

**Univerzita Karlova**  
**Fakulta humanitních studií**



**Vliv směru očního pohledu na hodnocení  
osobnosti**

**Bakalářská práce**

Magdalena Rynešová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Radek Trnka, Ph.D.

Praha, 2009

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval/a samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě.

V Praze dne 17. 2. 2009

.....

podpis

Na tomto místě bych chtěla poděkovat všem, kteří přispěli k vytvoření této práce. Můj velký dík patří především Ing. Radku Trnkovi, Ph.D., který vedl tuto práci a velmi mnoho mě toho naučil. Dále bych chtěla poděkovat Ing. Inně Čábelkové, Ph.D., za její rady a ochotu vždy pomoci. Můj dík patří i Mgr. Jitce Lindové, Ph.D., a Mgr. Janu Havlíčkovi, Ph.D., za jejich velmi podnětné konzultace. Mnohokrát také děkuji studentům a vyučujícím na Katolickém gymnáziu v Třebíči a Gymnáziu Jižní Město, kteří mi věnovali svůj čas a zúčastnili se mého výzkumu. V neposlední řadě bych také ráda poděkovala své rodině, protože bez ní bych nemohla studovat vůbec.

**ABSTRACT.** In previous studies it was found that as eye contact increased, people were perceived as more potent (Brooks et al. 1986; Droney & Brooks 1993; Napieralski & Brooks & Droney 1995; Lagomarsino et al. 1998). Surprisingly none of these studies were discussing whether and how the direction of avoidant gaze can influence social judging among humans. This study examines whether there is some influence of direction of avoidant gaze upon the impression formation or not. We have created a set of 6 videotapes which differ in gender of posers and direction of avoidant gaze (upward, downward, to the sides) and let them to be judged by participants. Participants judged 10 personal features of posers (decisive, sociable, trustworthy, efficient, straight, gentle, strong-minded, honest, confident and pushful) using 7-points scales. **RESULTS:** The effect of direction of avoidant gaze on judging four personal features (trustworthy, efficient, straight, gentle) were nonsignificant. Negative effect of downward direction of avoidant gaze was found significant on judging personal features: strong-minded, honest, confident and pushful. Positive effect of upward direction of avoidant gaze was found significant on judging personal feature sociable. Also positive effect of direction to the sides of avoidant gaze was found significant on judging personal feature decisive.

**ABSTRAKT.** Výzkum navazuje na předešlé studie, které zkoumaly vliv délky očního kontaktu na hodnocení osobnosti (Brooks, Church, Fraser 1986; Droney, Brooks 1993; Napieralski, Droney, Brooks 1994; Lagomarsino et al. 1998). Cílem tohoto výzkumu je určit, zda i směr úhybu pohledu ovlivňuje hodnocení osobnosti. Nejprve jsme natočili sadu šesti videonahrávek, které se lišily pohlavím pózistů a směrem úhybu pohledu (nahoru, dolů a do stran). Videonahrávky pak byly promítnuty respondentům, kteří hodnotili deset osobnostních rysů pózistů na sedmistupňové škále. **VÝSLEDKY:** U šesti škál se prokázalo, že směr úhybu pohledu ovlivňuje jejich hodnocení. Z toho u čtyř škál (rozhodnost, upřímnost, sebevědomí a průbojnost) bylo toto hodnocení ovlivněno negativně uhýbáním pohledem dolů. U přesvědčivosti bylo hodnocení pozitivně ovlivněno uhýbáním pohledem do stran. A u společenskosti bylo hodnocení pozitivně ovlivněno uhýbáním pohledem nahoru. U čtyř škál (důvěryhodnost, schopnost, čestnost a příjemnost) se vliv směru úhybu pohledu na jejich hodnocení neprokázal.

<b>1. ÚVOD</b> .....	<b>7</b>
<b>2. OBECNÝ ÚVOD DO ZÁKLADŮ NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1 PROSTOROVÁ A TERITORIÁLNÍ KOMUNIKACE</b> .....	<b>8</b>
2.1.1. <i>Proxemika</i> .....	8
2.1.2. <i>Teritorialita</i> .....	9
<b>2.2 SIGNÁLY TĚLA</b> .....	<b>9</b>
2.2.1. <i>Posturologie</i> .....	9
2.2.2. <i>Gesta</i> .....	10
<b>2.3 MIMICKÁ KOMUNIKACE</b> .....	<b>12</b>
<b>2.4 AKUSTICKÁ KOMUNIKACE</b> .....	<b>14</b>
<b>2.5 TAKTILNÍ KOMUNIKACE</b> .....	<b>16</b>
<b>3. OČI, JEJICH FUNKCE A VÝZNAM V KOMUNIKACI</b> .....	<b>20</b>
<b>4. PŘISUZOVÁNÍ OSOBNOSTNÍCH RYSŮ PODLE OBLIČEJE</b> .....	<b>24</b>
<b>5. CÍL PRÁCE</b> .....	<b>26</b>
<b>5.1 HYPOTÉZY</b> .....	<b>26</b>
<b>6. METODIKA VÝZKUMU</b> .....	<b>28</b>
<b>6.1 VIDEOZÁZNAMY</b> .....	<b>28</b>
6.1.1. <i>Délka, modelová situace, pózisté</i> .....	28
6.1.2. <i>Instrukce pro pózisty před natáčením</i> .....	29
6.1.3. <i>Stimulační videonahrávky</i> .....	30
<b>6.2 DOTAZNÍK</b> .....	<b>31</b>
<b>6.3 SBĚR DAT</b> .....	<b>32</b>
6.3.1. <i>Skupiny</i> .....	32
6.3.2. <i>Pilotní sběr dat</i> .....	33
6.3.3. <i>Vzorek populace</i> .....	33
6.3.4. <i>Postup sběru dat</i> .....	34
<b>7. ANALÝZA DAT</b> .....	<b>36</b>
<b>8. VÝSLEDKY</b> .....	<b>39</b>
<b>8.1 JEDNOFAKTOROVÁ ANOVA</b> .....	<b>39</b>
<b>8.2 FISHERŮV LSD POST – HOC TEST</b> .....	<b>44</b>
<b>8.3 SOUHRN VÝSLEDKŮ</b> .....	<b>47</b>
<b>9. DISKUZE</b> .....	<b>48</b>

<b>10. ZHODNOCENÍ VÝZKUMU A DOPORUČENÍ PRO DALŠÍ VÝZKUM .....</b>	<b>55</b>
<b>10. 1 ETIKA VÝZKUMU .....</b>	<b>56</b>
<b>11. ZÁVĚR.....</b>	<b>57</b>
<b>12. POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>58</b>

# 1. Úvod

Název této práce zní *Vliv směru očního pohledu na hodnocení osobnosti*. Je vůbec možné, aby taková maličkost, jako je směr pohledu, mohla ovlivnit to, jak nás budou vnímat ostatní? Ještě před několika lety bych byla ochotna připustit, že nepatrný vliv tu snad může být, ale nic víc. Nejvíc přeci záleží na tom, co říkáme. Pak jsem začala studovat FHS UK, kde jsem absolvovala kurz neverbální komunikace. Teprve v tu chvíli jsem začala tušit, jak důležitá je mimoslovní komunikace pro naše dorozumívání. V žádném případě se to však netýká jen velkých gest. Naopak, naše neverbální projevy se skládají z mnoha různých prvků, které však mají svůj vliv na chování ostatních. Většinou se jich však dopouštíme nevědomky a stejně nevědomky je u ostatních i vyhodnocujeme. Někdo je nám prostě sympatický, přitažlivý, zdá se nám chytrý, nebo naopak. Neřešíme, proč tomu tak je. Studium neverbální komunikace na toto v mnoha případech dává odpověď.

Tato práce se skládá z několika částí. Nejprve jsem se rozhodla zařadit kapitolu o nezákladnějších poznátcích z neverbální komunikace. Jde mi především o to, aby čtenář, který se sám tímto tématem nikdy nezabýval, pochopil základní principy mimoslovní komunikace.

Další kapitola se bude podrobně zabývat úlohou očí. Budou v ní rozebrány významné předchozí výzkumy, aby si mohl čtenář utvořit představu, co už bylo v této oblasti zjištěno.

Následující kapitoly se už budou zabývat výzkumem samotným. Nejprve budou popsány cíle této práce, pak metodika výzkumu, pak způsob vyhodnocování dat a nakonec výsledky a diskuze.

V samém závěru práce se pak pokusím zhodnotit kvalitu celého výzkumu – jeho přednosti i nedostatky, etiku výzkumu, popřípadě možnosti navázání další studie.

## 2. Obecný úvod do základů neverbální komunikace

Joseph A. DeVito definoval neverbální komunikaci jako komunikaci beze slov, která probíhá prostřednictvím nejrůznějších typů signálů. Takovými signály jsou např. způsoby držení těla, pohyby těla, výrazy obličeje, různé pohledy, pohyby očí, vzdálenosti mezi komunikujícími a změny těchto vzdáleností, ovládání prostoru, dotyky, hlas a jeho rychlost, hlasitost, intonace či zabarvení, ale třeba i druhy oblečení či jeho barvy (DeVito 2001).

### 2. 1 Prostorová a teritoriální komunikace

#### 2. 1. 1. Proxemika

Proxemika zkoumá vliv a komunikační funkci toho, jaké místo zaujímá daná osoba k prostoru, a to, jakou pozici zaujímá vůči ostatním. Způsob využití prostoru sděluje obsáhlou řadu signálů. Obecně se rozlišují čtyři vzdálenosti, které odkrývají, jaký vztah mezi sebou lidé mají (Giddens 1999):

**Veřejná vzdálenost:** odstup větší než 3,7 m, základ naší osobní ochrany, v případě nebezpečí jsme schopni včas zareagovat a podniknout obranná opatření.

**Společenská vzdálenost:** od 1,2 do 3,7 m, při obchodní a společenské komunikaci, čím větší vzdálenost, tím je to formálnější.

**Osobní vzdálenost:** od 45 do 120 cm, tato vzdálenost určuje naši ochrannou „bublinu“, což je prostor okolo nás, do kterého nikoho nepouštíme, pokud spolu nemáme velmi blízký vztah.

**Intimní vzdálenost:** do 45 cm, tato vzdálenost se využívá pro uklidňování, milování, ochranu nebo naopak zápas.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> V různých publikacích jsou uváděny trochu rozdílné vzdálenosti, všude se však uvádí tyto čtyři okruhy.



Různé vzdálenosti i způsoby, jakými se pohybujeme a využíváme prostor, jsou ovlivněny různými faktory: vzájemné postavení účastníků komunikace, kultura, kontext, pohlaví, věk účastníků a předmět jejich komunikace.

## 2. 1. 2. Teritorialita

Tento termín byl převzat z etologie. Znamená projev vlastnických vztahů k určitému prostoru nebo předmětu (DeVito 2001). Velikost a umístění teritoria vypovídá o postavení člověka.

Stejně tak, jako si označují svá teritoria zvířata, dělají to i lidé. Příkladem takového označení může být třeba taška na vedlejší sedadle, knihy na lavici či svetr přehozený přes opěradlo židle. Hranice teritoria se zase označují třeba plotem na zahradě, dveřmi, přepážkou u pokladny nebo jen opěrkou na ruce u sedadla.

Vlastní věci si označujeme různými značkami: ochranné známky, obchodní značky, jmenovky či monogramy.

Své *teritorium* si však nemusíme vyčleňovat jen v rámci osobního vlastnictví, ale můžeme si třeba vyčlenit či uzavřít svůj hraniční obrys. K tomu nám poslouží ruce a záda. Můžeme tak úplně vyčlenit třetí osobu. Pomocí našich těl je možné také vytvořit tzv. *revírní kruh*, kdy skupinka lidí úplně uzavře prostor, do kterého se nikdo mimo nich nemůže dostat a kterým se skupinka vymezení vůči svému okolí.<sup>2</sup> Zároveň se tak ale členové skupinky vymezují i vůči sobě. Dominantní osoby můžeme vidět spíše více ve středu a ostatní jsou seskupeni okolo nich. Odmítání členové stojí bokem, protože ostatní jim svými zády vytvořili přirozenou zábranu.

