připadají atraktivní, pozitivní

vlastnosti (Berry a Zebrowitz-McArthur, 1988). Dion a kol. roku 1972 zjistili, že lidé přisuzují neznámým jedincům, kteří jim připadají atraktivní *společensky žádoucí* osobnostní charakteristiky (například vřelost) v daleko větší míře než neatraktivním jedincům (Dion a kol., 1972). V tomto a mnoha následujících výzkumech se potvrdilo stereotypní uvažování „Co je hezké, to je dobré“. Je zcela evidentní, že při hodnocení osobnosti či schopností atraktivních lidí používáme pozitivní stereotypy (Warner a Sugarman, 1986).

Albrightová a kol. odhalili, že atraktivita ovlivňuje hodnocení pouze u určitých povahových vlastností. Atraktivita měla v tomto případě vliv především na tři znaky z celkových deseti, a to na společenskost, hovornost a srdečnost (Albright a kol., 1988). S tímto zjištěním souvisí důkazy pro to, že atraktivnější jedinci jsou opravdu více společenší než ti neatraktivní (Meier a kol., 2010). Pravděpodobně nás nepřekvapí skutečnost, že již mnoho studií ukázalo na skutečnost, že se raději sdružujeme s atraktivními, než s neatraktivními jedinci.

Little a kol. roku 2006 zjistili, že platí nejen pořekadlo „Co je hezké, to je dobré“, ale potvrdili i platnost hesla „Co je dobré, to je hezké“ (Little a kol., 2006). Ti, kdo mají žádoucí/atraktivní vlastnosti, se nám zdají být atraktivní i ve tváři.

Existuje také obecná tendence hodnotit atraktivní jedince jako inteligentnější než neatraktivní. Tento předpoklad byl potvrzen v mnoha studiích. Většina výzkumů považovala tuto domněnku pouze za společenský stereotyp. Kanazawa a Kovar si však položili otázku, zda se jedná pouze o stereotyp, nebo zda jsou doopravdy krásní lidé inteligentnější. Tento možný vztah pak vysvětlili existencí čtyř předpokladů. Zaprvé, inteligentnější muži dosáhnou s větší pravděpodobností vyššího statusu než ti méně inteligentní. Zadruhé, tito úspěšnější muži budou mít zřejmě krásnější partnerky než jedinci s nižším společenským postavením. Třetí a čtvrtý bod říká, že jak inteligence, tak krása, je dědičná (Kanazawa a Kovar, 2004). O každém z těchto předpokladů existují doklady dle výsledků dřívějších výzkumů.

Vliv atraktivity na hodnocení povahy jedince se zkoumal i v oblasti politiky. Můžeme například zmínit výzkum z roku 2007, který již dle vzoru dříve provedených výzkumů potvrdil skutečnost, že samotný vzhled tváře jedince

dokáže předpovědět úspěch kandidáta ve volbách. Atraktivita měla v tomto případě podstatný vliv na posuzování vlastností druhých lidí a zvyšovala hodnocení společensky žádoucích vlastností (Little a kol., 2007).

Zda jsme či nejsme atraktivní, pro nás má své důsledky již v dětství a školním věku. Toto zjištění vyšlo najevo již v roce 1973, když se zkoumal vliv prvního dojmu učitele z dítěte na jeho budoucí očekávání a budoucí chování vůči němu (Clifford a Walster, 1973). Učitelův pohled na dítě je formován posouzením jeho studijních výsledků, ale také z jeho fyzického vzhledu. Z výsledků vyplynulo, že atraktivita dětí byla velmi výrazně spjata s očekáváním učitele v mnoha směrech. Míra atraktivity dítěte určovala očekávání ohledně jeho inteligence, o tom, do jaké míry se o jeho vzdělání zajímají rodiče, s jakou pravděpodobností bude ve výuce dělat pokroky a také, nakolik bude oblíbené svými spolužáky.

Roku 1988 se experimentálně ověřovalo, zda i děti používají stereotyp atraktivity, pokud hodnotí své vrstevníky (Adams a kol., 1988). Tento předpoklad se v této studii potvrdil.

Dále se dle mnoha výsledků experimentů ukazuje, že preference pro atraktivní tváře máme již od narození (Ramsey a kol., 2004). Již kojenci ve věku šesti měsíců dokázali rozlišit atraktivní a neatraktivní tvář jako dvě odlišné kategorie. Koncem prvního roku života už děti reagují pozitivněji jak na atraktivní lidi, tak i atraktivnější předměty (Langlois a kol., 1990).

Mnoho výzkumníků se snažilo zodpovědět otázku, proč se nám některé tváře zdají atraktivní a jiné nikoli. Existuje několik faktorů, které atraktivitu obličeje ovlivňují. Mezi ně patří zejména symetrie obličeje, pohlavně dimorfní znaky ve tváři a průměrnost obličeje (Rhodes, 2006). V lidské populaci by měly být tyto znaky upřednostňovány již s ohledem na jejich biologický základ. Často se vede diskuze na téma, zda atraktivita do určité míry skutečně odráží zdravotní stav jedince a zda právě tyto výše zmíněné tři faktory naznačují kvalitu partnera.

Pojem průměrnost obličeje nevyjadřuje průměrnou, nejběžnější tvář v populaci, ale zprůměrování znaků z tváří více jedinců. Zprůměrování několika obličejů poprvé provedl roku 1879 Francis Galton, když se chtěl dozvědět, zda má určitá skupina lidí své specifické znaky ve tváři (Rhodes a Zebrowitz, 2002;



Galton, 1879). Tehdy vytvořil například kompozitní fotografii tváře zločince. Krátce nato došel ke zjištění, že jsou zprůměrované tváře atraktivnější než tváře jednotlivé. Čím více jsou tváře průměrné, tím méně jsou osobité, zato však bývají hodnoceny jako atraktivnější. V druhé polovině 20. století se výzkumu o vztah mezi průměrným obličejem a atraktivitou začala věnovat velká pozornost. Pokud průměrné obličeje odrážejí partnerskou kvalitu a zdravotní vztah, měli by být lidmi preferovány.

Výzkumy zabývající se atraktivitou obličeje se také zaměřují na vztah atraktivity tváře s její symetrií. Má se za to, že symetrie obličeje odráží partnerskou (genetickou) kvalitu a je proto viděna jako atraktivní znak tváře (Rhodes, 2006; Rhodes a Zebrowitz, 2002; Thornhill a Gangestad 1999; Alley a Cunningham, 1991). Pound se svými kolegy se věnovali souvislosti mezi symetrií obličeje a osobnostními charakteristikami z dimenzí, které zahrnuje dotazník NEO-PI-R Big Five (Pound a kol., 2007). Nalezli pozitivní korelaci zejména mezi symetrií tváře a extroverzí probanda, avšak naopak negativní korelaci mezi symetrií tváře a příjemností i otevřeností zkušenostem.

Ženské i mužské rysy obličeje se vytváří pod vlivem působení pohlavních hormonů během ontogenetického vývoje. Sexuální dimorfismus je zřejmě také jedním ze signálů, které poukazují na kvalitu partnera. Maskulinní znaky ve tváři mužů mohou značit dobré zdraví a dobrý imunitní systém (Thornhill a Gangestad, 1999). Tyto rysy by měly také vypovídat o dominanci člověka a společenském statusu, jež zvyšují hodnotu mužů na partnerském trhu (Buss, 1989). Z těchto důvodů by měly být preferovány maskulinní znaky ve tváři mužů a naopak femininní rysy na ženské tváři.

Doklady o souvislosti atraktivity obličeje se zdravotním stavem jedince byly již v mnoha studiích potvrzeny (Kalick a kol., 1998; Grammer a Thornhill, 1994; Shackelford a Larsen, 1999). Zároveň se však v některých výzkumech vztah atraktivity se zdravotním stavem jedince nepotvrdil (Zaidel a kol., 2005). Shackelford a Larsen například objevili, že některé složky zdravotního stavu významně korelují s atraktivitou obličeje (Shackelford a Larsen, 1999). Zaidel a kolektiv v roce 2005 porovnávali ve třech experimentech souvislosti mezi atraktivitou tváře, symetrií obličeje a zdravím jedince (Zaidel a kol., 2005).

Symetrie obličeje a jeho atraktivita spolu příliš nekorelovaly, zatímco zdraví jedince a symetrie obličeje korelovaly. Evidentně se zde tedy nepotvrdila souvislost mezi atraktivitou tváře a zdravím jedince.

V dnešní době máme také mnoho prostředků, jak naši atraktivitu podtrhnout. Proto, abychom se druhým líbili, nejčastěji používáme kosmetiku a nejrůznější doplňky (šperky, brýle).

### 1.5.2. Sebepodobnost, povědomost

Často se ukazuje, že podobnost pozorovatele a hodnotitele může mít výrazný vliv na výsledky hodnocení neznámé osoby. Těmto výzkumům se intenzivně věnuje Lisa M. DeBruine ze skotské univerzity *University of St Andrews*. Tváře podobné hodnotiteli (kompozitní snímek obsahující tvář hodnotitele) jsou považovány za známější a krásnější, a to především v případě tváře stejného pohlaví jako je hodnotitel (DeBruine, 2002).

Lidé všeobecně připisují známým (povědomým) tvářím pozitivnější vlastnosti (například důvěryhodnost) a považují je za krásnější (DeBruine, 2002). Atraktivnější tváře jsou zároveň hodnoceny jako povědomější.

### 1.5.3. Dětské rysy tváře (babyface)

Dalším faktorem, který na nás při hodnocení druhých může působit a následně ovlivnit náš názor, jsou dětské rysy tváře. Tvář nesoucí tyto znaky, označovaná anglickým termínem *babyface*, je typická pro dítě, ale u některých lidí přetrvávají dětské rysy i do dospělosti. Jedná se především o znaky, jako jsou: kulatější obličej, větší a kulatější oči, buclaté tváře, výše položené a tenké obočí, menší nos (u žen obvykle konkávní profil), vyšší čelo a menší brada (Berry a Zebrowitz-McArthur, 1988; Zebrowitz, 1997).

Etolog Konrád Lorenz hovořil o *dětském schématu* (baby-face), kdy se zaměřoval na souvislost dětských rysů u jedince a způsobu chování, které v ostatních jedincích vyvolává (Zebrowitz, 1997). Svoji teorii odvíjel od myšlenky, že mláďata živočichů mají všeobecně typické morfologické znaky,

kteřé u druhých jedinců instinktivně spouštějí pečovatelské a opatrovnícké chování. Dětské znaky tváře mají svého nositele chránit před agresivními reakcemi ostatních.

