

Abstrakt

Lidský obličej je komplexní sémantický orgán, jež mimo jiné odráží i individualitu jedince, což je dáno především jeho tvarovou různorodostí. Tato práce se zaměřuje na zkoumání vztahu mezi vnímanými charakterovými vlastnostmi a sociálním postavením. Dále byla studována variabilita tvaru v závislosti na sociálním statusu. Podkladem pro studii se stal soubor fotografií 55 mužů v manažerské pozici, které byly dále ohodnoceny 47 muži (průměrného věku 22 let) a 77 ženami (průměrného věku 21,6 let). Data byla dále zpracována s využitím klasických metod statistického testování společně s metodami geometrické morfometriky.

V naší studii jsme sledovali vliv tří charakterových vlastností – dominance, atraktivity a důvěryhodnosti – na sociálním postavení. Výzkum ukázal statisticky nesignifikantní vztah mezi vnímanou dominancí, atraktivitou a sociálním statutem. Naopak byl prokázán statisticky významný vztah mezi vnímanou důvěryhodností a sociálním postavením,

Nepodařilo se nám detekovat distinktní morfologické struktury u vedoucích oddělení a vedoucích firem. Nicméně parametrické testy prokázaly statisticky významné rozdíly mezi tvaroprostorem důvěryhodného a nedůvěryhodného obličeje.

Klíčová slova: percepce obličeje, dominance, atraktivita, důvěryhodnost, sociální status, geometrická morfometrika, formální organizace