## 2. 2 Signály těla

### 2. 2. 1. Posturologie

Posturologie se zabývá signály, které člověk vysílá svým držením těla. Podrobněji se dá říct, že zkoumá to, jakým způsobem dotyčný stojí, tvar a naklonění jeho trupu, pozice nohou a rukou. Postoj těla může velmi mnoho říct o dotyčném člověku. Může ukázat jeho pocity, myšlenky, názory, ale třeba i vztah k ostatním.

---

<sup>2</sup> Zdrojem k těmto informacím mi byly poznámky z kurzu Neverbální komunikace na FHS UK, zimní semestr 2005

Například jedním znakem flirtování je prohnutý trup. Ruce v bok zase vyjadřují naštvanost. Založené ruce často ukazují odmítnutí či nejistotu, kdy si člověk vytváří ze svých rukou pomyslnou bariéru. Naopak otevřený postoj vyjadřuje vstřícnost a otevřenost vůči ostatním.

## 2. 2. 2. Gesta

Gestikulace je krátkodobá změna polohy částí lidského těla, jež doprovází řeč, zdůrazňuje význam sdělení nebo nahrazuje slovo či tvrzení. Termín pochází z latiny (gestus = posunek). Pro gesta jsou hlavně důležité pohyby rukou, případně pohyby hlavou (Fraňková, Klein 1997).

Gesta jsou specifická pro každou kulturu, což znamená, že mohou mít v různých kulturních prostředích různý význam. Proto je dobré seznámit se s významy gest v cizích zemích a být opatrný s používáním i interpretací gest, pokud se nacházíme mimo své kulturní prostředí. Gestikulace je velmi důležitá v případech, kdy je znemožněna verbální komunikace – např. u hluchoněmých. Gesta mají svůj význam nejen v komunikaci mezi lidmi, ale i v komunikaci se zvířaty (pes, kůň, delfín, ...).

Typy gest:

**Emblémy** – konvenční gesta, mohou nahradit řeč, nesou význam společensky a situačně ustálený. Příklad: palec vzhůru – dobrá práce; ukazovák a prostředník do tvaru „V“ – vítězství.

**Deiktická gesta** – ukazovací, ukazování na předměty, osoby a jevy.

**Ikony (Ilustrátory)** – zesilují verbální signály názorným vyobrazením, zobrazují vlastnosti, často se používají při vysvětlování. Nejčastěji se používají ruce, ale může se použít i hlava či celé tělo. Příklad: naznačení tvaru či velikosti předmětu – velký, malý, kulatý; ukazování určitým směrem – doprava, doleva, nahoru.

**Beaty (motor movements)** - zdůraznění toho, co říkáme. Např. zdvižený ukazováček při varování či prudký pohyb ruky dopředu podporující důraz na určité slovo. Zdůrazňují význam pronášených slov či rytmus řeči. Někteří lidé dělají tato gesta např. i při telefonování, kdy je nikdo nevidí. Tato gestikulace se často používá v projevech k masám lidí, kdy má obrovský účinek na emoční naladění.

**Regulátory** – signály, které nějakým způsobem ovlivňují řeč druhého. Regulátory kontrolují, udržují, koordinují či monitorují něčí řeč. Příklad: přikývnutí

naznačí, že posluchač poslouchá, všemu rozumí a mluvčí může pokračovat; předklonění a lehké otevření úst značí, že posluchač by rád něco řekl; krouživými pohyby dlaní naznačuje posluchač, že mluvčí může svou řeč zrychlit; naopak otevřená dlaň pohybující se směrem od těla naznačuje, aby mluvčí zpomalil.

**Adaptory** – gesta, která uspokojují nějakou osobní, tělesnou potřebu či pohyby sloužící k přizpůsobení se nějaké situaci. Příklady: poškrábání; odhrnutí vlasů z čela; tření nosu; zaujmutí příjemnější polohy; změna polohy bránící přesezení. Adaptory však nemusí být zaměřeny jen na vlastní osobu. Mohou se soustředit i na osobu jinou. Příklady: odstranění smítka na šatech druhého; upravení něčí kravaty. Dále se mohou adaptory zaměřovat i na předměty. Příklady: bezmyšlenkovité mačkání papíru; pohrávání s propiskou či kelímkem. Jak už bylo zmíněno, adaptory původně vznikly k uspokojení osobní potřeby. Přeneseně se však často objevují i ve chvílích nudy, nervozity či stresu. V takovém případě můžeme mluvit třeba o přeskokovém jednání, kdy se dotyčný musí na místě rozhodnout mezi více alternativami a než se tak stane, drbe se na hlavě, klepe prsty do stolu, poposedává, houpe se na židli atd.

**Akustická** – gesta, která není potřeba vidět, protože informace se přenáší akusticky (potlesk, lusknutí prsty, ...).

**Kódovaná** – gesta, kde se jednotky dorozumívání spojují na základě přesných principů jako písmena abecedy (Morseova abeceda).

Ještě než úplně uzavřu tuto podkapitolu, ráda bych se podrobněji zmínila o tom, co můžeme z gest vyčíst. Jaká je jejich funkce v řeči:

- 1) Doplnující – místo toho, aby rybář řekl, že jeho úlovek byl dlouhý půl metru, názorně rukama ukáže, že ryba byla „*tákhle*“ veliká.
- 2) Akcentující – pomocí gest se může naznačit pauza, důraz na určité slovo, atd. K tomu se používají *beaty* (motor movements).
- 3) Odporující – v případě, kdy si verbální a neverbální složka sdělení odporují. Např. tvrzení: „*Jsem naprosto klidný,*“ je doprovázeno uvolňováním límečku, což je znak nervozity. Tato odporující gesta jsou poměrně spolehlivým vodítkem, jak rozpoznat klamání či lež. Zatímco ovládat slova a úmyslně říct nepravdu může být poměrně snadné, ovládat k tomu i gesta a celkový neverbální projev je mnohem těžší. Nápadného rozporu mezi verbálním a neverbálním projevem se ale v řeči i využívá. Je na něm založen tzv. sarkasmus.

- 4) Opakující – ke slovnímu sdělení se přidá gesto, vyjadřující to samé. Např. matka zavolá na dítě: „Papá!“ a zároveň na něj zamává; host v restauraci si objedná dvě piva a zároveň na prstech ukáže stejný počet, čímž si je jist, že mu obsluha správně rozuměla.
- 5) Nahrazující – místo slov se použije jen gesto, které má jasný význam a může tak slova nahradit. Např. host v restauraci zvedne ruku a kývne na číšníka, čímž mu dá najevo, aby přišel k jeho stolu, a nemusí křičet na celou restauraci; matka si dá ukazováček před pusou, což je signál k dítěti, aby bylo potichu. Tím, že matka mohla napomenout dítě beze slov, nerušila danou situaci ještě více.
- 6) Regulační – prostřednictvím gest mohou posluchači regulovat proslov mluvčího, aniž by proslov rušili skákáním do řeči. Prostřednictvím regulátorů mohou například naznačit, že by chtěli něco dodat, že potřebují, aby mluvčí zpomalil, dokonce mohou i vyjádřit, že s něčím nesouhlasí. To vše mohou naznačit jen skrze gesta a nemusí mluvčímu vpadnout do řeči, což by bylo považované za krajně nevhodné.

## 2. 3 Mimická komunikace

Mimika se považuje za nejdůležitější složku neverbální komunikace. To neplatí jen pro odborníky, ale dá se to říci o celé lidské populaci. Každý člověk, který se snaží udělat nějaký dojem, si nejvíce kontroluje právě obličej, a stejně tak každý, kdo se snaží něco zjistit o druhém, si všímá nejvíce obličeje. Ne nadarmo se proto říká, že tvář je jako zrcadlo do duše.

U mimické komunikace má velký význam:

- **Čelo** – krčení, které během života postupně vytváří podélné nebo příčné vrásky.
- **Oči** – přivírání, zužování, rozevírání. I to způsobuje ve stáří viditelné tzv. vějířkovité vrásky okolo očí. U očí je dále důležitý oční kontakt (délka, frekvence) či směr pohledu, jehož vliv je předmětem zkoumání mé práce.
- **Nos** – krčení nosu při různých emocích a rozšiřování nozder např. při zlosti.

- **Ústa** – sevření, pootevření, obnažování zubů, různé způsoby úsměvů, pohyby lícních svalů.

Obličejové svalstvo primátů je utvářeno tak, že umožňuje velké množství komunikačních signálů (Fraňková, Klein 1997). Ve srovnání s jinými savci je u člověka mimika obzvláště vyvinutá, což jen dokazuje, jak je mimika v komunikaci lidí důležitá. U člověka se vyvinulo větší množství samostatných svalů v oblasti obličeje, zároveň se však zredukovala jejich velikost. I to je jedním z důvodů, proč jsou lidé tak všímaví, co se mimiky týká. I nepatrný rozdíl totiž může změnit celý výraz a tím i dojem, který vytváří. To bych chtěla na tomto místě obzvláště zdůraznit, protože výzkum, který jsem v rámci této práce vypracovala, toto tvrzení z velké části potvrzuje. V sedmdesátých letech 20. stol. vyvinuli Ekman a Frisen (1978) tzv. *Facial Action Coding System* (FACS)<sup>3</sup>, je to metoda, která si všímá detailních a velmi drobných změn mimických svalů. Autoři napočítali neuvěřitelných sedm tisíc výrazů.

To hlavní, co můžeme z obličeje vyčíst, jsou emoce. Některé emoce můžeme rozeznat dokonce jenom z obličeje, zatímco ostatní části těla v tomto směru nepřidávají mnoho dalších informací. Jako příklad mohu uvést míru potěšení či souhlas (DeVito J.A 2001). Toto však neplatí všeobecně. Například skrze tanec je možné vyjádřit celou škálu emocí.

Ekman et al. ve své studii z roku 1979 určili sedm emocí, které dokáže mimika vyjádřit. Jsou to: štěstí, překvapení, strach, hněv, smutek, znechucení a opovržení. Ekman et al. (1979) ve svém výzkumu dále zjistili, že některé emoce se vyjadřují a rozpoznávají snadněji než jiné. Mezi ty nejsnáze čitelné emoce patří štěstí. Další studie dále zjistily, že ženy jsou schopné rozpoznat emoce v obličeji snadněji než muži (Hall, 1984; Argyle, 1988), a to i u respondentů v ČR (Trnka et al. 2007)

Emoce, jejich prožívání a projevy exprese, jsou silně ovlivněny kontextem a kulturou. Kultura má vliv i na to, co v daném okamžiku cítíme, i na to, jak tyto pocity dáváme najevo. V tomto kontextu mluvíme o tzv. *display rules* – pravidla, jakým způsobem má dávat dotyčný najevo své pocity, a *feeling rules* – pravidla, co má dotyčný v daném okamžiku cítit (Vybíral 2003). Většina výzkumů, která probíhala v euroamerické oblasti, se proto nedá zobecnit na jiné než americké či evropské společnosti. Velká rozmanitost v mimické komunikaci napříč všemi kulturami tak zřejmě nesouvisí s odlišným způsobem vyjadřování emocí, ale s tím, jaká reakce je pro danou kulturu přípustná. Tímto tématem se v minulosti zabývali někteří američtí a

---

<sup>3</sup> Kódovací systém obličejových aktivit

japonští vědci (Ekman et al. 1987; Matsumoto 1989). Pravidlo o tom, že poznatky z výzkumů se většinou nedají vztáhnout na jinou populaci než na tu, na které byl výzkum proveden, platí pro oblast celé neverbální komunikace.

Bylo by chybou zaměřit se při popisu mimické komunikace jen na vyjadřování emocí. Z toho, jak se tváříme, lze totiž vyčíst mnohem víc. Pozorný partner může mnohdy vyčíst, na co druhý myslí, co hodlá udělat, co si myslí o tom, co mu říkají jiní. Z obličeje je dokonce možné vyčíst, že si druhý na něco vzpomněl nebo že si vzpomíná na to, o čem se mluví. Z tváře se dá naopak ale vyčíst i to, že dotyčný neví, o čem se mluví, že si neví rady, že se nudí. Tvář dokáže signalizovat nátlak, prosbu, dokáže povzbudit, zastrašit nebo uklidnit.