Mít tvář s dětskými rysy může pro svého nositele znamenat četné důsledky v jeho společenské interakci (Berry a Zebrowitz-McArthur, 1988; Zebrowitz a Montepare, 1992). Lidem s dětskými rysy ve tváři jsou obvykle připisovány vlastnosti typické pro děti, jako je například naivita, čestnost, laskavost, vřelost, submisivita, pravdomluvnost, důvěryhodnost, menší společenská samostatnost a fyzická slabost (Zebrowitz a Montepare, 1992; Masip a kol., 2004; Berry a McArthur, 1985; Zebrowitz a Montepare, 1992). Tento stereotyp pochází ze skutečnosti, že se nám obvykle děti zdají být nesamostatné, bezmocné, zranitelné a velmi roztomilé, tudíž se dle této představy chováme opatrovnícky i k dospělým jedincům nesoucím dětské znaky. Jedná se o důsledek zobecňování dětských rysů ve tváři a jejich spojování s typicky dětským chováním, tzv. *babyface overgeneralization effect* (Masip a kol., 2004).

Zda bude nositel dětských rysů ve tváři skutečně oplývat zmíněnými dětskými vlastnostmi, závisí do určité míry na tom, zda se u něj uplatní sebenaplňující se proroctví či naopak sebevyvracející se proroctví. Ve třech studiích z roku 1998 byla podpořena hypotéza, že mladiství muži s dětskými rysy tváře se svým chováním snaží kompenzovat očekávání druhých lidí. Zatímco druzí od nich očekávali vřelou a slabou povahu, jak v oblasti studijních úspěchů, společenské i fyzické, mladiství se s tímto chováním neztotožňovali. Nejenže dosahovali ve srovnání s jejich vrstevníky s dospělými rysy tváře vyšších úspěchů na akademické půdě, ale také se ani nepotvrdil předpoklad, že by se měli chovat vřeleji a být více společenští (Zebrowitz a kol., 1998).

Dětskost či naopak dospělost určitých tváří a objektů lze významně uplatnit například v oblasti filmu a reklamy. Některé objekty či figurky budeme mít v oblíbenosti už jen díky jejich dětskému vzhledu. Jako příklad můžeme uvést plyšové medvídky, kteří jsou po celém světě oblíbeni právě pro svou roztomilost (Zebrowitz, 1997).

## 1.6. Studie zabývající se odvozením psychologických vlastností neznámého člověka z rysů jeho obličeje

Na téma přisuzování psychologických vlastností lidí dle vzhledu jejich tváře bylo sepsáno již mnoho studií. Design zvolený pro výzkumy zabývající se touto otázkou se v průběhu let různil. Tyto výzkumy však nejčastěji používaly metodu *zero-acquaintance* (nulová znalost), kdy osobnostní charakteristiky lidí posuzovali jedinci, kteří hodnocené osoby neznali a měli o nich jen omezené množství informací (Albright a kol., 1988).

Studie používající metodu *zero-acquaintance* dokazují, že hodnocení některých povahových rysů bylo ve shodě s výsledkem osobnostního testu hodnocených osob (např. Shevlin a kol., 2003; Albright a kol., 1998). Podmínky a stimuly zvolené pro tento výzkum se různily, avšak vždy měl hodnotitel k dispozici buď video nahrávku probanda, fotografii jeho tváře či mu byla umožněna přímá interakce.

Při provedených výzkumech týkajících se této tematiky se setkáváme také s označením *thin slices* (tenké plátky), kterým se značí krátká videa (se zvukem či bez zvuku). Jedinec v tomto případě hodnotí osobu sedící ve stejné místnosti a dívá se na ni v jednosměrných zrcadlech. Mezi studiemi fyziognomie obličeje a touto metodou existují však dva hlavní rozdíly. Formou *thin slices* zkoumáme lidské chování, zatímco experimenty v oblasti fyziognomie obličeje zkoumají efekt stabilních znaků ve tváři. Z výsledků získaných užitím *thin slices* máme sice velké množství informací, avšak nemůžeme zjistit, na čem zakládají hodnotitelé svůj úsudek (zda se jedná o hodnocení obličeje, postavy či chování probandů). Pohled fyziognomie tváře nám dle paradigmatu *nulové znalosti* poskytuje z tohoto hlediska bohaté zdroje dat (Hassin a Trope 2000).

Některé výzkumy se naopak zaměřovaly na posuzování osobnostních charakteristik z tváří lidí, kteří se již s probandy znali (John a Robins, 1993; Funder a kol., 1995; Cooper a Hamlin, 2005).

Výzkum otázky, zda se více lidí shodne ve svém názoru na druhé jedince, započal již v roce 1924 (Albright a kol., 1988). Cleeton a Knight zkoumali vzájemné hodnocení vlastností a intelektu jedinců, kteří se již znali, a našli

známky shody v jejich hodnocení. Když se následně stejný výzkum provedl mezi lidmi, kteří se neznali, opět se našla shoda mezi hodnotiteli. Následně se autoři snažili dát tyto výsledky do souvislosti s geometrií lidského obličeje, ovšem hodnocení nekorelovala s měřenými rysy obličeje a hlavy.

Na tento výzkum navázal Passini a Norman, kteří též zkoumali shodu mezi hodnotiteli v hodnocení neznámého jedince (Passini a Norman, 1966). Největší shoda hodnotitelů byla nalezena u vlastnosti extroverze a svědomitost. Následně se začala posuzovat správnost odhadnutých hodnocení obličeje probandů a to tím způsobem, že se porovnal výsledek hodnocení určité osoby s výsledkem osobnostního dotazníku, který proband vyplnil. Lidé posuzovali častěji správně skutečné vlastnosti osob, které již znali, ovšem i při hodnocení neznámých osob byla správnost častější než by bylo náhodné.

Warnerová a Sugarman poté zkoumali, jak budou neznámí jedinci posuzovat probandy dle vzhledu jejich tváře, stylu řeči a rukopisu (Warner a Sugarman, 1986). Výsledky naznačily, že každý z těchto tří zdrojů informací poskytuje informace o jiné dimenzi lidské povahy. Celý výzkum probíhal bez přímé interakce mezi hodnotiteli a probandy.

Výzkum Albrightové a kol. (1988) probíhal formou přímé interakce mezi účastníky výzkumu, kde každý účastník působil jako hodnotitel a zároveň i jako objekt hodnocení. Hlavním cílem bylo zjistit, jak se budou hodnotitelé shodovat ve svém hodnocení druhých. Největší shoda se ukázala být pro vlastnost společenskost (extroverze) a zodpovědnost (svědomitost). Tato shodná hodnocení byla navíc po srovnání s výsledkem osobnostního testu probanda do určité míry validní (Albright a kol., 1988).

Watson (1989) se též zajímal o správné odvození vlastností lidí z jejich vzhledu. Jako podmínky výzkumu se rozhodl pro přímou interakci účastníků, která měla trvat maximálně 15 minut. Tito jedinci se navzájem neznali. Po tuto dobu museli probandi omezit jakýkoli verbální kontakt s ostatními jedinci. Ukázalo se, že v nejvyšší míře korelovala hodnocení jedinců s výsledky osobnostního dotazníku probandů ve složce extroverze (Watson, 1989).

Berry (1991) použila jako stimuly jednak fotografie zkoumaných jedinců a dále i nahrávku jejich hlasu (15 vteřin). Na fotografiích měli probandi zaujmout

neutrální výraz obličeje a museli si sundat brýle, šperky apod. Hodnocení jedinců dle fotografie a hlasové nahrávky probandů mělo určitou validitu, především u vlastností společenský vliv a moc (Berry, 1991).

Kenny a kol. (1992) použili videonahrávky osob, s nimiž se hodnotitelé nikdy dříve nesečkali a sledovali nahrávku po dobu 20 vteřin. Tento výzkum se skládal celkem ze tří studií. Zkoumala se stabilita hodnocení vlastností druhých lidí a tím způsobem, že hodnotitelé posuzovali probandy před a po přímé interakci, kdy mohli spolu hovořit. Následně se obě hodnocení porovnála. Ve třetí studii se dokonce porovnávalo hodnocení ostatních jedinců při prvním setkání a po vzájemné interakci, která trvala jeden semestr. Výsledky z první studie opět potvrdily, že lidé dle vzhledu tváře druhých nejčastěji správně odhadují jejich extroverzi a jen o něco méně spolehlivě i jejich svědomitost. Navíc se překvapivě ukázalo, že hodnocení extroverze se neměnilo ani po komunikaci s probandem (Kenny a kol., 1992).

Shevlin a kol. použili pro svůj výzkum fotografie obličeje, které hodnotitelé posuzovali ve třech odlišných variantách (Shevlin a kol., 2003). V prvním případě byl na fotografii viditelný obličej zepředu (od vlasů až po ramena) a současně i pravý a levý profil tváře. Druhá varianta obsahovala pouze obličej zepředu a ve třetím případě byly viditelné pouze znaky obličeje zepředu (nebyl viditelný krk ani vlasy hodnoceného). Pro účel tohoto výzkumu však nebyl použit dotazník NEO-PI-R Big Five, jaký se používal v předchozích experimentech, ale dotazník Eysenckův test osobnosti EPQ-R. Za všech tří podmínek se ukázala silná korelace osobnostního dotazníku a hodnocení u vlastnosti psychoticismus. Nejvýraznější byla tato korelace v situaci, kdy měli hodnotitelé možnost vidět jak obličej probanda zepředu, tak i z profilu.

Beer a Watson (2008) provedli výzkum pomocí přímé interakce mezi hodnotiteli a probandy a jejich rozdělením do malých skupin. Přímá interakce ovšem opět probíhala bez jakéhokoli verbálního projevu mezi jedinci. Probandi v tomto výzkumu vyplňovali jak dotazník NEO-PI-R Big Five, tak i DCQ, který se používá ve studiích zabývajících se partnerskými preferencemi (Watson a Haig, 2005) a obsahuje množství znaků, které nelze zjistit pomocí dotazníku NEO-PI-R Big Five. Ve srovnání s předchozími studii vyšlo opět najevo, že

správně hodnotí jedinci spíše známé jedince než neznámé. Hodnotitelé nedokázali správně odhadnout povahu druhých především v oblasti neuroticismu, otevřenosti zkušenostem, příjemnosti a svědomitosti. Výjimkou zde byla extroverze, na které se hodnotitelé z velké míry shodovali, a jejich hodnocení bylo adekvátní. Dle DCQ vyšla vzájemná shoda hodnotitelů u vlastností spořivost, zdatnost, tradicionalismus, konzervatismus a atraktivita.

Na Fakultě humanitních studií Univerzity Karlovy v Praze v nedávné době proběhl výzkum, ve kterém byly prezentovány jak 2D zobrazení obličeje (fotografie), tak i 3D zobrazení obličeje formou skenů (výzkumný projekt Gačr 2009). Vzhledem k tomu, že mají hodnotitelé v reálném světě k dispozici 3 dimenzionální obraz a ekologická validita 2dimenzionálních stimulů nemusí být pro hodnocení psychologických vlastností dostatečná, zařadily se i 3D stimuly. Pro tyto účely byl vytvořen prezentační software na hodnocení 2D a 3D stimulů. Hodnocení se sbírala pro celkem 9 charakteristik: atraktivita, maskulinita, všech pět osobnostních charakteristik dotazníku NEO-PI-R Big Five (neuroticismus, svědomitost, příjemnost, otevřenost a extroverze) a dvě vybrané osobnostní faktory Cattellova 16 faktorového osobnostního dotazníku (dominance, anxieta). Byla nalezena pozitivní korelace mezi hodnocením dominance na základě 3D skenu hodnoceného jedince a výsledkem psychometrického testu dané vlastnosti u obou pohlaví. Na základě hodnocení 2D zobrazení nebyl žádný z osobnostních rysů probandů rozpoznáván ve shodě s výsledkem osobnostního dotazníku hodnoceného jedince. Hodnocení extroverze na základě 3D zobrazení tváře žen v případě mužských hodnotitelů byla však s výsledkem osobnostního testu ve shodě (Pivoňková a kol., 2010).

Z výsledků dosavadních studií vyplývá, že některé znaky lidské povahy lze ze vzhledu jedince odhadnout daleko lépe než jiné. Nejčastěji bývá správně posuzovaná především extroverze a v menší míře i svědomitost. Při zkoumání shody hodnotitelů ve svých hodnoceních se ukázalo, že též nejčastěji shodují v přisuzování extroverze a o něco méně svědomitosti.

Proč se hodnotitelé za podmínek *nulové znalosti* shodují na přisuzované extroverzi více než na ostatních faktorech dotazníku NEO-PI-R Big Five? Autoři podávají pro tuto skutečnost různá vysvětlení. Je možné, že přesnost odhadnutí

určité vlastnosti z tváře závisí na tom, do jaké míry je informace pro pozorovatele užitečná. Z tohoto hlediska můžeme souhlasit, že je odhadnutí extroverze významné především pro zvolení určitého způsobu interakci mezi lidmi. Dále mohou být znaky extroverze přímo viditelné. Také může být pravdou, že hodnotitelé používají při hodnocení extroverze podobná vodítka a tyto znaky jsou neměnné v čase (Kenny a kol., 1992).

### **1.7. Kompozitní fotografie**

Kompozitní fotografie se v těchto výzkumech používají především ke zjištění, zda určité morfologické znaky mohou být hodnotiteli využívány jako poukazy na psychologické vlastnosti člověka. Kompozitní tváře v současném výzkumu vznikají smísením tváří několika jedinců, kteří dosáhli v psychometrickém testu vysoké či nízké skóre. Metodu kompozitní fotografie však vynalezl Francis Galton již v roce 1879, kdy vytvořil kompozitní fotografii složenou z tváří několika jedinců.

Jak se v mnoha studiích ukázalo, při hodnocení kompozitních tváří jsou hodnotitelé schopni i z pouhých obličejových rysů odhadnout některé povahové rysy člověka s určitou přesností (především extroverzi a příjemnost). Na rozdíl od hodnocení tváří jednotlivců lze z kompozitních tváří odvodit určitou vlastnost daleko přesněji. Je tomu tak především proto, že kompozitní tváře obsahují extrémní míru určitého znaku, který by měl naznačovat určitý osobnostní rys (Penton-Voak a kol., 2006). Tyto fotografie umožňují nejen zvýraznit určitý fyzický rys tváře, který je společný pro danou skupinu jednotlivců, ale zároveň odstraňují i rysy individuální.

### **1.8. Osobnostní dotazníky**

Pro výzkum v oblasti osobnosti člověka se nejčastěji používají dva psychometrické dotazníky. V prvním případě se jedná o Eysenckův test osobnosti (EPQ-R). Tento typ dotazníku byl použit například ve studii M. Shevlina (Shevlin a kol., 2003) a zjišťuje míru tří vlastností, psychoticismu, neuroticismu a



extroverze (Digman, 1990). Dalším a zároveň nejpoužívanějším psychometrickým nástrojem je NEO-PI-R Big Five, který jsme využívali pro náš výzkum nejvíce.

### 1.8.1. NEO-PI-R Big Five

NEO-PI-R Big Five je psychometrickým nástrojem, jehož výsledkem je zjištění skóre pěti hlavních psychologických charakteristik: neuroticismu, svědomitosti, příjemnosti, otevřenosti a extroverzi jedince. Kromě toho tento nástroj umožňuje zjištění 30 vedlejších osobnostních vlastností (facet), z nichž jsme se v našem výzkumu ovšem zaměřovali jen na facetu asertivity.

Tento model naznačuje, že se osobnost člověka skládá z pěti poměrně nezávislých dimenzí, které společně poskytují smysluplnou taxonomii pro studium rozdílů mezi lidmi (Erdheim a kol., 2006). Těchto pět osobnostních charakteristik by mělo popisovat, jak se člověk dívá na druhé lidi a zároveň i sám na sebe (Zebrowitz, 1997). Mnoho teoretiků již potvrdilo validitu tohoto nástroje a zmíněné zkoumané znaky označilo jako základní měřítko lidské povahy.

Z vlastností v dotazníku NEO-PI-R Big Five je to extroverze, na níž se hodnotitelé při posuzování nejvýznamněji shodují a zároveň ji navíc posuzují správně, tedy ve shodě s výsledkem osobnostního dotazníku hodnoceného člověka. Extroverze vyjadřuje společenskost, družnost, hovornost a aktivitu člověka (Erdheim a kol., 2006).

Svědomitost značí jak je člověk pořádný, spolehlivý, zásadový a vytrvalý. Tato složka také nabývá určité shody mezi hodnotiteli (Zebrowitz, 1997).

Příjemnost označuje souhrn vlastností jako je dobrosrdečnost, nezávistivost a družnost (Zebrowitz, 1997). Dále souvisí s chováním, které se vyznačuje dvorností, flexibilitou, důvěřivostí, spoluprací, tolerancí, schopností odpouštět a pochopit druhé (Barrick a Mount, 1991). U této vlastnosti se většinou nepotvrzuje přílišná shoda mezi hodnotiteli.

Neuroticismus, někdy označovaný jako emoční stabilita, vyjadřuje, do jaké míry je jedinec úzkostlivý, skleslý, rozhněvaný, rozpačitý, citový, obávající se a nejistý (Barrick a Mount, 1991). Shoda hodnotitelů se zde vůbec nevyskytuje.

Otevřenost značí cit pro umění, uhlazenost a intelektuálnost člověka. Další autoři zmiňují například vynalézavost, kultivovanost, zvědavost, originalitu, inteligenci a snášenlivost (Digman, 1990). U tohoto faktoru opět nebyla zaznamenána shoda mezi hodnotiteli.

### 1.8.2. 16 faktorový Cattellův osobnostní test

V předešlých výzkumech provedených na Fakultě humanitních studií byl kromě psychometrického nástroje NEO-PI-R Big Five dále využíván také 16 faktorový Cattellův osobnostní test (Cattell a kol., 1970). Tento rozšířený psychometrický nástroj sestavil psycholog Raymond Cattell, jež popisuje lidskou osobnost pomocí 16 faktorů.

Jelikož tato bakalářská práce částečně navazuje na výsledky zjištěné v uvedeném výzkumu (Pivoňková a kol., 2010), rozhodli jsme se sbírat hodnocení osobnostního rysu dominance, jehož škálu zjišťuje právě 16 faktorový Cattellův osobnostní test.

## 1.9. Faktory ovlivňující hodnocení vlastností

Dosavadní výzkum bychom mohli odlišovat dle míry informací, jež měli hodnotitelé k dispozici. Pokud se snažíme zjistit, zda lze určité charakteristiky lidské povahy posuzovat z pouhých rysů tváře, měli bychom omezit efekt nežádoucích proměnných (postava jedince, oblečení, účes, líčení, šperky apod). Ve výzkumech, kde se používaly video nahrávky probandů či jejich přímá interakce s hodnotiteli, mohly hrát tyto vedlejší faktory významnou roli (například Borkenau a Liebler, 1992). Není naprosto žádný problém odhadnout, že například upravenost jedince by mohla signalizovat jeho svědomitost, zatímco velmi moderní styl oblékání by naznačoval extroverzi jeho osobnosti.

Penton-Voak a další výzkumníci ve svých studiích upozornili na vliv těchto faktorů, které ovlivňují hodnocení druhé osoby, avšak nejsou součástí vzhledu tváře (Penton-Voak a kol., 2006; Little a Perrett, 2007; Shevlin a kol., 2003). Ve svých pracích se snažili vzít tyto faktory v úvahu a všechny stimuly

standardizovat. Výzkumy byly proto navrženy tak, aby stimuly v nich použité obsahovaly vedle rysů obličeje co nejméně dalších viditelných informací.

Probandi si například museli sundat brýle, šperky a kolem ramen jim výzkumníci omotali tmavý šátek, aby zakryli jejich oblečení. Masip pro svůj experimentu zvolil bílé pozadí fotografií a všichni nafocení účastníci měli stejné oblečení (Masip a kol., 2004).

Další nutností je také, aby probandi na všech fotografiích nasadili neutrální výraz obličeje (Berry, 1991). Bylo dokázáno, že hodnocení fotografií ovlivňuje úsměv probandů a to daleko více pokud jsou hodnotiteli muži a hodnotí tváře žen. Úsměv má pozitivní efekt na posuzování osobnostních rysů (Mehu a kol., 2008).