V kontextu mimické komunikace se také často diskutuje o tom, zda je možné odhalit lhaní či nikoliv. V češtině pro to existuje velmi výstižné slovo: *přetvářka*. Vybíral (2003) zde upozorňuje především na to, že mnohdy je pro nás přetvářka tak přirozená, že sami zapomeneme, že něco hrajeme. Dále autor upozorňuje na to, že mnohý lhář se dokáže natolik vycvičit, že dokonale ovládá každý pohyb svého těla a ani zkušený znalec lidského chování pak lež nerozezná. Naopak někdy může i pravdomluvný člověk, který má strach, že se mu nebude věřit, působit tak roztržitým a nervózním dojmem, že je opravdu za lháře označen. Na tyto skutečnosti upozornil ve svých výzkumech z devadesátých let především Paul Ekman (P. Ekman, M. O'Sullivan 1991; Frank, Ekman 1997). Podle Zbyňka Vybírala (2003) i z těch nejoptimističtějších výsledků vyplývá, že i ti nejzkušenější znalci lidského chování se při odhalování lhářů v 15 – 30 % zmýlí. Nebezpečí, že se při určování lháře zmýlíme, je proto tak velké, že bychom se nikdy neměli na náš úsudek zcela spoléhat.

Nejvýraznější rozdíly byly v systému FACS, o kterém se zmiňuji dříve, mezi tzv. falešným (strojeným, zdvořilostním, zamaskovávajícím) úsměvem a úsměvem radostným ve stavech štěstí (Vybíral 2003). Zbyněk Vybíral (2003) však varuje před příliš zjednodušeným dělením úsměvů na přirozený a nucený. Typy úsměvů podle něj vytvářejí kontinuum od spontaneity po křečovitost a ve středním pásmu u většiny lidí nerozpoznáme hraný úsměv v určité roli od úsměvu spontánního.

## 2. 4 Akustická komunikace

Základním prostředkem komunikace je řeč. Nás zde zajímají neverbální komponenty řeči a projevy, které doprovázejí mluvené slovo. Nejde zde tedy o to, co se říká, ale o to, jak se to říká. Projevy, které doprovázejí řeč, se označují termíny

„*paralingvistika*“ - z lat. *para* = vedle, mimo a z angl. *language* = jazyk (Fraňková, Klein 1997). Termín použili jako první nejspíše Welmers (1954) a Trager a Smith (1956). Paralingvistikou se rozumí mimoslovní charakteristiky lidské řeči. Paralingvistická zvuková složka komunikace může být nazírána podobně jako slova – je podobně technicky utvářená, ale současně je podobně utvářená jako pohyby těla – např. emoce jsou často vyjádřeny pohybovou i zvukovou složkou zároveň např. při úleku – trhnutí těla a vyjeknutí zároveň (Valenta 2004). Lidé si často dělají úsudek o druhém z paralingvistických signálů už během první minuty jejich rozhovoru. Davitz (1970) zjistil, že lidé dokážou přesně posoudit postavení mluvčího na základě minutové nahrávky jeho hlasu. Často si lidé dělají obrázek o mluvčím i ohledně jeho povahy, charakteru (tichý = nesmělý a podřízený; hlasitý = sebejistý, sebestředný; monotónní = bez zájmu; ...) Z parakomunikace se dá také poměrně přesně určit emocionální stav mluvčího. Některé emoce se identifikují snadněji (nenávisť, sympatie) jiné hůře (strach). Zde bych však chtěla zdůraznit, že rozpoznávání emocí z hlasu je jistě velmi ovlivněno mimikou mluvčího. Dále také záleží na schopnostech posluchačů v rozpoznávání emocí z řeči i na schopnostech mluvčího, zda umí emoce předvést nebo je naopak skrýt.

Druhy akustických projevů (Fraňková, Klein 1997):

**a) Intonace, artikulace, melodie řeči, výška tónu** – melodie řeči vyjadřuje různé emoce (zlost, smutek, ...). Díky tomu můžeme rozpoznat emoční naladění i u člověka, který mluví cizí řečí. Výška tónu vypovídá o povahových vlastnostech nebo psychickém stavu jedince. Z intonace se může poznat původ, geografické vlivy, kulturní specifičnost, sociální postavení i osobnostní rysy.

**b) Způsob vyjadřování**

- **rychlost a tempo řeči** – závisí na temperamentu, fyzickém a psychickém stavu mluvčího, bdělosti, rychlosti myšlení.
- **hlasitost řeči** – závisí na fyzických možnostech, sociálním postavení, počtu osob, odráží emoce, jako je strach, hněv, smutek, radost.
- **plynulost řeči** – řeč je členěna pauzami, které oddělují myšlenky, pauzy dále zesilují významnost proneseného nebo naopak upozorňují, že něco důležitého bude řečeno, délky pauz se řídí

určitými pravidly – např. příliš dlouhá pauza působí zneklidňujícím dojmem.

- **Citoslovce a neartikulované zvuky** – slouží ke zdůraznění obsahu řeči. Někdy mohou prozradit rozpaky mluvčího, zhoršenou schopnost vyjadřování a nízkou kulturu řeči. Do této skupiny patří ale i smích, mumlání, mlaskání, výskání, zívání, pláč, ječení apod.
- **„Parazitická“ slova** – vkládají se do řeči bezděčně, často si jich mluvčí ani není vědom, někdy jsou nepříjemným návykem. Slouží také jako vyplnění pauzy, ve které si mluvčí formuluje další myšlenku. Jde o výrazy typu: „prostě“, „že ano“, „jako“, „vlastně“ atd.
- **Mlčení** – mlčení komunikuje právě tak intenzivně jako jakékoliv slovní vyjádření. Mlčení poskytuje čas na formulování otázek. Připravuje posluchače na závažnost dalšího sdělení. Mlčení může být také dramatickou demonstrací lhostejnosti k druhému, může být i trestem, může vyjadřovat rozhodnutí nespolupracovat a vzdorovat. Odmítnutí komunikovat může signalizovat popření něčí autority, mlčením se často dává najevo rozmrzelost či zlost. Pak je mlčení často doprovázeno i mimickými signály a gesty (přivřené oči, zkřížené paže, ...). Mlčení však může také znamenat nejistotu a nesmělost, může dokonce vyjadřovat i náklonnost a lásku – v tom případě je doprovázeno jinými neverbálními projevy, jako jsou dlouhé vzájemné pohledy do očí, letmý úsměv na rtech. Každá kultura přistupuje k mlčení odlišně. Ve Spojených státech se na mlčení pohlíží většinou negativně (nezájem, nevěnování pozornosti, nepochopení tématu). V Japonsku se mlčení v některých situacích považuje za nejlepší reakci (Haga 1988). Staří Apači při navázání nějakého vztahu prvních několik měsíců zcela mlčeli.

## 2. 5 Taktilní komunikace

Taktilní komunikací se myslí komunikace dotykem či kontaktní chování (Fraňková, Klein 1997). Někdy se nazývá také ***haptika*** (DeVito 2001). Je to pravděpodobně nejprimitivnější forma neverbální komunikace. Hmat se vyvíjí dříve než ostatní smysly. Dotyk patří mezi základní formy komunikace živočichů. Hmat je



některými etology<sup>4</sup> nazýván „matkou smyslů“. Živočišné druhy lze dělit podle potřeby těsné blízkosti do dvou skupin:

- **Kontaktní** – blízkost jiného jedince je pro ně velmi důležitá (hlodavci, poloopice, opice, člověk).
- **Distanční** – tělesný kontakt se omezuje jen na fázi námluv a rozmnožovacích aktivit (mnozí ptáci i savci). Člověk se stává čím dál tím více distančním tvorem.

Jones a Yarbrough (1985) identifikovali tyto hlavní významy dotyků:

- 1) vyjadřování **pozitivních emocí** skrz dotyky (podpora, ocenění, zájem, náklonnost).
- 2) dotyk může **ovládat** či **usměrňovat** něčí chování (pokud potřebujete něčí pozornost, dotknete se ho).
- 3) **rituální dotyky** – při pozdravu či loučení (podání ruky, objetí, položení ruky kolem ramen).
- 4) **funkční dotyky** – dotyky za nějakým účelem - odstranění smítka z obleku druhého, pomoci někomu z auta.

Nejběžnějším dotykem při komunikaci je **podání ruky**. Existuje mnoho teorií o původu tohoto zvyku. Podle jedné teorie je to symbolizovaná nabídka groomingu<sup>5</sup>. Podle jiných teorií jde o rituál, který dokazuje, že nejsou nepřátelské úmysly - v rukou není zbraň (Fraňková, Klein 1997). Podání ruky má mnoho funkcí: potvrzuje uzavření smlouvy, dohody, slibu či přísahy. Podání ruky také symbolizuje důvěru v druhého (ruka je náš nejdůležitější pracovní nástroj a dotyčný věří, že mu ji druhý nepoškodí). V některých situacích je i výrazem rovnosti.

Ze způsobu podání ruky můžeme vyčíst mnoho informací o druhém: **stupeň vlhkosti či suchosti** nám např. prozradí, zda je dotyčný nervózní, nebo ne. **Síla stisku** napoví mnoho o povaze druhého. Průměrná **doba stisku** ruky je 5 sekund. Pokud je stisk kratší, bývá chápán jako nedostatek zájmu, pokud delší, může naopak signalizovat zvýšený zájem. Příliš dlouhý stisk je už chápán jako dotěrnost a lidem bývá nepříjemný, protože ztrácí možnost úniku a svobody. Poměrně často se hovoří o tom, že **styl uchopení** ruky naznačuje, zda je osoba dominantní, či podřízená.

<sup>4</sup> Etologie = věda o biologických základech chování živočichů.

<sup>5</sup> Čištění a vykusování parazitů dominantnímu jedinci – důležité sociální a rituální chování u primátů, zpevňuje pouto mezi členy skupiny, u lidí nejpodobnější tzv. vískání ve vlasech.

Dominantní člověk má tendenci podávat ruku dlaní dolů, podřízený dlaní nahoru (Pease 2001). Podání ruky ve stylu „rukavice“ či „politikovo potřesení rukou“ (nabízená dlaň se obejmě oběma rukama) se používá k přesvědčení o důvěryhodnosti a počestnosti. Pokud se však použije při prvním setkání, mívá spíš opačný účinek. Obouručné podání ruky se používá, pokud chce dát dotyčný najevo upřímnost, důvěru nebo hloubku svých citů. Obecně platí, že čím uchopuje levá ruka ruku druhého blíže k tělu, tím je cit vřelejší - uchopení za zápěstí-loket-paži-rameno (Pease 2001). Jde o vstupování do nejužšího intimního prostoru. Jedinec by si měl dát pozor, zda si takové gesto může dovolit. Pokud totiž naruší intimní zónu druhého, bude mít jeho počínání přesně opačný účinek. Hranice intimní zóny je velmi odlišná v určitých oblastech a kulturách. A tím se pomalu dostávám k poslednímu tématu, které je s taktilní, dotykovou komunikací úzce spojeno.

Tímto posledním tématem je odmítání kontaktu – **bariéry**. Člověk může odmítat navázání kontaktu fyzického i společenského, což se velmi často doplňuje. Bariéry si člověk vytváří v situacích, kdy se cítí ohrožen, při kompromitujících situacích, v situacích, kdy ho pozornost druhého obtěžuje.

Existuje celá řada způsobů (verbálních i neverbálních), jak někomu zabránit navázat s vámi kontakt. Lidé používají mnoho pomůcek, včetně vlastního těla. Některé z bariér si ani neuvědomujeme. Některé máme dokonce společné s dalšími živočichy (Fraňková, Klein 1997). Např. zdvihnutí ramen, čímž si pomyslně zakryjeme hlavu, natáčení těla bokem, zakrývání obličeje rukama. K mnoha bariérám používáme hlavně ruce: ruce se zkříží před tělem, zakryjí se jimi ústa, obličej, oči. Podobně se k vytváření bariér používají i nohy: zkřížením. Velmi výmluvné je současné zkřížení paží a nohou. Dále můžeme použít celé tělo: naklonění jakoby za pomyslnou překážku. Kromě svého těla využívá člověk i všelijaké předměty, které má po ruce: jídelní lístek, noviny, knihy, sluneční brýle, dokonce i kouř z cigaret. Poměrně zvláštní druh bariéry popsal ve své knize: *Mluvíme beze slov* V. Vávra (1990). Jde o bariéru tzv. *ochranně – naparovačnou*. Tato bariéra se nejlépe ukazuje na fotografiích A. Hitlera a B. Mussoliniho. Tato bariéra se projevuje tak, že k bariéře založených rukou nebo rukou v bok se začne připojovat nápadné zvětšování postavy (ramena vzhůru, zvětšený hrudník, narovnaná páteř). Tato bariéra může signalizovat agresivitu, ale i neškodné chvástání. Vytváření bariér však může být mnohem méně nápadné. Mezi takové patří jemné splétání prstů při setkání s někým cizím nebo při příchodu do neznámého prostředí. Velmi elegantní a rafinovanou bariérou je upravování náramku či hodinek (tuto zábranu můžeme často vidět třeba u královny Velké Británie Alžběty II.). U mužů

můžeme tuto bariéru vidět v pozměněné podobě – popotahování rukávu a upravování manžetových knoflíčků.