Výzkumníci se zabývali též otázkou délky časového úseku, po který může hodnotitel posuzovat tvář jedince. Délka vystavení stimulu se v bývalých výzkumech lišila, ovšem následně se zjistilo, že omezení doby na hodnocení fotografií nemá na zvýšení korelací vlastností signifikantní vliv (Willis a Todorov, 2006). Dokonce i desetina sekundy postačovala v tomto výzkumu k tomu, aby jeho účastníci odvodili určitý povahový rys dle vzhledu jeho tváře. Přibývající čas, po který měli možnost vidět fotografii probanda, zapříčinil především zvýšení jistoty jejich úsudku. V dalším experimentu z téhož roku výsledky opět potvrdily, že odvození povahových vlastností ze vzhledu obličeje probíhá velmi rychle. Lidé si tvoří svůj první dojem z druhého člověka z jakýchkoli dostupných informací již v průběhu prvních 39 ms (Moshe a kol., 2006).

## **2. Empirická část**

### **2.1. Cíl výzkumu**

Při výzkumu adekvátnosti přisuzování osobnostních charakteristik z rysů tváře máme několik cílů. Zaprvé, zjistit, jak se hodnotitelé shodují v posuzování určité vlastnosti. Zadruhé, zjistit, zda jsou hodnocení určité vlastnosti ve shodě s výsledkem osobnostního dotazníku posuzované osoby. Cílem našeho výzkumu bylo zjistit, zda má zobrazení fotografie obličeje z profilu vliv na adekvátnost hodnocení přisuzovaných vlastností. Zobrazení fotografie z profilu obličeje bylo

poskytnuto pouze v jednom z předchozích výzkumů a to u Shevlina (Shevlin a kol., 2003).

## **2.2. Hypotézy**

Vzhledem k výsledkům předchozího testování vyvozujeme následující hypotézy:

### **1) Hodnocená dominance bude u mužských stimulů korelovat s jejich hodnocenou maskulinitou.**

V předchozích pilotních studiích se ukázalo, že vyšší míra maskulinity tváře hodnocených mužů zvyšuje hodnocení jejich dominance a dále, že muži s maskulinními rysy v obličejí vykazují vyšší skóre psychologické dominance ve výsledku 16 faktorového Cattellova osobnostního testu (Pivoňková a kol., 2010). Mezi maskulinní znaky v obličejí řadíme např. větší nos, výraznější nadočnicové oblouky, čelo ubíhající šikmo dozadu, větší dolní čelist, menší rty, zapadlejší oči atd. (Blažek a Trnka, 2009).

### **2) Asertivita jedince bude hodnotiteli hodnocena adekvátněji, pokud bude hodnotitelům předložen jako stimul fotografie zepředu společně s fotografií z profilu.**

Již v předchozí hypotéze pracujeme s výsledky pilotních studií, které hovoří o souvislosti mezi mírou přisouzené maskulinity tváře mužů a hodnocením jejich dominance. Dále byl zjištěn pozitivní vztah mezi mírou somatoskopicky posouzené maskulinity a výsledkem faktoru Dominance Cattellova osobnostního testu (Pivoňková a kol., 2010). Také se prokázalo, že psychologická dominance posuzovaná na základě 3D tvářového skenu byla posuzována v souladu s výsledkem testu dominance Cattellova 16 faktorového osobnostního dotazníku, na rozdíl od hodnocení dominance, které bylo provedeno na základě hodnocení fotografie tváře zepředu. Předpokládáme tedy, že pohled z profilu tváře by měl

být z důvodu lepší viditelnosti maskulinních znaků pro posouzení dominance jedince či jeho asertivity zcela klíčový.

Vzhledem k těmto předchozím zjištěním předpokládáme, že přidání fotografie obličeje z profilu umožní hodnotit maskulinní znaky přesněji, než tomu bylo při hodnocení pouhé fotografie zepředu a zvýší se i adekvátnost hodnocení psychologické asertivity, která je blízká dominanci. Tento předpoklad budeme testovat tím způsobem, že srovnáme adekvátnost hodnocení asertivity na základě posouzení fotografie zepředu a hodnocení asertivity provedené na základě hodnocení fotografie zepředu společně s fotografií z profilu. Tato hodnocení provedená prostřednictvím hodnotitelů budou porovnána s dosaženým skóre ve facetě asertivity osobnostního testu NEO-PI-R Big Five probanda.

**3) Adekvátnost hodnocení psychologické vlastnosti neuroticismu se zvýší, pokud jako stimul použijeme spolu s tváří zepředu i fotografii hodnocené osoby z profilu.**

Předchozí studie prokázala, že na základě hodnocení fotografie z profilu tváře je možné odhadnout míru psychotocismu ve shodě s výsledkem osobnostního testu hodnoceného jedince (Shevlin a kol., 2003). Jelikož je psychotocismus v Eysenckově dotazníku srovnatelný s neuroticismem v dotazníku NEO-PI-R Big Five (Saggino, 2000), předpokládáme, že nalezneme podobný efekt i při hodnocení fotografie z profilu v míře neuroticismu.

**4) Atraktivita bude zvyšovat hodnocení společensky lépe hodnocených vlastností.**

Toto tvrzení opíráme o potvrzení vlivu haló efektu atraktivity na hodnocení dalších vlastností probandů a to konkrétně, že atraktivita zvyšuje hodnocení společensky lépe hodnocených vlastností (Kalick a kol., 1998). Již Dion a kol. roku 1972 došli ke zjištění, že lidé připisují atraktivním jedincům *společensky žádoucí osobnostní vlastnosti* v daleko větší míře než neatraktivním (Dion a kol., 1972). V mnoha dalších studiích se tato skutečnost potvrdila a

zjistilo se, že jsou atraktivním lidem přisuzovány konkrétně vlastnosti, jako je například společenskost, vřelost, komunikativnost, asertivita, nižší naivita, čestnost, laskavost a odpovědnost či sexuální vřelost (Blažek a Trnka, 2009).

Z tohoto důvodu předpokládáme, že bude atraktivita pozitivně korelovat se společensky oceňovanou vlastností jako je asertivita.

##### **5) Atraktivita bude snižovat hodnocení společensky méně žádoucích vlastností.**

Jelikož předpokládáme potvrzení vlivu haló efektu atraktivity na hodnocení dalších vlastností probandů, očekáváme, že bude hodnocení atraktivity negativně korelovat s hodnocením neuroticismu, jakožto s vlastností, která není společensky oceňována.

##### **6) Ženy budou osobnostní vlastnosti hodnotit přesněji.**

Otázkou, zda se hodnocení psychologických vlastností podle vzhledu obličeje liší dle pohlaví hodnotitele, se zabývaly již předchozí studie. Zjistilo se, že ženy jsou obvykle v přisuzování vlastností přesnější (Ambady a kol., 1995; Rubešová a kol., 2010). Ve studii Ambadyho a kol. byly ženy vnímavější a lépe správně posuzovaly zejména míru extroverze probandů.

### **2.3. Metodika výzkumu**

Pro náš výzkum jsme zvolili kvantitativní charakter. Pro určení osobnostní struktury hodnocených osob jsme použili psychometrický dotazník NEO-PI-R Big Five a dále také 16 faktorový Cattellův osobnostní test. Výsledkem nástroje NEO-PI-R Big Five je zjištění skóre pěti hlavních osobnostních charakteristik: otevřenosti, svědomitosti, extroverze, příjemnosti a neuroticismu. Z těchto pěti faktorů jsme v našem výzkumu ze vzhledu tváře neznámých jedinců zjišťovali pouze hodnocení neuroticismu. Vedle základních psychologických charakteristik odhaluje dotazník i 30 vedlejších osobnostních vlastností (facet). Z těchto facet

jsme se zaměřili pouze na facetu asertivity. Z 16 faktorového Cattellova dotazníku jsme pro naše účely pracovali pouze s faktorem dominance.

Role probandů se v tomto výzkumu zhostili studenti Přírodovědné fakulty UK. Jejich úkolem bylo vyplnit dotazník NEO-PI-R Big Five a dále jim byla zhotovena fotografie tváře zepředu a z profilu. Probandi byli požádáni, aby se odličili, odstranili si jakékoli šperky či doplňky a přes vlasy si nasadili černou čelenku. Dále byli vyzváni k zaujetí neutrálního výrazu obličeje. Obě nafocené fotografie byly následně upraveny a standardizovány pomocí programu Adobe Photoshop CS2.

Velikost tváří na fotografiích byla standardizována a fotografie byly vloženy do připravené šablony. Na všech fotografiích probandů můžeme vidět celý obličej po standardizované velké části krku. Na upravených fotografiích z profilu tváře je viditelná jen část černé čelenky zakrývající vlasy. Je tudíž poskytnuta pouze minimální informace o vlasové hranici či zbarvení a typu účesu. Další části fotografie jsou dle zkušeností z předchozí studie vyplněné šedým pozadím. Fotografie zepředu žádné informace o vlasové hranici či zbarvení a typu účesu nepodávají. Na těchto fotografiích není rovněž viditelná ani čelenka a tváře tedy ohraničuje pouze šedé pozadí. Ze všech fotografií jsme pomocí programu Adobe Photoshop CS2 odstranili jakékoli náznaky oblečení (především límečky) a odstranili díry v uších po náušnicích, abychom omezili faktory, jež by mohly ovlivnit výsledky hodnocení.

Pro účely našeho výzkumu jsme vybrali levý profil obličeje (z pohledu pozorovatele), neboť se v předchozím experimentu ukázalo, že lidé častěji posuzují levý profil tváře jako podobnější originální fotografii obličeje jedince, pokud mají vybrat mezi obličejí vytvořenými jen z pravé či levé poloviny jejich tváře (Brady a kol., 2005).

Jako hodnotitelé figurovali studenti FHS UK, které jsme oslovili v prostorách fakulty, kde se odehrávalo i samotné hodnocení. Hodnotitelé byli seznámeni s tématem výzkumu a časem potřebným k provedení hodnocení (asi 15 minut). Za účast na výzkumu nezískali peněžní či jinou odměnu. Hodnocení probíhalo na noteboocích pomocí prezentačního programu, do něhož jsme vložili fotografie probandů. Podrobnosti o výzkumu a instrukce se zobrazilo na monitoru

vždy před začátkem hodnocení. Hodnotitelé byli vyzváni ke sdělení některých základních informací o jejich osobě (věk a pohlaví), a dále měli určit atraktivitu své tváře, postavy a celkovou atraktivitu. Poslední informací bylo uvedení, zda mají či nemají partnera. Poté se již zobrazila první z fotografií, jejichž pořadí bylo náhodné proto, aby hodnocení fotografií neovlivnilo jejich pořadí. Vždy se zobrazily fotografie zepředu i z profilu zároveň vedle sebe.

Fotografie se hodnotily na škále 1-10, jejíž oba dva póly byly popsány příslušnými adjektivy. Celkem každý hodnotitel posuzoval 105 fotografií (55 fotografií tváří žen a 50 fotografií tváří mužů). Pokud hodnotitel znal osobu na fotografii, dle instrukcí označil políčko „znám tuto osobu“ a danou fotografii na škále nehodnotil. V takovém případě byl výsledek hodnocení označen číslem 0 a nebyl zahrnut do následné analýzy dat.

Na fotografiích se hodnotilo celkem 5 vlastností: neuroticismus, dominance, asertivita, atraktivita a maskulinita. Z facet, jejichž míru umožňuje dotazník NEO-PI-R Big Five zjistit, jsme se rozhodli dále pracovat pouze s facetou asertivity. Jelikož nebylo dosud přisuzování asertivity z obličeje na rozdíl od ostatních vlastností zde zkoumaných testováno, rozhodli jsme se dodatečně sbírat hodnocení asertivity zepředu tváře. Pro tento krok jsme se rozhodli především proto, abychom mohli posoudit samotný vliv profilu tváře na hodnocení asertivity. Pokud bychom měli k dispozici pouze hodnocení asertivity založené na zobrazení fotografie tváře zepředu i z profilu zároveň a nikoli i samostatné ohodnocení asertivity dle vzhledu tváře zepředu, nemohli bychom hodnocení jednoznačně přisoudit vlivu profilu.

Každý hodnotitel posuzoval všechny fotografie, avšak vždy jen jednu vlastnost. Rozhodli jsme se nechat ohodnotit fotografie 180 jedinci, abychom získali 30 hodnocení pro každou ze zkoumaných vlastností. Aby bylo hodnocení fotografií zastoupeno vyrovnaným počtem mužů i žen, bylo podmínkou, aby každou z vlastností u všech fotografií ohodnotilo minimálně 12 žen či 12 mužů.

Všechna data z výzkumu byla následně převedena do tabulky v programu Microsoft Excel a analyzována pomocí programu SPSS 16.0.



### **3. Analýza dat, výsledky**

Dohromady jsme nasbírali hodnocení od 180 jedinců, což znamená, že každou vlastnost ohodnotilo 30 hodnotitelů. Celkově jsme získali hodnocení fotografií od 72 mužů a 108 žen. Průměrný věk mužských hodnotitelů byl 21,85 a medián 21 let. Průměrný věk ženských hodnotitelů byl 21,49 a medián 21 let.

Všechna získaná byla převedena a zpracována v tabulce Microsoft Excel, kde jsme rozlišili hodnocení provedené ženami a muži. Dále jsme vypočítali průměrné hodnocení každé fotografie, pro všechny zkoumané vlastnosti odděleně, a to vždy průměrné hodnocení provedené ženami, muži či oběma pohlavími dohromady.

Do programu SPSS 16.0 jsme nahráli upravená data a provedli jsme statistickou analýzu. Nejprve jsme analyzovali adekvátnost hodnocení, tj. korelaci mezi psychologickým dotazníkem osob a hodnocením, která byla získána prostřednictvím hodnotitelů. Dalším krokem bylo zjistit korelaci mezi psychologickými vlastnostmi a morfologickými charakteristikami (atraktivita, maskulinita). Poté jsme zjišťovali shodu mezi hodnotiteli při posuzování vlastností a to pomocí výpočtu hodnoty Cronbachovy Alfy.

V této analýze jsme vypočítali korelace jednak z celkového hodnocení (hodnocení hodnotitelů i hodnotitelek dohromady) a dále z hodnocení provedeného muži a ženami samostatně. To nám umožnilo identifikovat případné rozdíly v hodnocení provedeném muži a ženami. Poté jsme pracovali s hodnocením fotografií mužských a ženských stimulů zvlášť, abychom mohli zjistit, zda se hodnocení adekvátnosti neliší podle faktoru pohlaví hodnocených osob.

V uvedených výsledcích je zapsána hodnota korelačního koeficientu ( $r$ ), hladina významnosti ( $p$ ) a počet jedinců ( $n$ ).

#### **3.1. Chybějící údaje**

Jelikož jsme od některých probandů neměli k dispozici jimi vyplněný osobnostní test NEO-PI-R Big Five či 16 faktorový Cattellův osobnostní dotazník, nemohli jsme zahrnout tyto údaje do následné analýzy dat. Konkrétně jsme u

těchto jedinců nemohli zjistit korelaci mezi jejich osobnostním testem a hodnocením jeho fotografie neznámými jedinci. Z celkového počtu 105 hodnocených probandů, jsme neměli výsledky osobnostního testu NEO-PI-R Big Five od 2 jedinců (1 muž, 1 žena) a 16 faktorového Cattellova dotazníku od 9 jedinců (8 žen, 1 muž).

### **3.2. Shoda mezi hodnotiteli**

Jelikož každou fotografii na škále všech zkoumaných vlastností ohodnotilo vždy dohromady 30 jedinců ( $n = 30$ ), zjišťovali jsme poté shodu v jejich hodnocení. K tomuto účelu jsme použili výpočet hodnoty Cronbachovy Alfa.

Při posuzování asertivity dle fotografie tváře mužů zepředu s přidáním fotografie z profilu měla shoda mezi hodnotiteli hodnotu Cronbachovy Alfa = 0,936. Dle fotografie tváře žen byla za stejných podmínek Cronbachova Alfa = 0,908. Pokud hodnotitelé posuzovali asertivitu pouze z fotografie tváře zepředu, byla shoda mezi hodnotiteli u mužských stimulů Cronbachova Alfa = 0,920 a u ženských stimulů Cronbachova Alfa = 0,898.

U následujících vlastností se hodnotitelům vždy zobrazila fotografie tváře zepředu zároveň s fotografií z profilu obličeje. Při posuzování atraktivity měla shoda hodnotitelů hodnotu Cronbachovy Alfa = 0,931 u fotografií mužů, u fotografií žen byla Cronbachova Alfa = 0,958. V připisování vlastnosti dominance byla u fotografií mužů Cronbachova Alfa = 0,777 a Cronbachova Alfa = 0,816 u fotografií žen. Pro vlastnost maskulinita byla nalezena shoda s hodnotou Cronbachovy Alfa = 0,957 u mužských stimulů a 0,958 u ženských stimulů. Na škále neuroticismu měla shoda mezi hodnotiteli hodnotu Cronbachovy Alfa = 0,906 u fotografií mužů a Cronbachova Alfa = 0,898 u fotografií žen.

Jak dosvědčují výsledky, hodnotitelé se ve svém přisuzování vlastností vysoce shodují.

### **3.3. Korelace mezi hodnocením vlastností dle tváře a výsledkem osobnostního testu**

Tato korelace nám umožnila posoudit adekvátnost přisuzování osobnostních charakteristik na základě vzhledu tváře.

### 3.3.1. Asertivita

Pomocí korelační analýzy jsme zjistili vztah mezi výsledkem dotazníku NEO-PI-R Big Five (faceta asertivity) a hodnocením této vlastnosti na základě vzhledu tváře, a to zaprvé dle fotografie tváře zepředu s přidáním fotografie z profilu tváře, zadruhé pouze dle fotografie tváře zepředu.

Na základě fotografie s přidáním profilu tváře nebyla nalezena žádná signifikantní korelace mezi hodnocením a výsledkem dotazníku ( $r = 0,046$ ;  $p = 0,646$ ;  $n = 103$ ).

Asertivita hodnocená muži a ženami zvlášť nebyla hodnocena adekvátně s výsledkem osobnostního testu. Hodnocení mužů mělo hodnoty ( $r = 0,039$ ;  $p = 0,695$ ;  $n = 103$ ) a hodnocení žen ( $r = 0,045$ ;  $p = 0,650$ ;  $n = 103$ ). Ani v případě hodnocení asertivity pouze z fotografie zepředu nebyla nalezena žádná signifikantní korelace v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,046$ ;  $p = 0,648$ ;  $n = 103$ ). Stejně výsledky jsme získali, pokud jsme přidali fotografie profilu tváře, kdy bylo hodnocení mužů ( $r = 0,013$ ;  $p = 0,895$ ;  $n = 103$ ) a hodnocení žen ( $r = 0,072$ ;  $p = 0,472$ ;  $n = 103$ ).

Statistiky významný výsledek jsme nenalezli ani v případě, když jsme rozdělili soubor probandů dle pohlaví a poté vložili do analýzy hodnocení ženských a mužských stimulů odděleně. Výsledky hodnocení mužských stimulů za podmínek zobrazení fotografie s přidáním profilu tváře byly: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,127$ ;  $p = 0,385$ ;  $n = 49$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,167$ ;  $p = 0,251$ ;  $n = 49$ ), hodnocení žen ( $r = 0,091$ ,  $p = 0,533$ ;  $n = 49$ ). Výsledky hodnocení ženských stimulů za podmínek zobrazení fotografie s přidáním profilu obličeje byly: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = -0,006$ ;  $p = 0,965$ ;  $n = 54$ ), hodnocení mužů ( $r = -0,061$ ;  $p = 0,661$ ;  $n = 54$ ), hodnocení žen ( $r = 0,026$ ,  $p = 0,853$ ;  $n = 54$ ). Pokud měli hodnotitelé k dispozici pouze fotografie zepředu tváře, bylo hodnocení mužských stimulů následující: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,152$ ;  $p = 0,298$ ;  $n = 49$ ),

hodnocení mužů ( $r = 0,053$ ;  $p = 0,720$ ;  $n = 49$ ) a hodnocení žen ( $r = 0,220$ ;  $p = 0,129$ ;  $n = 49$ ). Za stejných podmínek mělo hodnocení ženských stimulů tyto hodnoty: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = -0,035$ ;  $p = 0,799$ ;  $n = 54$ ), hodnocení mužů ( $r = -0,004$ ;  $p = 0,979$ ;  $n = 54$ ) a hodnocení žen ( $r = -0,058$ ;  $p = 0,675$ ;  $n = 54$ ).

### 3.3.2. Dominance

Po porovnání výsledku Cattellova dotazníku na škále dominance s hodnocením této vlastnosti na základě tváře, nebyla nalezena žádná statisticky významná korelace ( $r = 0,045$ ;  $p = 0,661$ ;  $n = 96$ ).

I pokud jsme do analýzy zahrnuli oddělené hodnocení provedené muži ( $r = 0,045$ ;  $p = 0,663$ ;  $n = 96$ ) a ženami ( $r = 0,049$ ;  $p = 0,636$ ;  $n = 96$ ) nebyla nalezená korelace statisticky významná.