S. Fraňková a Z. Klein ve své knize *Úvod do etologie člověka* (1997) uvádějí tři hlavní funkce bariér:

- **odmítání komunikace** – člověk vytvářením bariér znemožňuje druhému iniciovat kontakt.
- **úkryt** – příčinou může být strach a úzkost, ale může se také jednat o tzv. sociální stres. Bariéry si vytváříme v případě, že skutečný úkryt je nedostupný a kdy nelze odejít.
- **předstírání** – někdy může být cíl bariér přesně opačný. Nejčastěji se takové bariéry používají při koketování. To, že je taková bariéra jen předstíraná, lze poznat z toho, že významy gest, mimiky a postoje si protirečí (např. odklon trupu je doprovázen mírným natočením hlavy směrem k partnerovi, úsměv, ...)

Existují ještě mnohé další způsoby komunikace vyjádřené jinak než slovy. Například **olfaktorická komunikace** neboli chemická komunikace nebo také čichová komunikace, při které hrají hlavní roly feromony.

Dále můžeme **komunikovat prostřednictvím předmětů**. Do této oblasti patří komunikace skrz barvy, dekorace prostoru, styl oblečení, šperky, dárky. To vše o nás může mnohé napovědět ještě dřív, než začneme mluvit. Bohužel povaha ani rozsah této práce mi nedovolují, abych se těmito tématům věnovala podrobněji.

### 3. Oči, jejich funkce a význam v komunikaci

Při svém pokusu o obecný úvod do neverbální komunikace jsem se záměrně vyhnula popisu funkce očí. Název mé práce zní *Vliv směru pohledu na hodnocení osobnosti*. Oči jsou tedy v centru mého zájmu, a zaslouží si proto samostatnou a podrobnější kapitolu.

Lidová slovesnost vytvořila mnoho výrazů pro různé pohledy a jejich význam. Pohled může být třeba hřejivý, ale i vražedný, uhrančivý, dobromyslný či mrazivý. Člověk se může dívat svrchu, milostivě, přehlíživě, může rozdávat pohledy. V každém jazyku bylo vytvořeno mnoho úsloví, která vyjadřují důležitost přikládanou očím v komunikaci mezi lidmi: „*Okno do srdce okno.*“, „*Okno je oknem do duše.*“, „*Viset na někom očima.*“, „*Jíst očima.*“

Je pravda, že lidé se v obličeji nejvíce zaměřují právě na oči a oči tak hrají nejdůležitější roli v komunikaci (Keating, Keating 1982; Morton, Johnson 1991). Oči jsou prvním spojením a kontaktem mezi novorozencem a jeho matkou (Haith 1977; Haith, Campos 1977; Baron-Cohen 1994; Driver et al. 1999). Oči jsou také velmi důležité při navázání kontaktu s možným sexuálním partnerem (Cordell, McGahan 2004).

Lidé dokážou velmi přesně rozpoznat směr pohledu a odlišit i nepatrné odchylky (Macrae et al. 2002). Díky tomu pohled člověku umožňuje předávat důležité sociální signály. Tuto schopnost jsme pravděpodobně zdědili už od svých biologických předků v průběhu evoluce. V živočišné říši závisí na schopnosti rozeznat směr pohledu mnohdy život. Přímý pohled může znamenat, že se jedná o predátora (v evoluci očního kontaktu znamená přímý, déletrvajíc pohled výhružku, primáti chápou prodloužený pohled jako výraz agrese), a naopak vystrašený pohled určitým směrem může ostatní upozornit, že v těch místech se nachází predátor (Fraňková, Klein 1997). A. Mathews et al. (2003) zjistili, že i lidé věnují mnohem větší pozornost tomu, když se někdo v jejich blízkosti dívá určitým směrem a jeho tvář vyjadřuje emoci strachu, než v případě, kdy má neutrální výraz. Dále se zjistilo, že i lidé přikládají větší důležitost přímému pohledu než odvrácenému. Jones et al. (2006) provedli podobný výzkum, který byl zaměřený na rozpoznávání emočního výrazu. Výsledky prokázali, že zlost byla lépe rozeznatelná na fotografiích s přímým pohledem než na fotografiích s pohledem odvráceným, zatímco u emoce strachu to bylo přesně naopak. Strach byl snáze rozeznatelný u osob hledících stranou než u osob hledících přímo. Tyto výsledky se dají interpretovat tak, že člověk je více vnímavý, když se někdo hněvá na

něj, protože to je pro něj nebezpečnější, než když se hněvá na někoho jiného. Stejně tak si více všímá, když někdo svým pohledem naznačuje, že v okolí se nachází něco hrůzného, než když se někdo bojí jeho samotného (Lindová, Trnka 2008). Také studie R. B. Adamse a R. E. Klecka (2003) prokázala, že směr pohledu a emoční výraz jsou společnými nositeli významných sociálních signálů. Mnoho výzkumů se tak zaměřuje právě na roli přímého a odvráceného pohledu v sociální interakci. N. Gueguen a C. Jacob (2002) zjistili, že lidé na ulici byli více ochotni odpovídat nebo pomoci, když zaznamenali přímý pohled, než když se jim tazatel nedíval přímo do očí. Přímý pohled je tedy vnímán jako naléhavější, jako něco, co by nemělo zůstat bez odezvy.

Příliš dlouhý pohled je však u lidí taktéž hodnocen jako hrozba nebo v heterosexuální situaci jako výzva k bližšímu kontaktu - dlouhé vzájemné pohledy jsou vyjádřením lásky (Vávra 1990). Oční kontakt je také odlišný v závislosti na pohlaví. Zrakový kontakt je kratší mezi lidmi opačného pohlaví než mezi lidmi stejného pohlaví (Vávra 1990). Ženy se dívají na druhé osoby častěji, avšak bývá jim nepříjemné, jestliže někdo pozoruje je (DeVito 2001). V každé kultuře existují poměrně přesná nepsaná pravidla vhodné délky očního kontaktu. Výzkumy v Anglii např. zjistily, že průměrná délka pohledu je necelé 3 vteřiny. Průměrná délka vzájemného očního kontaktu byla ovšem naměřena jen 1,18 vteřiny (Argyle 1988).

Směr a délka pohledu ale také velmi závisí na dané situaci: s kým dotyční hovoří, jaké je téma rozhovoru, při jaké příležitosti se vidí, jaký je jejich emoční stav, jaké jsou vlastnosti zúčastněných, jaký je jejich vzájemný vztah a již zmíněný kulturní kontext. Při jakémkoliv zkoumání či hodnocení pohledu je toto třeba mít na paměti. Např. již první výzkumy z 60. let jasně prokázaly, že míra pohledu je ovlivněna sympatiemi mezi konverzačními partnery. Čím pozitivnější byl vztah mezi lidmi, tím větší byla míra jejich zrakového kontaktu. (Exline 1964; Exline et al. 1965; Exline, Winters 1965).

Velmi podstatný vliv na délku a směr pohledu mají i povahové vlastnosti. Výzkumy se nejčastěji zaměřují na zkoumání vlivu dominance, submisivity, extroverze a introverze. Na druhé straně však platí i to, že délka a směr pohledu ovlivňuje, jaké povahové vlastnosti budou osobě přiřazeny. To zkoumala např. studie autorů J. K. Burgoon et al. (1986). Při výzkumu bylo simulováno výběrové řízení. Žadatel o zaměstnání byl instruován, co má říkat a jak se má tvářit. Tazatel pak vyplnil dotazník, ve kterém popisoval dojem, jaký na něj žadatel udělal. Studie prokázala, že nepřímý pohled negativně ovlivnil hodnocení mnohých vlastností, např. důvěryhodnosti, bezprostřednosti, laskavosti... Zajímavé ovšem je, že výsledky se lišily v závislosti na

pohlaví hodnocených. Odvrácený pohled měl negativnější dopad na hodnocení pro muže než pro ženy. Tento závěr potvrzuje nepřímo i jiná studie od R. Campbell et al (1996). Dobrovolníci zde měli za úkol zvolit, zda na předložených fotografiích je muž nebo žena. Výsledky ukázaly, že muži, kteří se dívali dolů, byli rozeznávaní hůře než muži dívající se přímo. Další výzkum, který potvrdil, že stejný pohled u muže a u ženy má jiný účinek, byl proveden autory H. Aguinis a Ch. A. Henle (2001). Tento výzkum prokázal, že delší oční kontakt u ženy není vnímán pozitivně, jak to bylo zjištěno u mužů, ale negativně. Žena působila nepříjemným až panovačným dojmem.

Charles I. Brooks (Brooks et al. 1986) se se svými kolegy také věnoval tomu, jak míra očního kontaktu ovlivňuje první dojem. Výzkum probíhal tak, že nejdříve bylo natočeno šest minutových videozáznamů. Na třech videonahrávkách byla žena, na třech muž. Během záznamu udržovali natáčení 5, 30 nebo 50 sekund oční kontakt. Tyto videozáznamy byly promítnuty skupinám dobrovolníků. Ti pak aktéra ohodnotili na stupnicích bipolárních přídavných jmen. Ukázalo se, že čím více osoby udržovaly oční kontakt, tím pozitivněji byly ohodnoceny (jako průbojný, silný, vedoucí typ).

Na tento výzkum navázal v roce 1993 další výzkum (Droney & Brooks 1993). I tentokrát bylo účastníkům výzkumu promítnuto šest videozáznamů. Rozdíl oproti předešlé studii byl v tom, že namísto aby respondenti hodnotili natáčeného, dostali dotazník, který měli za úkol vyplnit tak, jak by to podle jejich názoru vyplnila osoba na videonahrávce. Výsledky potvrdily to, co bylo zjištěno už v předešlém výzkumu. Hodnocení 7 z 10 vlastností bylo pozitivně ovlivněno delším přímým pohledem.

V roce 1995 byl publikován další výzkum (Napieralski & Brooks & Droney 1995). I zde bylo promítnuto již zmíněných šest videozáznamů. Respondenti měli opět vyplnit dotazník podle toho, jak si mysleli, že by odpovídal natočený. Rozdíl byl tentokrát v tom, že zatímco předešlé výzkumy se zaměřily na vlastnosti týkající se toho, jak schopný (průbojný, sebevědomý, úspěšný, ...) se natočený jevil, tento výzkum se zaměřil na úzkost (nervozita, strach, bojácnost). Výzkum potvrdil, že čím více očního kontaktu přibývalo, tím méně úzkostnosti bylo natáčenému přisuzováno.

Další studie, která navazovala na tyto výzkumy, vznikla v roce 1998 (Lagomarsino et al. 1998). Tentokrát účastníci vyplnili test hodnotící jejich sebevědomí a teprve za několik týdnů zhlédli 60sekundový videozáznam, na kterém natáčený udržoval oční kontakt 5 nebo 50 sekund. Poté vyplnili stejný dotazník ještě jednou tak, jak by ho podle jejich názoru vyplnil dotyčný na videonahrávce. Tento výzkum prokázal, že kromě očního kontaktu ovlivnila hodnocení i povaha samotného respondenta. Ti, kterým samotným v testu vyšlo, že jsou sebevědomí, měli tendenci

hodnotit jako sebevědomé osoby na videonahrávkách s 50s očním kontaktem oproti osobám udržujícím jen 5s oční kontakt. Ti, kterým v testu vyšlo, že jsou málo sebevědomí, měli tendenci hodnotit jako sebevědomé ty osoby, které na videu udržovaly jen 5s oční kontakt oproti těm, které udržovaly 50s oční kontakt.