Analýza podle pohlaví hodnocených osob přinesla obdobné výsledky. Hodnocení mužských stimulů mělo tyto výsledky: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,110$ ;  $p = 0,453$ ;  $n = 49$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,092$ ;  $p = 0,531$ ;  $n = 49$ ), hodnocení žen ( $r = 0,129$ ;  $p = 0,376$ ;  $n = 49$ ). Hodnocení ženských stimulů bylo následující: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = -0,134$ ;  $p = 0,370$ ;  $n = 47$ ), hodnocení mužů ( $r = -0,119$ ;  $p = 0,427$ ;  $n = 47$ ), hodnocení žen ( $r = -0,119$ ;  $p = 0,424$ ;  $n = 47$ ).

### 3.3.3. Neuroticismus

Pro charakteristiku neuroticismus jsme neshledali žádnou statisticky významnou korelaci mezi výsledkem této vlastnosti v osobnostním dotazníku NEO-PI-R Big Five a jejím hodnocením na základě vzhledu tváře ( $r = -0,062$ ;  $p = 0,532$ ;  $n = 103$ ).

Žádná signifikantní korelace nebyla zjištěna ani v případě analyzování dat s oddělením hodnocení provedeného muži ( $r = -0,006$ ;  $p = 0,955$ ;  $n = 103$ ) a ženami ( $r = -0,090$ ;  $p = 0,368$ ;  $n = 103$ ).

Poté jsme provedli samostatnou analýzu oddělených hodnocení mužských a ženských stimulů. V případě hodnocení mužských stimulů jsme došli k těmto výsledkům: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,043$ ;  $p = 0,770$ ;  $n = 49$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,161$ ;  $p = 0,269$ ;  $n = 49$ ) a hodnocení žen ( $r = -0,022$ ;  $p = 0,880$ ;  $n = 49$ ). V případě hodnocení ženských stimulů byly výsledky následující: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = -0,139$ ;  $p = 0,315$ ;  $n = 54$ ), hodnocení mužů ( $r = -0,131$ ;  $p = 0,346$ ;  $n = 54$ ) a hodnocení žen ( $r = -0,137$ ;  $p = 0,322$ ;  $n = 54$ ).

### **3.4. Korelace mezi hodnocenými vlastnostmi**

#### **3.4.1. Korelační analýza hodnocené atraktivity a asertivity**

Pokud jsme se zaměřili na vztah hodnocené atraktivity a hodnocené asertivity, našli jsme signifikantní pozitivní korelaci. Dle samostatné fotografie zepředu obličeje byla nalezena pozitivní korelace mezi hodnocením asertivity a atraktivity ve všech testovaných modelech, tj. v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,738$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ), v hodnocení provedeném muži ( $r = 0,525$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ) i ženami ( $r = 0,736$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ).

I po přidání fotografie z profilu spolu hodnocená atraktivita a hodnocená asertivita významně pozitivně korelovaly: hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,867$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,778$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ) a hodnocení žen ( $r = 0,774$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ).

Signifikantní pozitivní korelace mezi hodnocenou atraktivitou a asertivitou se také vyskytovala v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady u mužských stimulů dle samostatné fotografie zepředu tváře ( $r = 0,805$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,787$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ), hodnocení žen ( $r = 0,659$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ), stejně jako v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady u mužských stimulů po přidání fotografie z profilu tváře ( $r = 0,868$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,795$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ) a hodnocení žen ( $r = 0,791$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ). U ženských stimulů byla signifikantní pozitivní korelace nalezena v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady dle samostatné fotografie zepředu

tváře ( $r = 0,679$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,472$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ) i hodnocení žen ( $r = 0,745$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ), stejně jako v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady u ženských stimulů po přidání fotografie z profilu obličeje ( $r = 0,869$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,844$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ) a hodnocení žen ( $r = 0,771$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ).

#### 3.4.2. Korelační analýza hodnocené atraktivity a dominance

Při provedení korelační analýzy byla nalezena signifikantní pozitivní korelace mezi hodnocenou atraktivitou a dominancí, jednak při analýze hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,590$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ), hodnocení provedeného muži ( $r = 0,391$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ) a hodnocení provedeného ženami ( $r = 0,646$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ).

Pokud jsme otestovali tento vztah pouze z výsledků hodnocení ženských stimulů, našli jsme významnou pozitivní korelaci v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,513$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ) a v hodnocení provedeném ženami ( $r = 0,632$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ), avšak žádná signifikantní korelace nebyla nalezena, pokud byli hodnotiteli muži ( $r = 0,184$ ;  $p = 0,178$ ;  $n = 55$ ). Z výsledků hodnocení mužských stimulů jsme však opět našli mezi těmito faktory signifikantní pozitivní korelaci v případě hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,657$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,519$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ) i hodnocení žen ( $r = 0,695$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ).

#### 3.4.3. Korelační analýza hodnocené atraktivity a maskulinity u mužů

Mezi hodnocenou atraktivitou a maskulinitou jsme v případě hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady nenalezli žádnou statisticky významnou korelaci ( $r = -0,158$ ;  $p = 0,108$ ;  $n = 105$ ), stejně jako při hodnocení mužů ( $r = 0,098$ ;  $p = 0,318$ ;  $n = 105$ ). V hodnocení provedeném ženami jsme však zaznamenali významnou negativní korelaci ( $r = -0,355$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ).

U mužských stimulů samostatně naopak nebyla nalezena žádná signifikantní korelace mezi hodnocenou atraktivitou a maskulinitou. Hodnocení

obou pohlaví hodnotitelů dohromady bylo v tomto případě ( $r = 0,124$ ;  $p = 0,392$ ;  $n = 50$ ), hodnocení mužů ( $r = 0,257$ ;  $p = 0,071$ ;  $n = 50$ ) a hodnocení žen ( $r = -0,047$ ;  $p = 0,748$ ;  $n = 50$ ).

#### 3.4.4. Korelační analýza hodnocené atraktivity a femininity u žen

Poté, co jsme do analýzy vložili pouze hodnocení ženských stimulů, našli jsme signifikantní pozitivní korelaci mezi atraktivitou a femininitou v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,735$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ), v hodnocení mužů ( $r = 0,639$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ) i v hodnocení žen ( $r = 0,717$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ).

#### 3.4.5. Korelační analýza hodnocené atraktivity a neuroticismu

Vztah mezi hodnocenou atraktivitou a hodnoceným neuroticismem byl testován pomocí korelační analýzy a byla nalezena signifikantní negativní korelace jak v případě hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = -0,357$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ), tak v případě hodnocení mužů ( $r = -0,356$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ) i v hodnocení žen ( $r = -0,319$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 105$ ).

Pokud jsme do analýzy vložili samostatně pouze fotografie žen, našli jsme též signifikantní negativní korelaci mezi hodnocenou atraktivitou a neuroticismem při hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = -0,514$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ), v hodnocení mužů ( $r = -0,477$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ) a v hodnocení žen ( $r = -0,510$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ). V případě, že jsme zkoumali tento vztah pouze z výsledků hodnocení mužských stimulů, našli jsme negativní korelaci pouze tehdy, pokud byli hodnotiteli muži ( $r = -0,353$ ;  $p = 0,012$ ;  $n = 50$ ). Žádná významná korelace nebyla nalezena v hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = -0,209$ ;  $p = 0,146$ ;  $n = 50$ ) a v hodnocení žen ( $r = -0,103$ ;  $p = 0,478$ ;  $n = 50$ ).

#### 3.4.6. Korelační analýza hodnocené dominance a maskulinity

Mezi hodnocenou dominancí a hodnocenou maskulinitou nebyla nalezena žádná statisticky významná korelace, pokud jsme do analýzy zahrnuli hodnocení provedené muži i ženami dohromady ( $r = 0,111$ ;  $p = 0,260$ ;  $n = 105$ ) nebo pouze ženami ( $r = 0,016$ ;  $p = 0,870$ ;  $n = 105$ ). Když jsme však zjišťovali korelaci pouze z hodnocení mužů, našli jsme významnou pozitivní korelaci ( $r = 0,222$ ;  $p = 0,023$ ;  $n = 105$ ).

Poté jsme vložili do analýzy hodnocení mužských a ženských stimulů odděleně. U ženských stimulů byla nalezena signifikantní negativní korelace mezi hodnocením dominance a maskulinity v případě hodnocení provedeného ženami ( $r = -0,408$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 55$ ). V hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = -0,338$ ;  $p = 0,011$ ;  $n = 55$ ) a v hodnocení mužů ( $r = -0,162$ ;  $p = 0,237$ ;  $n = 55$ ) se signifikantní korelace nevyskytovala. U mužských stimulů byla nalezena signifikantní pozitivní korelace, a to jak v případě hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady ( $r = 0,503$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ), tak i v hodnocení žen ( $r = 0,379$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ) a mužů ( $r = 0,562$ ;  $p < 0,01$ ;  $n = 50$ ).

## **4. Diskuze**

### **4.1. Shrnutí hypotéz**

V našem výzkumu bylo navrženo celkově 6 hypotéz, k jejichž objasnění jsme použili výše popsané kroky.

#### **Hypotéza č. 1**

Na základě předchozích studií jsme v první hypotéze předpokládali, že jelikož vyšší míra maskulinity tváře mužů zvyšuje hodnocení jejich dominance (Pivoňková a kol., 2010), bude hodnocená dominance u mužských stimulů korelovat s hodnocením jejich maskulinity. Naše výsledky této hypotéze odpovídají, jelikož hodnocená dominance a hodnocení maskulinita spolu signifikantně pozitivně korelují, a to jak hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady, tak i v případě hodnotitelů a hodnotitelek samostatně. Můžeme proto usoudit, že muži i ženy hodnotí muže s maskulinní tváří jako dominantnější.



### **Hypotéza č. 2**

Tato hypotéza obsahovala předpoklad, že pokud bude hodnotitelům při posuzování asertivity k dispozici navíc i fotografie z profilu tváře, bude jejich hodnocení adekvátnější. Tuto hypotézu však musíme vyvrátit, jelikož se neukázalo, že hodnocení dle přidané fotografie z profilu tváře je přesnější než hodnocení provedené pouze na základě fotografie zepředu. Znaky tváře, jež jsou viditelné lépe z profilu obličeje, nám tedy zřejmě nepomáhají při odhadování asertivity druhých lidí.

### **Hypotéza č. 3**

Tato hypotéza byla založena na předpokladu, že předložení fotografie hodnocené osoby z profilu tváře zvýší adekvátnost hodnocení psychologické vlastnosti neuroticismu. Tato hypotéza se nepotvrdila, neboť jsme nenalezli žádnou korelaci mezi výsledkem osobnostního dotazníku NEO-PI-R Big Five a přisuzovaným neuroticismem neznámými jedinci. Zdá se, že ani přidání profilu nezvyšuje pravděpodobnost správného odhadnutí míry neuroticismu neznámých osob.