Je zřejmé, že oči hrají nesmírně důležitou roli v mezilidské komunikaci. Proto je velmi důležité provádět nové a upřesňující výzkumy, které nám mohou pomoci pochopit, jak přesně se oči podílí na lidské komunikaci a co všechno ovlivňuje náš názor na druhé a tím i naše rozhodování a naše jednání.

## 4. Přisuzování osobnostních rysů podle obličeje<sup>6</sup>

Tématem mé práce je zjistit, zda směr očního pohledu může ovlivnit hodnocení osobnostních rysů posuzovaného. Už jsem zmínila, že mnohé neverbální projevy mají opravdu vliv na přisuzování osobnostních rysů posuzovaného. Aby však byly naše informace úplné, musím se ještě zmínit o tom, že lidé posuzují osobnost druhých i na základě vzhledu obličeje (Hassin, Trope 2000), a to jak na vědomé, tak nevědomé úrovni (Hepburn, Locksley 1983). Tak např. děti vnímáme jako naivní a fyzicky slabé, stejným způsobem můžeme přistupovat i k dospělým lidem, kteří mají dětské rysy tváře (Zebrowitz, Montepare 1992). Totéž platí pro přisuzování typicky „ženských“ vlastností (např. pečující, vřelý) mužům s femininními rysy tváře (Perrett et al. 1998). Je však třeba mít na paměti, že takovéto hodnocení může být oslabeno třeba získáním dodatečných informací o konkrétním jedinci (Gilbert, Krull 1988; Locksley et al. 1982) nebo uvědoměním si závažnosti provedeného soudu (Harkness et al. 1985; Neuberg, Fiske 1987; Tetlock, Kim 1987).

Existují dvě hypotézy, které se snaží vysvětlit tendenci lidí hodnotit osobnost na základě vzhledu. První hypotéza, tzv. **hypotéza pravdivého jádra** (*kernel of truth hypothesis*), říká, že rysy tváře mohou opravdu poskytovat některé odůvodněné informace týkající se osobnosti daného jedince (Berry, Wero 1993). Druhá hypotéza je **hypotéza kulturních stereotypů**, která naopak připisuje všechny zažité souvislosti mezi vzhledem a očekávanými vlastnostmi společensky sdíleným kulturním stereotypům. Takové stereotypy podporují v dnešní době např. média (kladný hrdina musí být i krásný, v reklamách se požaduje dokonce určitý „typ“ krásy). Dalším zdrojem jsou např. ustálené metafory a slovní spojení (někdo je nafoukaný, má nos nahoru...). Tato hypotéza však neposkytuje uspokojivé vysvětlení původu vztahů mezi vzhledem a vlastností ani jejich mezikulturních shod.

Nejúplněší přehled možných souvislostí mezi vzhledem a povahovými vlastnostmi nabízí „model vztahu vlastnosti a vzhledu“, jehož autorem je Leslie A. Zebrowitz (Zebrowitz, 1998). Hlavní poznatky:

---

<sup>6</sup> Informace k této kapitole jsem čerpala z: Kotrčová A. 2008. Přisuzování osobnostních vlastností podle obličeje. In: Blažek Vladimír, Trnka Radek (Eds.) Lidský obličej: Vnímání lidské tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd. Praha: Karolinum (in press)



- I. **Ovlivnění osobnostního i fyzického rysu stejným biologickým faktorem** – např. testosteron je spojený jednak s tvorbou maskulinních rysů tváře a dále s vyšší dominancí a agresivitou (Mazur a Booth, 1998).
- II. **Ovlivnění osobnostního i fyzického rysu stejným faktorem prostředí** – např. manželé se postupem času stávají vzájemně podobnějšími, což může být způsobeno třeba opakovaným napodobováním mimiky druhého partnera.
- III. **Osobnostní rys může ovlivnit vznik fyzického rysu** - „efekt Dorian Graye“. Osobnostní rys se může do tváře vepsat např. díky tvorbě vrásek v závislosti na emocionalitě.
- IV. **Fyzický rys může ovlivnit vznik osobnostního rysu** – a to dvěma způsoby:
  - a) „sebevyvracející se proroctví“ - určité očekávání založené na vzhledu jedince vytvoří takové podmínky prostředí, které nakonec podpoří vývoj přímo opačného chování, než bylo původně očekávané (např. když se z důvěryhodně vyhlížejícího člověka stane podvodník, protože má zkušenost s tím, že mu vše prochází).
  - b) „sebenaplnující se proroctví“ - kdy dochází k vytvoření právě takového rysu, jaký je okolím očekáván (např. atraktivní člověk se stane společenštějším, protože jej za takového ostatní považují a chovají se k němu odpovídajícím způsobem, další příklad: hezké dítě vykazuje ve škole lepší výsledky, protože jej učitel považuje za chytřejší).

V běžném životě však máme o dotyčném většinou mnohem více informací, než jen jeho vzhled, podle kterých se řídíme, když si o něm „děláme obrázek“. Se situací, kdy bychom usuzovali na osobnost člověka pouze z podoby jeho obličeje, se setkáváme málokdy. Obvykle můžeme použít řadu dalších zpřesňujících údajů, ať už se jedná o neverbální projevy, hlas, jednání (Locksley et al. 1982), údaje, které nám jsou o něm známy, osobní zkušenost atd. Každý z těchto ukazatelů náš odhad ohledně jeho povahových vlastností zpřesní, což platí i naopak. Odstraníme-li některou z těchto informací, vede to k méně přesnému hodnocení (Borkenau, Liebler 1992). To je potřeba mít na paměti u všech experimentů, které vytváří umělé podmínky, protože už samy ze své podstaty nemohou odhalit celou variabilitu zkoumaného jevu.

## 5. Cíl práce

Tato práce navazuje na sérií studií Charlese I. Brookse a jeho spolupracovníků (Brooks et al. 1986, Droney & Brooks 1993, Napieralski & Brooks & Droney 1995, Lagomarsino et al. 1998). Tyto výzkumy prokázaly, že míra očního kontaktu má vliv na to, jaké vlastnosti jsou dotyčnému přisuzovány. Tyto studie však nereflktují, jakým směrem se natáčený při experimentu díval ve chvílích, kdy oční kontakt neudržel. Jak jsme ale viděli v minulé kapitole, mnohé studie naznačují, že nejenom délka očního kontaktu, ale i **směr** úhybu pohledu může ovlivnit dojem, jaký člověk na druhého udělá, ať už se jednalo o výzkumy používající fotografie (Campbell et al. 1996; Mathews et al. 2003), výzkumy simulující soudní proces (Hemsley, Doob 1978) či výzkumy vystupování na veřejnosti (Farabee et al. 1993).

Náš výzkum bude navazovat na studie Ch. I. Brookse tak, že zachováme velmi podobný design výzkumu. Vzhledem k tomu, že předchozí výzkumy prokázaly vliv délky očního kontaktu na atribuci osobnostních vlastností, budeme v našich stimulačních videonahrávkách dodržovat standardní dobu přímého očního kontaktu (50 %). Tím chceme docílit, aby vliv délky očního kontaktu byl eliminován. Nahrávky se tedy nebudou lišit v délce očního kontaktu, ale budou se lišit pouze ve směru úhybu pohledu. **Cílem tohoto výzkumu je tedy zjistit, zda existuje vliv směru úhybu pohledu na přisuzování osobnostních rysů respondenty.** Pakliže se tento vliv prokáže, rádi bychom dále zjistili, který směr pohledu ovlivňuje hodnocení určité vlastnosti a jak.

### 5. 1 Hypotézy

Centrální hypotéza výzkumu zní:

Různé směry úhybu pohledu pózistů budou ovlivňovat přisuzování osobnostních rysů respondenty.

Pracovní hypotézy:

Vzhledem k tomu, že u studií, na které tento výzkum navazuje, byla průbojnost a sebevědomí negativně hodnocena u osob s nízkou frekvencí přímého očního kontaktu, můžeme předpokládat, že směr úhybu pohledu bude mít na hodnocení těchto vlastností také vliv. Pohled dolů je často vnímán jako submisivní signál

(Hemsley, Doob 1978; Campbell et al. 1996), proto byly stanoveny tyto pracovní hypotézy:

**HP1:** Pohled dolů bude negativně ovlivňovat vnímání sebevědomí u posuzovaných osob respondenty.

Testována bude nulová hypotéza:

**H01:** Pohled dolů nebude mít vliv na vnímání sebevědomí u posuzovaných osob respondenty.

Další pracovní hypotéza zní:

**HP2:** Pohled dolů bude negativně ovlivňovat vnímání průbojnosti u posuzovaných osob respondenty.

Testována bude nulová hypotéza:

**H02:** Pohled dolů nebude mít vliv na vnímání průbojnosti u posuzovaných osob respondenty.

Někteří experti na neverbální chování učí, že nejpřesvědčivěji působí člověk, když odvrací pohled do stran (doc. Noemi Zárubová-Pfeffermannová, osobní sdělení). Proto jsme další pracovní hypotézu stanovili takto:

**HP3:** Pohled do stran bude pozitivně ovlivňovat vnímání přesvědčivosti u posuzovaných osob respondenty.

Testována bude nulová hypotéza:

**H03:** Pohled do stran nebude mít vliv na vnímání přesvědčivosti u posuzovaných osob respondenty.

## 6. Metodika výzkumu

Nejprve jsme natočili stimulační videonahrávky (pózisté: 1 muž, 1 žena; pohledy: nahoru, dolů, do stran). Jako modelovou situaci jsme vybrali pracovní pohovor<sup>7</sup>. Podle přirozenosti a nejpřesnějšího dodržení standardní doby přímého očního kontaktu (50 %) jsme vybrali šest nejvhodnějších videonahrávek. Tyto nahrávky pak byly hodnoceny 196 respondenty prostřednictvím 10 bipolárních škál osobnostních rysů na sedmistupňové škále<sup>8</sup>. Odpovědi jsme pak zakódovali a přepsali do počítačového programu Microsoft Excel. Nakonec byly statisticky vyhodnoceny, k čemuž byla použita jednofaktorová ANOVA a Post – hoc testy<sup>9</sup>.

### 6. 1 Videozáznamy

#### 6. 1. 1. Délka, modelová situace, pózisté

**Délka** finálních videonahrávek je **1,5 minuty**. Výzkumy, na které tato studie navazuje, používaly nahrávky dlouhé 60 sekund. My jsme se rozhodli natočit nahrávky delší. Delší videozáznam je lepší především v tom, že respondenti mají více času na seznámení se s natáčenými a mohou si tak udělat výraznější první dojem.

Jako **děj** pro stimulační nahrávku byl vybrán přijímací, **pracovní pohovor**, což je situace, kdy se snaží jedinec udělat dobrý dojem a jeho posluchači se snaží udělat si zase co nejpřesnější dojem o něm. Celý pohovor byl předem připravený a nacvičený.

Jako pózisté byly vybrány dvě osoby (1 žena a 1 muž) podle následujících kritérií:

**Žena** – studentka; ve věku od 18 do 30 let; upravený zevnějšek; bez brýlí; vlasy by neměly zakrývat obočí; obličej bez jizev a výrazných mateřských znamének; barva vlasů přirozená (neměla by příliš upoutávat pozornost – červená, modrá, růžová, ...), střih vlasů by také neměl být extravagantní; žádné výrazné šperky ani líčení; žádný piercing; oblečení seriózní – ani příliš vyzývavé, ani příliš sportovní či ležérní, ani příliš sváteční, ani domácí, nejlépe oblečení do zaměstnání (např. halenka, lehký svetr, košile nebo dámské sako); uchazečka by neměla být nápadná ani svou postavou, ideálem proto byla střední postava.

---

<sup>7</sup> Viz. Kapitola 5. 1

<sup>8</sup> Viz. Kapitola 5. 2

<sup>9</sup> Viz. Kapitola 6

**Muž** – student, ve věku od 18 do 30 let; upravený zevnějšek; bez brýlí; vlasy by neměly zakrývat obočí; obličej bez jizev a výrazných mateřských znamének; barva vlasů přirozená (neměla by příliš upoutávat pozornost – červená, modrá, růžová, ...), střih vlasů by také neměl být extravagantní; bez pearcingu; oblečení seriózní- ne příliš sportovní, ležérní, ani příliš sváteční (oblek), ani domácí, nejlépe oblečení na každodenní nošení do zaměstnání (např. košile či svetr); taktéž by měl být střední postavy.

Záměrně byli vybráni pouze dva púzisté, aby hodnocení respondentů nebylo ovlivněno vzhledem tváře (všichni respondenti hodnotili tytéž osoby, jen s rozdílným směrem úhybu pohledu).

## 6. 1. 2. Instrukce pro púzisty před natáčením

Púzisté, tedy představitelé uchazečů o práci, byli dále přesně instruováni, co mají říkat<sup>10</sup>, jak se mají chovat a co je potřeba dodržet u každého záznamu.

Oba představitelé uchazeče i uchazečky o místo dostali text s otázkami i odpověďmi natáčeného pohovoru, které se předem naučili nazpaměť. Pro věrohodnost výsledků bylo nezbytné, aby byly odpovědi na všech videonahrávkách stejné. Různé odpovědi by mohly ovlivnit hodnocení respondentů a tak zkreslit výsledky výzkumu.

Púzisté byli instruováni, aby udržovali 50 % celkového času přímý oční kontakt s tazatelem. To bylo nutné, aby byl omezen případný vliv délky očního kontaktu, který má na hodnocení osob značný vliv. Zároveň byli instruováni, aby uhýbali pohledem jednotným směrem (buď pouze nahoru, pouze dolů, nebo pouze do strany). S každým púzistou byly natočeny tři varianty rozhovoru (úhyb nahoru, dolů, do strany).

Jako další bylo nutné vyvarovat se co možná nejvíce veškerých dalších neverbálních projevů. Uchazeč musel během celého rozhovoru udržovat neutrální výraz, musel se tedy vystříhat úsměvů, zvedání obočí a jiných mimických projevů. Dále musel omezit veškerou gestikulaci rukou či otáčení hlavy a podobné jiné neverbální projevy. Výskyt těchto projevů byl sledován experimentátorem, a pokud byl jejich výskyt zaznamenán, bylo natáčení zastaveno a tato neúplná nahrávka pak nebyla zařazena do finálního souboru.

---

<sup>10</sup> Přesné znění pohovoru viz. Příloha II.

### 6. 1. 3. Stimulační videonahrávky

Pro výzkum bylo nutné natočit šest stimulačních videonahrávek. Na třech vystupuje **ženská pózistka** (symbol Z) a na dalších třech **mužský pózista** (symbol M).<sup>11</sup> Jak už bylo řečeno, uchazeči o místo udržovali 50 % celkového času videonahrávky kontakt s tazatelem, což bylo zpětně zkontrolováno experimentátorem (průměrná odchylka cca 3 - 4 s). Zbylou polovinu času uhýbali pohledem buď vždy dolů, nebo vždy nahoru, nebo do stran. Finálně tedy vzniklo šest variant videonahrávek:

- žena uhýbající pohledem nahoru (ZN)
- žena uhýbající pohledem dolů (ZD)
- žena uhýbající pohledem do stran (ZS)
- muž uhýbající pohledem nahoru (MN)
- muž uhýbající pohledem dolů (MD)
- muž uhýbající pohledem do stran (MS)

Videa jsme pracovníčně rozdělili do dvojic, aby se nám podařilo posbírat dostatečný počet hodnocení pro každou z šesti variant. V každé dvojici bylo jedno video s ženským modelem a jedno s mužským, a to v obou pořadích: muž – žena, žena – muž. Použít obě pořadí bylo nutné k tomu, aby hodnocení natáčených nebylo ovlivněno právě tím, že je respondenti viděli jako první či druhé. V každé dvojici byly dále dva různé směry pohledu. Dohromady vzniklo dvanáct dvojic:

- |          |           |
|----------|-----------|
| 1. MN+ZD | 7. ZD+MN  |
| 2. MN+ZS | 8. ZS+MN  |
| 3. MD+ZN | 9. ZN+MD  |
| 4. MD+ZS | 10. ZS+MD |
| 5. MS+ZN | 11. ZN+MS |
| 6. MS+ZD | 12. ZD+MS |

Videonahrávky se natáčely ve dvou fázích. Nejprve se natočily pilotní videonahrávky, které byly podrobeny kritickému zhodnocení experimentátora. Důraz byl kladen na správné umístění kamery tak, aby bylo možné sledovat pohyb očí dotazovaného. V tomto směru ukázaly pilotní videonahrávky značné nedostatky. Osoby byly natáčené více z boku, což znemožňovalo sledovat směr pohledu.

---

<sup>11</sup> Ilustrační fotografie videí jsou v Příloze I.

Dále se hodnotilo rozmístění natáčených osob (umístění v záběru, natočení na kameru). Účinkující byli daleko od sebe a neseděli za stolem. To vše se negativně projevilo na celkovém vzhledu záběru.

Dalším důležitým činitelem bylo pozadí. Důraz se kladl na to, zda není v pozadí něco rušivého. Původní záběr byl natáčený uprostřed místnosti, což způsobilo, že v pozadí bylo velké množství rušivých předmětů. Nejrušivěji však působilo okno, a to hned ve dvou ohledech: světlem, které kazilo obraz, a postavami, které procházely okolo okna a které odváděly pozornost od ústředních postav.

Na základě těchto nedostatků byly provedeny patřičné změny.

Ve druhé fázi byly natočeny videozáznamy, které byly použity při samotném sběru dat a které se vyvarovaly všech nedokonalostí patrných z pilotního videozáznamu.<sup>12</sup>

V záběru byly vidět obě postavy účinkujících: pózista (uchazeč o zaměstnání) a tazatel (pracovník fiktivní firmy). Kamera byla umístěna za zády tazatele. Tomu tedy není vidět obličej, ale jen silueta části hlavy a ramene zezadu.<sup>13</sup> Ve středu záběru je zřetelně vidět pózista, který udržuje přímý oční kontakt s tazatelem a uhýbá pohledem předem stanoveným směrem. Směr pohledu je ze záběru jasně zřetelný. V záběru je vidět pouze horní polovina těla pózisty.<sup>14</sup>

Jako pozadí byla nakonec vybrána holá stěna pokrytá neutrální dřevěnou deskou. Na stěně nebyly žádné obrazy ani jiné rušivé předměty.

## 6. 2 Dotazník

Po natočení videonahrávek jsme přistoupili k další fázi: sestavení dotazníku pro respondenty, kterým byly videonahrávky následně promítnuty a kteří je měli ohodnotit. První otázka zjišťovala, zda respondenti znají osobu na videu – dotazníky s kladnou odpovědí byly vyřazeny, protože bližší znalost osob na videu by ovlivnila jejich hodnocení.

Další otázky se týkaly už samotného hodnocení osoby na videonahrávce. Z předešlých studií bylo vybráno deset vlastností, které respondenti hodnotili.

---

<sup>12</sup> Viz ilustrační fotografie videí v Příloze I.

<sup>13</sup> Viz ilustrační fotografie videí v Příloze I.

<sup>14</sup> Viz ilustrační fotografie videí v Příloze I.

Vlastnosti byly vybrány jednak podle mého úsudku, zda právě ohodnocení těchto vlastností může být ovlivněno směrem úhybu pohledu, a pak podle toho, zda je český výraz pro vlastnost dost srozumitelný a jasný a znamená totéž, co výraz v angličtině.

Vlastnosti byly umístěny do 10 bipolárních škál, kde na jedné straně stojí vlastnost kladná a na druhé straně vlastnost záporná:

přesvědčivá/ý x nepřesvědčivá/ý  
společenská/ý x nespolečenská/ý  
důvěryhodná/ý x nedůvěryhodná/ý  
schopná/ý x neschopná/ý  
čestná/ý x nečestná/ý  
sebevědomá/ý x nesebevědomá/ý  
příjemná/ý x nepříjemná/ý  
rozhodná/ý x nerozhodná/ý  
upřímná/ý x neupřímná/ý  
průbojná/ý x neprůbojná/ý

Mezi kladnou a zápornou vlastností je sedmistupňová škála, na které respondenti vyznačovali, nakolik se podle jejich názoru blížil natáčený k jedné nebo k opačné vlastnosti.<sup>15</sup> Pokud se jim zdál např. zcela přesvědčivý, zatrhl 1, pokud naopak zcela nepřesvědčivý, zatrhl 7, pokud si na to neutvořili názor, zatrhl 4, pokud se jim zdál spíše přesvědčivý, zatrhl 2 nebo 3, pokud spíše nepřesvědčivý, zatrhl 5 nebo 6. To stejné opakovali i s ostatními škálami.

## 6. 3 Sběr dat

### 6. 3.1. Skupiny

Jak jsem už popsala výše, videonahrávky byly rozděleny do dvanácti dvojic. Tyto dvojice byly promítnuty dvanácti skupinám studentů po patnácti osobách. Pořadí pohlaví ve dvojici nebylo při zpracování výsledků zohledněno. Pro analýzu dat nám tak

---

<sup>15</sup> Přesné znění dotazníku je v Příloze III.



vznikly skupiny po třiceti, což je nejnižší možný počet pro zpracování dat pomocí ANOVY.<sup>16</sup>

### 6. 3.2. Pilotní sběr dat

Stejně, jako se při tvorbě videonahrávek nejdříve natočil pilotní videozáznam, bylo potřeba udělat i pilotní sběr dat, aby se vyzkoušelo, zda jsou instrukce pro respondenty srozumitelné a jasné, zda jsou otázky dobře sestaveny a respondenti jsou schopni na ně odpovědět.

Při pilotním sběru dat jsem zjistila několik zajímavých postřehů. Hlavní bylo zjištění, že respondenti mají tendenci opravovat hodnocení prvního videa poté, co viděli i druhé video. Téměř všechny dotazníky se mi totiž vrátily poškrtané u prvního hodnocení. Změny v hodnocení byly přitom poměrně velké. Takové změny by tedy velmi ovlivnily výsledky výzkumu. Při samotném sběru dat jsem proto respondenty upozornila, že po vyplnění prvního videa musí otočit papír s dotazníkem na druhou stranu a k prvnímu videu se už nevracet.

Dalším postřehem bylo to, že některým respondentům nebylo úplně jasné, jakým způsobem zaznamenat své hodnocení na sedmistupňové škále. Při samotném sběru dat jsem proto velmi pečlivě vysvětlovala, jak dotazník vyplnit, a respondenti začali psát až poté, co jsem se ujistila, že všichni chápou, co mají dělat.

Poté, co se vše takto upravilo, bylo možné přistoupit k samotnému sběru dat.

### 6. 3.3. Vzorek populace

Výzkumu se zúčastnilo 196 respondentů. Byli to studenti druhého, třetího a čtvrtého ročníku dvou víceletých gymnázií. Obě gymnázia byla humanitního zaměření. Tato gymnázia byla vybrána proto, že ze všech oslovených středních škol vyhovovala nejlépe potřebám výzkumu. V jednotlivých třídách bylo zhruba 15 studentů a ve všech třídách bylo potřebné technické vybavení. To znamená, že videa se dala promítnout na velkém plátně a třída byla ozvučena. V neposlední řadě to bylo také maximálně vstřícné vedení škol, které mi vyšlo ve všem vstříc.

Středoškolská studenti byli vybráni proto, že většina podobných výzkumů byla provedena na vzorku vysokoškolských studentů a tento výzkum se tak v tomto směru snaží o inovaci. Středoškolská studenti také ještě většinou nemají znalosti z oboru

---

<sup>16</sup> Analýza variance (angl. *Analysis of Variance*)

neverbální komunikace ani znalosti o metodách sběru dat, a není zde proto tak velké riziko, že by byli takovými znalostmi při hodnocení ovlivněni.

### 6. 3.4. Postup sběru dat

Sběr dat probíhal nadvakrát ve dvou gymnáziích. Oba sběry se uskutečnily v říjnu roku 2007, vždy na začátku týdne a za podobného počasí. Oba tyto faktory mohou mít vliv na rozpoložení studentů, a je proto vhodné tyto vlivy nepodceňovat.

Sběr dat v jedné skupině trval jednu vyučovací hodinu, tedy 45 minut. Na začátku jsem se studentům představila. Řekla jsem, že jsem z Fakulty humanitních studií University Karlovy a podílím se na výzkumu, který se snaží zjistit, jak působí a jaký dojem vyvolávají uchazeči u výběrového řízení.