Tento výsledek není ve shodě s výsledky Shevlina a kol., s jehož výzkumem naše údaje srovnáváme. Ten našel signifikantní pozitivní vztah mezi hodnocením psychoticismu a výsledky míry psychoticismu měřené pomocí Eysenckova dotazníku (Shevlin a kol., 2003), zatímco hodnocení neuroticismu provedené v naší studii nebylo ve vztahu s výsledky osobnostního testu faktoru neuroticismu. Jak jsme již zmínili, psychoticismus z Eysenckova dotazníku a neuroticismus z dotazníku NEO-PI-R Big Five je možno vůči sobě porovnávat (Saggino, 2000).

### **Hypotéza č. 4**

Předpoklad, že atraktivita bude zvyšovat hodnocení společensky lépe hodnocených vlastností, byl dle našich výsledků správný. Ze zkoumaných psychologických charakteristik jsme v rámci tohoto výzkumu považovali asertivitu za společensky žádoucí vlastnost. Pozitivní korelace mezi hodnocenou

atraktivitou a hodnocenou asertivitou byla signifikantní ve všech provedených korelačních analýzách a to bez rozdílů, zda se jednalo o hodnocení fotografie pouze zepředu tváře či s přidáním fotografie z profilu. Dle těchto výsledků je tedy evidentní, že hodnotitelé považovali atraktivnější jedince za asertivnější. Při posuzování druhých lidí je tedy vliv atraktivity obličeje na hodnocení dalších charakteristik zřejmý.

### **Hypotéza č. 5**

Na principu haló efektu atraktivity byla založena i naše další hypotéza, ve které jsme předpokládali, že bude hodnocená atraktivita snižovat míru přisuzovaného neuroticismu, jakožto společensky nežádoucí vlastnosti. Tato hypotéza byla částečně podpořena, neboť jsme našli negativní korelaci mezi celkovou hodnocenou atraktivitou a hodnoceným neuroticismem. Pokud jsme však rozdělili stimuly dle jejich pohlaví, zjistili jsme nové skutečnosti. U ženských stimulů hodnocená atraktivita a neuroticismus vzájemně negativně korelovaly. Ženám, které se nám zdají atraktivní, tedy zřejmě přisuzujeme menší míru neuroticismu. V případě analýzy mužských stimulů spolu však negativně korelovala pouze hodnocení mužů, ale žádná korelace nebyla nalezena pro hodnocení obou pohlaví hodnotitelů dohromady a hodnocení provedené ženami. Proto můžeme vyvodit závěr, že atraktivita mužů sice obecně nesnižuje míru neuroticismu, kterou jim připisujeme, výjimkou jsou však muži přisuzující atraktivním mužům neuroticismus v menší míře.

### **Hypotéza č. 6**

Poslední z navržených hypotéz předpokládající přesnější hodnocení hodnotitelek než hodnotitelů byla vyvrácena. Jelikož jsme nenalezli žádnou korelaci mezi výsledky osobnostního testu a přisuzovanou mírou vlastností v případě asertivity, dominance ani neuroticismu, nemůže považovat hodnocení žen za adekvátnější.

## **4.2. Shrnutí výsledků**

#### 4.2.1. Shoda mezi hodnotiteli

Pokud nahlédneme do výsledků, nalezneme vysokou shodu mezi hodnotiteli v míře přisuzovaných vlastností neznámým lidem dle vzhledu jejich tváře. Tato shoda byla prokázána u všech hodnocených vlastností. Po porovnání skóre osobnostního dotazníku a hodnocení jednotlivých osobnostních charakteristik se ovšem ukázalo, že ač se hodnotitelé ve svých úsudcích shodovali významně, bylo jejich hodnocení mylné. Dle této skutečnosti můžeme hovořit o silném vlivu sociálních stereotypů, jejichž existence byla popsána již v mnoha studiích. Někteří autoři proto podporují *hypotézu kulturních stereotypů*, která vidí jakékoli souvislosti mezi vzhledem a přisuzovanými vlastnostmi, jako vliv kulturních stereotypů (McArthur, 1982). Vzhledem k našim výsledkům se k této hypotéze též přikláním.

#### 4.2.2. Adekvátnost přisuzování osobnostních vlastností dle tváře

Jelikož jsme v naší práci nenalezli žádnou signifikantní korelaci mezi výsledky osobnostního testu a přisuzovanou mírou zkoumaných vlastností (asertivita, dominance, neuroticismus), nemůžeme zde podpořit *hypotézu pravdivého jádra*, která připisuje dojmům odvozeným z rysů tváře určitou validitu (Berry a Wero, 1993). Naše výsledky neprokázaly schopnost hodnotitelů odhadnout skutečnou povahu neznámých jedinců z fotografie obličeje. Můžeme tedy konstatovat, že znaky viditelné z profilu obličeje nemají vliv na adekvátnost přisuzovaných osobnostních charakteristik.

#### 4.2.3. Vztah mezi hodnocenými psychologickými vlastnostmi a morfologickými charakteristikami

Dle korelační analýzy provedené mezi jednotlivými hodnocenými vlastnostmi můžeme vyvodit následující závěry.

Osoby, které se nám zdají atraktivní, hodnotíme všeobecně jako asertivnější než ty, které nám atraktivní nepřipadají.

Lidem atraktivním přisuzujeme obecně větší míru dominance. Pouze u mužů platí, že ženám, které se jim zdají atraktivní, větší míru dominance nepřisuzují.

Ženy obecně připisují více femininním jedincům vyšší míru atraktivity. Muži považují více femininní ženy také za více atraktivní.

Jak již předpokládala naše hypotéza, je atraktivním jedincům obecně připisován neuroticismus v menší míře než neatraktivním jedincům. Tuto skutečnost jsme však neprokázali v případě, že hodnotíme muže (výjimkou je jen hodnocení mužů navzájem).

Pro pochopení vztahu hodnocené dominance a maskulinity je důležité interpretovat výsledky z hlediska jednotlivých pohlaví. Pokud hodnotíme muže, posuzujeme maskulinní jedince jako dominantnější. Pokud ženy hodnotí druhé ženy, považují ty s větší mírou maskulinních znaků ve tváři za méně dominantní. Když druhé osoby hodnotí muži, přisuzují naopak jedincům s maskulinními rysy tváře obecně větší míru dominance. Zdá se tedy, že muži a ženy mají jiný pohled na souvislost mezi maskulinitou tváře a dominancí. Také je evidentní, že maskulinita tváře je u mužů dávaná v souvislost s jejich dominancí, zatímco u žen je dávaná do vztahu s jejich femininitou tváře.

### **4.3. Náměty pro budoucí výzkum**

V budoucím výzkumu bych ráda zjišťovala hodnocení dalších zmíněných osobnostních rysů z dotazníku NEO-PI-R Big Five, které tato práce nezahrnuje. Konkrétně by se jednalo o porovnání škály otevřenosti, svědomitosti, extroverze a příjemnosti z dotazníku NEO-PI-R Big Five s hodnocením odvozeným ze vzhledu obličeje probandů. Tyto vlastnosti již byly zkoumány mnohokrát, ovšem nikdy nebylo jejich přisuzování odvozeno z fotografie zobrazující tvář probanda z profilu. Bylo by tedy poté možné porovnat výsledky hodnocení těchto čtyř vlastností po přidání fotografie z profilu obličeje k fotografii zepředu tváře s výsledky předchozích výzkumů, kdy byly k dispozici pouze fotografie zepředu tváře. Dále by bylo též vhodné zjistit míru shody mezi hodnotiteli ve svých úsudcích o těchto zmíněných vlastnostech. Též by bylo zajímavé zkoumat

souvislost mezi přisuzováním vlastností, označovaných jako společensky žádoucí, a atraktivitou obličejů probandů (Dion a kol., 1972).

#### **4.4. Doslov**

Pokud shrneme výsledky, k nimž jsme v rámci našeho výzkumu dospěli, nemůžeme potvrdit náš původní předpoklad, že lidé dle rysů ve tváři dokážou správně odhadnout skutečnou povahu druhých lidí. Zařazení fotografie z profilu vedle fotografie zepředu tváře nezvýšilo adekvátnost přisouzení osobnostní vlastnosti u neznámých jedinců.

Musíme však naopak souhlasit s tvrzením, že nás velmi silně ovlivňují sociální stereotypy. Aniž si to mnohdy uvědomíme, máme všeobecně tendenci posuzovat druhé osoby, podle toho jak vypadají a jak se nám líbí. Měli bychom si však být těchto stereotypů vědomi a neposuzovat druhé lidi jen dle prvního dojmu.

Důležitým poznatkem je skutečnost, že atraktivita významně ovlivňuje přisuzování vlastností druhým osobám. Pokud se nám zdají druzí lidé atraktivní, budeme hodnotit jejich povahu pozitivněji než osoby, jež nám připadají neatraktivní. Naše společnost tedy do značné míry naplňuje v praxi staré známé pořekadlo „Co je hezké, to je dobré“ (Dion a kol., 1972).

#### **5. Použitá literatura**

1. Adams, G. R., Hicken, M., Salehi, M. (1988). Socialization of the physical attractiveness stereotype: Parental expectations and verbal behaviors. *International Journal of Psychology*, 23, s. 137-149.
2. Albright, L., Kenny, D. A., Malloy, T. E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 55, s. 387-395.

3. Alley, T. R., Cunningham, M. R. (1991). Averaged faces are attractive, but very attractive faces are not average. *Psychological science*, 2, s. 123-125.
4. Ambady, N., Hallahan, M., Rosenthal, R. (1995). On judging and being judged accurately in zero-acquaintance situations. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 69, 3, s. 518-529.
5. Bar, M., Neta, M., Linz, H. (2006). Very First Impressions. *Emotion*, Vol. 6, 2, s. 269-278.
6. Barrick, M. R., Mount, M. K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1, s. 1-26.
7. Beer, A., Watson, D. (2008). Personality Judgment at Zero Acquaintance: Agreement, Assumed Similarity, and Implicit Simplicity. *Journal of Personality Assessment*, Vol. 90, 3, s. 250-260.
8. Blažek, V., Trnka, R. (2009). *Lidský obličej. Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha, Karolinum.
9. Brady, N., Campbell, M., Flaherty, M. (2005). Perceptual asymmetries are preserved in memory for highly familiar faces of self and friend. *Brain and Cognition*, Vol. 58, s. 334-342.
10. Berry, D. S. (1991). Accuracy in social perception: Contributions of facial and vocal information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 2, s. 298 – 307.
11. Berry, D. S., McArthur, L. Z. (1985). Some components and consequences of a babyface. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, s. 312-323.