Pak bylo studentům vysvětleno, jak bude výzkum v jejich třídě probíhat. Že jim budou promítnuty dvě videonahrávky a oni pak vyplní dotazník, jaký dojem na ně udělal uchazeč o místo. Byli upozorněni, že se nemají soustředit na to, co uchazeč říká, ale na to, jak to říká a jak to na ně působí. Vše, co napíše, bude zcela anonymní a použito výhradně k účelům tohoto výzkumu. Poté dostali vytištěný dotazník, který nechali ležet před sebou. Pak byla promítnuta první videonahrávka. Bezprostředně poté studenti vyplnili dotazník se škálami. Když dokončili své hodnocení, museli dotazník otočit a nikdo se už k němu nesměl vracet. Tím jsem chtěla předejít srovnávání obou videonahrávek, kterého se dopouštěli účastníci pilotního sběru dat. Pak studenti viděli druhou videonahrávku a opět vyplnili dotazník se škálami.

Poté, co studenti vyplnili druhý dotazník, oba dotazníky jsem vybrala a pečlivě označila kódem a pořadím obou videonahrávek, abych při přepisování dat přesně věděla, o jaké hodnocení jde a vyvarovala se chyb, jejichž výskyt je nejčastější právě při přepisu dat do tabulek.

Ve zbývajícím čase bylo studentům vysvětleno, o jaký výzkum se skutečně jedná a co se snaží vyzkoumat. Na to mohli studenti slovně reagovat. Také jim byl dán prostor, aby se mohli vyjádřit, jak na ně výzkum působil, co se jim nelíbilo, co naopak ano. Díky tomu jsem měla jistotu, že všichni respondenti pochopili pravý záměr výzkumu, nebyli nijak podvedeni a neodešli s případnou psychickou újmou. Také si myslím, že celá hodina měla i určitou vzdělávací funkci. Studenti se seznámili s jedním typem výzkumu. Seznámili se s tím, jak může v praxi vypadat vědecká činnost a pochopili i některé zákonitosti neverbální komunikace. Konkrétně to, že i nepatrný pohyb očí může mít vliv na posuzování lidí, a to, jak je důležité a prospěšné pozorněji

vnímat své okolí. Celá hodina byla velmi interaktivní a prospěšná pro studenty i pro mne. Z odpovědí studentů se domnívám, že videa působila na první pohled poměrně věrohodně a přirozeně.

V samotném konci jsem ještě studentům poděkovala za jejich čas a ochotu podílet se na mém výzkumu.

## 7. Analýza dat

Prvním krokem analýzy dat je přenesení informací z dotazníků do tabulky sestavené v nějakém vhodném počítačovém programu. Já jsem si vybrala Microsoft Excel. V tomto programu jsem měla v plánu provést i statistické zpracování dat. Při přepisu dat jsem se snažila být velmi pozorná, protože jsem si byla vědoma, že tato fáze výzkumu bývá největším zdrojem chyb.

Pro analýzu dat byla vybrána jednofaktorová ANOVA (angl. *one-way ANOVA*) neboli analýza variance (angl. *Analysis of variance*). Tato statistická metoda vyžaduje alespoň 30 pozorování od každého typu. Analýza variance zjišťuje, zda je variance mezi skupinami signifikantně vyšší než variance uvnitř skupin. Používá se, pokud potřebujeme testovat více než dva průměry současně. To je právě případ tohoto výzkumu, kdy se porovnávají průměry hodnocení jedné škály u tří různých směrů pohledu. Alternativou této metody je t-test. ANOVA však byla použita u všech výzkumů, na které tento výzkum navazuje, proto byla tato metoda analýzy dat upřednostněna.

Nejprve byla provedena jednofaktorová ANOVA pro každou škálu (závislá proměnná), kde byly tři nezávislé proměnné – hodnocení u pohledu nahoru, dolů, do stran. Aby byla data pro analýzu připravena, bylo potřeba zanést je do nové tabulky v Excelu. Každé škále odpovídaly tři sloupečky. První sloupeček obsahoval všechna hodnocení této vlastnosti u pohledu nahoru, druhý obsahoval všechna hodnocení této vlastnosti u pohledu dolů a třetí všechna hodnocení této vlastnosti u pohledu do stran. V horní liště se vybrala funkce **Data**, kde se vybrala další funkce **Analýza dat**, pak se zvolila funkce **ANOVA: jeden faktor**. Do vstupní oblasti se zadaly všechny tři sloupce. Tím jsem dostala tabulku s vypočítanými hodnotami. Toto bylo provedeno pro všech deset škál. Rozhodující hodnotou pro mne byla hodnota P. Pokud byla menší než 0,05, mohla jsem potvrdit centrální hypotézu. Pokud byla hodnota vyšší než 0,05, byla centrální hypotéza zamítnutá. Toto bylo provedeno pro každou jednotlivou škálu.

Tam, kde byla zjištěna hodnota P menší než 0,05, jsem dále prováděla **Post – hoc testy**. O těchto testech jsem se více dočetla v knize J.Hendla, *Přehled statistických metod zpracování dat. Analýza a metaanalýza dat*, vydané v Praze roku 2004, na straně 345, 346. Testy se používají v případě, kdy se zkoumají rozdíly, jež

nejdou předem vymezeny na základě teorie. Post – hoc testů existuje několik druhů<sup>17</sup>. Nejznámější jsou *Scheffeho test*, *LSD*<sup>18</sup>, *Bonferroniho test*<sup>19</sup>, *Sidakův test*, *Tukeyho HSD test*<sup>20</sup>, *Dunnettův test* či *REGWQ*<sup>21</sup>. Pan Hendl ve své knize píše, že jako obecný princip platí, že máme použít test více konzervativní, jinak vzroste nekontrolovatelně pravděpodobnost chyby I. druhu<sup>22</sup>. U konzervativních testů jsou příslušná rozhodnutí zpravidla prováděna spíše na menší hladině významnosti.

Nejčastěji používaným testem pro stejný typ výzkumů, jako je můj, je test **LSD** (Angl. *Least significant difference test*). Také často označovaný jako **Fisherův LSD test**. Používá se pro porovnání všech dvojic poté, co byla zamítnuta centrální hypotéza o rovnosti všech průměrů. V tomto případě se tak stalo po vypočítání jednofaktorové ANOVY, kdy byly pro další výpočty Post – hoc testu vyřazeny škály, u kterých byla hodnota P větší než 0,05. Dále jsem se z knihy pana Hendla dozvěděla, že LSD test je nejliberálnější test ze všech Post – hoc testů. To znamená, že je pravděpodobné, že zamítne nulovou hypotézu o rovnosti průměrů zvolené dvojice. Další informace o Post – hoc testech jsem se dozvěděla hlavně z internetu. Další důvod, proč jsem si vybrala právě Fisherův LSD test, je doporučení Karl L. Wuensche<sup>23</sup>, že pokud porovnáváme tři skupiny, je neoptimálnější právě Fisherův LSD test a právě v tomto výzkumu se tři skupiny porovnávají – hodnocení u pohledu dolů, nahoru a do stran.

Microsoft Excel Fisherův LSD Post – hoc test vypočítat neumí. Poměrně snadno se dá ale spočítat v programu SPSS<sup>24</sup>. Přenesla jsem proto data z excelové tabulky do programu SPSS. Dále jsem zvolila funkci **Analyze**, pak jsem vybrala funkci **Compare means** a z dalších nabídnutých možností jsem zvolila **One – Way ANOVA**. Pak se mi objevila tabulka s polem **Dependent List**, tam jsem zadala škály s menší hodnotou P než 0,05, a s polem **Factor**, kam jsem zadala druhy videí, která jsem měla rozdělena na tři skupiny, podle směru pohledu, který zobrazovaly. Dále jsem vybrala možnost **Post hoc tests**, objevila se mi další tabulka, která mi dávala možnost mnoha druhů testů. Já jsem zatrhl test **LSD**, pak jsem se možností **Continue** vrátila do

---

<sup>17</sup> Definice jednotlivých testů je možno snadno najít na internetu, např.: [http://www.uky.edu/ComputingCenter/SSTARS/MultipleComparisons\\_3.htm](http://www.uky.edu/ComputingCenter/SSTARS/MultipleComparisons_3.htm);  
<http://www2.chass.ncsu.edu/garson/PA765/anova.htm>

<sup>18</sup> Angl. *Least significant difference test*

<sup>19</sup> Vypočítává se stejně jako LSD test, ale výsledek se ještě umocní počtem skupin

<sup>20</sup> Angl. *Tukey honestly significant difference test*

<sup>21</sup> Ryan-Einot-Gabriel-Welch based on range

<sup>22</sup> Chyba I. druhu: Nulová hypotéza platí, ale zamítne se.

<sup>23</sup> One-Way Independent Samples ANOVA with SPSS, [core.ecu.edu/psyc/wuenschk/SPSS/ANOVA1-SPSS.doc](http://core.ecu.edu/psyc/wuenschk/SPSS/ANOVA1-SPSS.doc)

<sup>24</sup> podrobný návod i s obrázky, který jsem našla na internetových stránkách: <http://wwwstage.valpo.edu/other/dabook/home.htm> viz Příloha IV.

předešlé tabulky a nakonec jsem vybrala možnost **OK**. Pak už se mi objevila tabulka s výsledky, které budu prezentovat v následující kapitole.

## 8. Výsledky

### 8. 1 Jednofaktorová ANOVA

Škála **přesvědčivá/ý**:

<i>Výběr</i>	<i>Počet</i>	<i>Součet</i>	<i>Průměr</i>	<i>Rozptyl</i>			
D	133	578	4,345865	3,894623			
N	155	612	3,948387	3,880436			
S	102	348	3,411765	3,274316			
<i>Zdroj variability</i>	<i>SS</i>	<i>Rozdíl</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<b><i>Hodnota P</i></b>	<b><i>F krit</i></b>	
Mezi výběry	50,37577	2	25,18788	6,758059	<b>0,001303</b>	3,019042	

Hodnota P u škály přesvědčivost dosáhla velmi nízkých hodnot, proto můžeme zamítnout centrální nulovou hypotézu pro škálu schopnost, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test nám dále ukáže, které pohledy mají vliv na posuzování vlastnosti schopnost.

Škála **společenská/ý**:

<i>Výběr</i>	<i>Počet</i>	<i>Součet</i>	<i>Průměr</i>	<i>Rozptyl</i>			
D	133	520	3,909774	2,779676			
N	155	516	3,329032	2,897528			
S	102	382	3,745098	2,924481			
<i>Zdroj variability</i>	<i>SS</i>	<i>Rozdíl</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<b><i>Hodnota P</i></b>	<b><i>F krit</i></b>	
Mezi výběry	25,788239	2	12,89412	4,501563	<b>0,011679</b>	3,019042	

Hodnota P u škály společenská dosáhla menší hodnoty než 0,05. Můžeme tedy u této škály zamítnout nulovou centrální hypotézu, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test nám dále ukáže, které pohledy mají vliv na posuzování vlastnosti společenská/ý.

### Škála důvěryhodná/ý:

Výběr	Počet	Součet	Průměr	Rozptyl	Hodnota	
D	133	531	3,992481	3,689337		
N	155	626	4,03871	3,764726		
S	102	370	3,627451	3,483595		
Zdroj variability	SS	Rozdíl	MS	F	P	F krit
Mezi výběry	11,60433	2	5,802166	1,582851	<b>0,206715</b>	3,019042

Hodnota P u škály důvěryhodnost dosáhla vyšší hodnoty než 0,05. Nemůžeme tedy u této škály zamítnout nulovou centrální hypotézu, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test se už dále nebude provádět.

### Škála schopná/ý:

Výběr	Počet	Součet	Průměr	Rozptyl	Hodnota	
D	133	414	3,112782	3,025063		
N	155	507	3,270968	3,224801		
S	102	320	3,137255	2,693846		
Zdroj variability	SS	Rozdíl	MS	F	P	F krit
Mezi výběry	2,0683021	2	1,034151	0,342649	<b>0,710102</b>	3,019042

Hodnota P u škály schopnost dosáhla vyšší hodnoty než 0,05. Nemůžeme tedy u této škály zamítnout nulovou centrální hypotézu, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test se už dále nebude provádět.

### Škála čestná/ý:

Výběr	Počet	Součet	Průměr	Rozptyl	Hodnota	
D	133	466	3,503759	2,797334		
N	155	592	3,819355	2,954168		
S	102	364	3,568627	2,643758		
Zdroj variability	SS	Rozdíl	MS	F	P	F krit
Mezi výběry	7,959567	2	3,979784	1,411439	<b>0,245044</b>	3,019042



Hodnota P u škály čestnost dosáhla vyšší hodnoty než 0,05. Nemůžeme tedy u této škály zamítnout nulovou centrální hypotézu, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test se už dále nebude provádět.