12. Berry, D. S., Wero, J. L. F. (1993). Accuracy in face perception: a view from ecological psychology. *Journal of Personality*, Vol. 61, 4, s. 497-520.
13. Berry, D. S., Zebrowitz-McArthur, L. (1988). What's in a face? Facial maturity and the attribution of legal responsibility. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 14, s. 23-33.
14. Borkenau, P., Lieber, A. (1992). Trait inferences: Sources of validity at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 4, s. 645-657.
15. Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and brain science*, 12, s. 1-49.
16. Cattell, R. B., Eber, H. W a Tatsuoka, M. M. (1970). Handbook for the sixteen personality factor questionnaire (16 PF®). Champaign, Institute for personality and ability testing.
17. Clifford, M., Walster, E. (1973). The effect of physical attractiveness on teacher expectations. *Sociology of Education*, 46, s. 248-258.
18. Cooper, C., Hamlin, I. (2005). Observers spontaneously use Intelligence, Extraversion, Neuroticism and Psychoticism when evaluating personality. *Personality and Individual Differences*, 39, s. 123-130.
19. Cronbach, L. J. (1955). Processes affecting scores on "understanding of others" and "assumed similarity." *Psychological Bulletin* 52, s. 177-193.
20. DeBruine, L. M. (2002). Facial resemblance enhances trust. *Proceedings of the Royal Society of London B*, 269, s. 1307-1312.
21. Digman, J. M. (1990). Personality structure: emergence of the Five Factor Model. *Annual Review of Psychology*, 41, s. 417-440.

22. Dion, K. K., Berscheid, E., Walster, E. H. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 24, 3, s. 285-290.
23. Dion, K. K., Berscheid, E. (1974). Physical attractiveness and peer perception among children. *Sociometry*, Vol. 37, 1, s. 1-12.
24. Erdheim, J., Wang, M., Zickar M. J. (2006). Linking the Big Five personality constructs to organizational commitment. *Personality and Individual Differences* 41, s. 959-970.
25. Funder, D. C., Kolar, D. C., Blackman, M. C. (1995). Agreement Among Judges of Personality: Interpersonal Relations, Similarity, and Acquaintanceship. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 69, 4, s. 656-672.
26. Galton, F. (1879). Composite portraits. *International Journal of the Anthropological Institute*, Vol. 8, s. 132-144.
27. Grammer, K., Thornhill, R. (1994). Human facial attractiveness and sexual selection: the roles of averageness and symmetry. *Journal of Comparative Psychology*, Vol. 108, 3, s. 233-242.
28. Grant, V. J., France, J. T. (2001). Dominance and testosterone in women. *Biological Psychology*, 58, s. 41-47.
29. Hassin, R., Trope, Y. (2000). Facing Faces: Studies on the Cognitive Aspects of Physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 78, 5, s. 837-852.
30. Hepburn, Ch., Locksley, A. (1983). Subjective Awareness of Stereotyping: Do we know when our judgments are prejudiced? *Social Psychology Quarterly*, Vol. 46, 4, s. 311-318.



31. John, O. P., Robins, R. W. (1993). Determinants of interjudge agreement on personality traits: The big five domains, observability, evaluativeness and the unique perspective of the self. *Journal of Personality*, Vol. 61, 4, s. 521-551.
32. Kalick, S. M., Zebrowitz, L. A., Langlois, J. H., Johnson, R. M. (1998). Does human facial attractiveness honestly advertise health? *Psychological Science*, 9, s. 8 -13.
33. Kanazawa, S., Kolar, J. L. (2004). Why beautiful people are more intelligent. *Intelligence*, 32, s. 227-243.
34. Kenny, D. A., Horner, C., Kashy, D., Chu, L. (1992). Consensus at zero acquaintance: replication, behavioral cues and stability. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 62, 1, s. 88-97.
35. Langlois, J. H., Roggman, L. A., (1990). Attractive faces are only average. *Psychological Science*, Vol. 1, 2, s. 115-121.
36. Liggett, J. C. (1974). *The human face*. New York: Stein & Day.
37. Little, A. C., Burriss, R. P., Jones, B. C., Roberts, S. C. (2007). Facial appearance affects voting decisions. *Evolution and Human Behavior* 28, s. 18- 27.
38. Little, A. C., Burt, D. M., Perrett, D. I. (2006). Assortative mating for perceived facial personality traits. *Personality and Individual Differences*, 40, s. 973-984.
39. Little, A. C., Burt, D. M., Perrett, D. I. (2006). What is good is beautiful: Face preference reflects desired personality. *Personality and Individual Differences*, 41, s. 1107-1118.

40. Little, A. C., Perrett, D. I. (2007). Using composite images to assess accuracy in personality attribution to faces. *British Journal of Psychology*, Vol. 98, s. 111-126.
41. Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V. (2000). Social cognition: Thinking categorically about others. *Annual Review of Psychology*, 51, s. 93-120.
42. Masip, J., Garrido, E., Herrero, C. (2004) . Facial appearance and impressions of credibility: The effects of facial babyishness and age on person perception. *International Journal of Psychology*, 39, 4, s. 276–289.
43. Mazur, A., Booth, A. (1998). Testosterone and dominance in men. *Behavioral and Brain Sciences*, 21, 3, s. 353-397.
44. McArthur, L. Z. (1982). Judging a book by its cover. A cognitive analysis of the relationship between physical appearance and stereotyping. In A. H. Hastorf a A. M. Isen (Eds.), *Cognitive Social Psychology*, s. 149-211. New York: Elsevier-North Holland.
45. Mehu, M., Little, A. C., Dunbar, R. I. M. (2008). Sex differences in the effect of smiling on social judgments: An evolutionary approach. *Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology*, Vol. 2, s. 103-121.
46. Meier, B. P., Robinson, M. D., Carter, M. S., Hinsz, V. B.(2010). Are sociable people more beautiful? A zero-acquaintance analysis of agreeableness, extraversion, and attractiveness. *Journal of Research in Personality*, 44, s. 293-296.
47. Passini, F. T., Norman, W. T. (1966). A universal conception of personality structure? *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 4,1, s. 44-49.

48. Penton-Voak, I. S., Pound, N., Little, A. C., Perrett D. I. (2006). Personality judgments from natural and composite facial images: more evidence for a 'kernel of truth' in social perception. *Social cognition*, Vol. 4, 5, s. 607-640.
49. Pivoňková, V. a kol. (2010). Závěrečná zpráva grantového projektu Gačr : Adekvátnost přisuzování osobnostních charakteristik na základě hodnocení 2D a 3D zobrazení obličeje hodnoceného jedince, 406/07/0705.
50. Pound, N., Penton-Voak, I. S., Brown, W. M. (2007). Facial symmetry is positively associated with self-reported extraversion. *Personality and Individual Differences* 43, 1572-1582.
51. Ramsey, J. L., Langlois, J. H., Hoss, R. A., Rubenstein, A. J., Griffin, A. M. (2004). Origins of a stereotype: Categorization of facial attractiveness by 6-month-old infants. *Developmental Science*, Vol. 7, 2, s. 201-211.
52. Rhodes, G. (2006). The evolutionary psychology of the facial beauty. *Annual Review of Psychology*, 57, s. 199-226.
53. Rhodes, G., Zebrowitz, L. A. (2002). *Facial attractiveness: Evolutionary, cognitive, and social perspectives*. Ablex Publishing, Westport.
54. Rubešová, A., Pivoňková, V., Lindová, J., Flegr, J., Kuběna, A. & Havlíček, J. (2010). Some Cattell's traits can be judged from composite images accurately (manuskript připravený k publikaci).
55. Rumsey, N., Harcourt, D. (2005). *The psychology of appearance*. USA, Open University Press. USA.
56. Saggino, A. (2000). The Big Three or the Big Five? A replication study. *Personality and Individual Differences*, Vol. 28, s. 879-886.

57. Shackelford, T. K., Larsen, R. J. (1999). Facial Attractiveness and Physical Health. *Evolution and Human Behavior*, 20, s. 71-76.
58. Shevlin, M., Walker, S., Davie, M. N. O., Baynard, P., Lewis, C. A. (2003). Can you judge a book by its cover? Evidence of self-stranger agreement on personality at zero acquaintance. *Personality and Individual Differences*, Vol. 35, s. 1373-1383.
59. Thornhill, R., Gangestad, S. W. (1999). Facial attractiveness. *Trends in Cognitive Sciences*, Vol. 3, 12, s. 452-460.
60. Warner, R. M., Sugarman, D. B. (1986). Attributions of Personality Based on Physical Appearance, Speech, and Handwriting. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 50, 4, s. 792-799.
61. Watson, D. (1989). Strangers' Ratings of the Five Robust Personality Factors: Evidence of a Surprising Convergence With Self-Report. *Journal of personality and Social Psychology*, Vol. 57, 1, s. 120-128.
62. Watson, D., Haig, M. J. (2005). The Descriptive Choices Questionnaire: A new assessment tool for studies of assortative mating. Unpublished manuscript, Department of Psychology, University of Iowa, Iowa City.
63. Watson, D., Hubbard, B., Wiese, D. (2000). Self-other agreement in personality and affectivity: The role of acquaintanceship, trait visibility, and assumed similarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, s. 546-558.
64. Willis, J., Todorov, A. (2006). First Impressions. Making Up Your Mind After a 100-Ms Exposure to a Face. *Psychological Science*, Vol. 17, s. 592-598.
65. Zaidel, D. W., Aarde, S. M., Baig, K. (2005). Appearance of symmetry, beauty, and health in human faces. *Brain and Cognition*, 57, s. 261-263.

66. Zebrowitz, L. A. (1997). *Reading faces: Window to the soul?* Westview Press, Boulder.

67. Zebrowitz, L. A., Andreoletti, C., Collins, M. A., Lee, S. Y., Blumenthal, J. (1998). Bright, bad babyfaced boys: Appearance stereotypes do not always yield self-fulfilling prophecy effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 75, 5, s. 1300-1320.

68. Zebrowitz, L. A., Montepare, J. M. (1992). Impressions of babyfaced individuals across the life span. *Developmental Psychology*, Vol. 28, 6, s. 1143-1152.