### Škála příjemná/ý:

<i>Výběr</i>	<i>Počet</i>	<i>Součet</i>	<i>Průměr</i>	<i>Rozptyl</i>		
D	133	561	4,218045	3,323308		
N	155	617	3,980645	3,616506		
S	102	414	4,058824	3,105416		
<i>Zdroj variability</i>	<i>SS</i>	<i>Rozdíl</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<b><i>Hodnota P</i></b>	<i>F krit</i>
Mezi výběry	4,1086729	2	2,054336	0,607232	<b>0,545375</b>	3,019042

Hodnota P u škály příjemná/ý dosáhla vyšší hodnoty než 0,05. Nemůžeme tedy u této škály zamítnout nulovou centrální hypotézu, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test se už dále nebude provádět.

### Škála rozhodná/ý:

<i>Výběr</i>	<i>Počet</i>	<i>Součet</i>	<i>Průměr</i>	<i>Rozptyl</i>		
D	133	437	3,285714	3,220779		
N	155	449	2,896774	3,352912		
S	102	271	2,656863	2,762279		
<i>Zdroj variability</i>	<i>SS</i>	<i>Rozdíl</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<b><i>Hodnota P</i></b>	<i>F krit</i>
Mezi výběry	24,08523	2	12,04261	3,818568	<b>0,022791</b>	3,019042

Hodnota P u škály rozhodnost dosáhla menší hodnoty než 0,05. Můžeme tedy u této škály zamítnout nulovou centrální hypotézu, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test nám dále ukáže, které pohledy mají vliv na posuzování vlastnosti rozhodnost.

### Škála upřímná/ý:

<i>Výběr</i>	<i>Počet</i>	<i>Součet</i>	<i>Průměr</i>	<i>Rozptyl</i>		
D	133	511	3,842105	3,72488		
N	155	516	3,329032	3,546879		
S	102	344	3,372549	3,166764		
<i>Zdroj variability</i>	<i>SS</i>	<i>Rozdíl</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<b><i>Hodnota P</i></b>	<i>F krit</i>
Mezi výběry	21,66099	2	10,83049	3,087028	<b>0,046763</b>	3,019042

Hodnota P u škály upřímnost dosáhla menší hodnoty než 0,05. Můžeme tedy u této škály zamítnout nulovou centrální hypotézu, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test nám dále ukáže, které pohledy mají vliv na posuzování vlastnosti upřímnost.

### Škála sebevědomá/ý:

<i>Výběr</i>	<i>Počet</i>	<i>Součet</i>	<i>Průměr</i>	<i>Rozptyl</i>		
D	133	500	3,759398	4,456824		
N	155	426	2,748387	4,124592		
S	102	262	2,568627	2,940788		
<i>Zdroj variability</i>	<i>SS</i>	<i>Rozdíl</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<b><i>Hodnota P</i></b>	<i>F krit</i>
Mezi výběry	104,6618	2	52,33089	13,31927	<b>2,55E-06<sup>25</sup></b>	3,019042

Hodnota P u škály sebevědomí dosáhla velmi nízkých hodnot, proto můžeme zamítnout nulovou centrální hypotézu pro škálu sebevědomí, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test nám dále ukáže, které pohledy mají vliv na posuzování vlastnosti sebevědomí.

<sup>25</sup> 2,5E – 0,6 = 0,0000025; hodnota P se udává jako P < 0,001

### Škála průbojná/ý:

<i>Výběr</i>	<i>Počet</i>	<i>Součet</i>	<i>Průměr</i>	<i>Rozptyl</i>		
D	133	552	4,150376	3,840852		
N	155	504	3,251613	3,929786		
S	102	317	3,107843	3,800136		
<i>Zdroj variability</i>	<i>SS</i>	<i>Rozdíl</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<b><i>Hodnota P</i></b>	<i>F krit</i>
Mezi výběry	81,34259	2	40,6713	10,5213	<b>3,55E-05<sup>26</sup></b>	3,019042

Hodnota P u této škály dosáhla velmi nízkých hodnot, proto můžeme zamítnout nulovou centrální hypotézu pro škálu průbojnost, že různé směry pohledu nebudou mít vliv na posuzování osobnosti natáčeného respondenty. Fisherův LSD Post – hoc test nám dále ukáže, které pohledy mají vliv na posuzování vlastnosti průbojnost.

<sup>26</sup> 3,55E – 0,5 = 0,0000355; hodnota P se udává jako P < 0,001

## 8. 2 Fisherův LSD Post – hoc test

### Multiple Comparisons

Dependent Variable: přesvědčivá/ý

LSD

(I) Kód videa	(J) Kód videa	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
pohled dolů	pohled nahoru	,397	,228	,082	-,05	,85
	pohled do stran	,934(*)	,254	,000	,43	1,43
pohled nahoru	pohled dolů	-,397	,228	,082	-,85	,05
	pohled do stran	,537(*)	,246	,030	,05	1,02
pohled do stran	pohled dolů	-,934(*)	,254	,000	-1,43	-,43
	pohled nahoru	-,537(*)	,246	,030	-1,02	-,05

\* The mean difference is significant at the .05 level.

Důležitým sloupečkem v této tabulce je pro nás sloupeček Sig.<sup>27</sup>, který nám právě ukazuje, kde je rozdíl v hodnocení přesvědčivosti u různých dvojic pohledů signifikantní. V tomto případě ovlivňuje hodnocení pohled do stran. Rozdíl v hodnocení mezi pohledy do stran a dolů je natolik statisticky významný, že hodnota P (Sig.) se rovná 0,000. I ve srovnání pohledu do stran s pohledem nahoru je rozdíl hodnocení statisticky významný (P = 0,03). Oproti tomu srovnání hodnocení u pohledu dolů a nahoru statisticky významný rozdíl neukázalo (P = 0,082). I zde se však jedná o poměrně nízké číslo. Z těchto výsledků je tedy patrné, že můžeme zamítnout nulovou pomocnou hypotézu H03, že pohled do stran nebude mít vliv na vnímání přesvědčivosti u posuzovaných osob respondenty, a tím i potvrdit pomocnou hypotézu HP3, že pohled do stran pozitivně ovlivňuje vnímání přesvědčivosti u posuzovaných osob respondenty.

### Multiple Comparisons

Dependent Variable: společenská/ý

LSD

(I) Kód videa	(J) Kód videa	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
pohled dolů	pohled nahoru	,581(*)	,200	,004	,19	,97
	pohled do stran	,165	,223	,460	-,27	,60
pohled nahoru	pohled dolů	-,581(*)	,200	,004	-,97	-,19
	pohled do stran	-,416	,216	,055	-,84	,01
pohled do stran	pohled dolů	-,165	,223	,460	-,60	,27
	pohled nahoru	,416	,216	,055	-,01	,84

\* The mean difference is significant at the .05 level.

<sup>27</sup> Jiné označení pro hodnotu P

Z této tabulky můžeme vyčíst, že statisticky významný rozdíl je pouze ve srovnání hodnocení u pohledu nahoru a pohledu dolů ( $P = 0,004$ ). Srovnání pohledu nahoru a pohledu do stran nemůžeme považovat za statisticky významné ( $P = 0,055$ ) přesto, že je číslo jen nepatrně vyšší než 0,05. Ve srovnání pohledů dolů a do stran žádný statistický rozdíl v hodnocení není ( $P = 0,460$ ).

#### Multiple Comparisons

Dependent Variable: rozhodná/ý

LSD

(I) Kód videa	(J) Kód videa	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
pohled dolů	pohled nahoru	,389	,210	,065	-,02	,80
	pohled do stran	,629(*)	,234	,007	,17	1,09
pohled nahoru	pohled dolů	-,389	,210	,065	-,80	,02
	pohled do stran	,240	,226	,290	-,21	,69
pohled do stran	pohled dolů	-,629(*)	,234	,007	-1,09	-,17
	pohled nahoru	-,240	,226	,290	-,69	,21

\* The mean difference is significant at the .05 level.

Tato tabulka nám ukazuje, že statisticky významný rozdíl v hodnocení vlastnosti rozhodnost je mezi hodnocením videí s pohledem dolů a s pohledem do stran. V tomto případě se  $P = 0,007$ . V hodnocení pohledu dolů a pohledu nahoru už významný statistický rozdíl není, i když i tady je hodnota  $P$  (0,065) poměrně nízká. Mezi hodnocením u pohledu do stran a pohledu nahoru významný statistický rozdíl není ( $P = 0,290$ ).

#### Multiple Comparisons

Dependent Variable: upřímná/ý

LSD

(I) Kód videa	(J) Kód videa	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
pohled dolů	pohled nahoru	,513(*)	,221	,021	,08	,95
	pohled do stran	,470	,247	,058	-,02	,95
pohled nahoru	pohled dolů	-,513(*)	,221	,021	-,95	-,08
	pohled do stran	-,044	,239	,856	-,51	,43
pohled do stran	pohled dolů	-,470	,247	,058	-,95	,02
	pohled nahoru	,044	,239	,856	-,43	,51

\* The mean difference is significant at the .05 level.

Tabulka srovnávající hodnocení upřímnosti nám ukazuje, že statisticky významný rozdíl je v hodnocení u pohledu dolů a pohledu nahoru.  $P = 0,021$ , což je číslo menší než 0,05. V hodnocení pohledu dolů a pohledu do stran už významný statistický rozdíl není, i když i tady je hodnota  $P$  (0,058) jen o něco vyšší než

požadovaná hodnota 0,05. Mezi hodnocením u pohledu do stran a pohledu nahoru není téměř žádný statistický rozdíl ( $P = 0,856$ ).

#### Multiple Comparisons

Dependent Variable: **sebevědomá/ý**

LSD

(I) Kód videa	(J) Kód videa	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
pohled dolů	pohled nahoru	1,011(*)	,234	,000	,55	1,47
	pohled do stran	1,191(*)	,261	,000	,68	1,70
pohled nahoru	pohled dolů	-1,011(*)	,234	,000	-1,47	-,55
	pohled do stran	,180	,253	,477	-,32	,68
pohled do stran	pohled dolů	-1,191(*)	,261	,000	-1,70	-,68
	pohled nahoru	-,180	,253	,477	-,68	,32

\* The mean difference is significant at the .05 level.

Z této tabulky je naprosto zřejmé, že hodnocení sebevědomí bylo ovlivněno pohledem dolů, protože jak při srovnání hodnocení u pohledu dolů s pohledem nahoru, tak při porovnání hodnocení pohledu dolů s pohledem do stran je hodnota  $P = 0,000$ . Hodnocení u pohledu nahoru a u pohledu do stran naproti tomu není statisticky rozdílné ( $P = 0,477$ ). Pohled nahoru a pohled do stran tedy hodnocení sebevědomí neovlivňovaly. Z těchto výsledků je patrné, že můžeme zamítnout pomocnou nulovou hypotézu  $H01$ , že pohled dolů nebude mít vliv na vnímání sebevědomí u posuzovaných osob respondenty, a naopak můžeme potvrdit pomocnou hypotézu  $HP1$ , že pohled dolů negativně ovlivňuje vnímání sebevědomí u posuzovaných osob respondenty.

#### Multiple Comparisons

Dependent Variable: **průbojná/ý**

LSD

(I) Kód videa	(J) Kód videa	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
pohled dolů	pohled nahoru	,891(*)	,233	,000	,43	1,35
	pohled do stran	1,043(*)	,259	,000	,53	1,55
pohled nahoru	pohled dolů	-,891(*)	,233	,000	-1,35	-,43
	pohled do stran	,152	,251	,546	-,34	,65
pohled do stran	pohled dolů	-1,043(*)	,259	,000	-1,55	-,53
	pohled nahoru	-,152	,251	,546	-,65	,34

\* The mean difference is significant at the .05 level.

Pro tuto tabulku platí téměř totéž, co pro výsledky u hodnocení sebevědomí. I hodnocení průbojnosti bylo ovlivněno pohledem dolů, protože jak při srovnání hodnocení u pohledu dolů s hodnocením u pohledu nahoru, tak při porovnání hodnocení u pohledu dolů s hodnocením u pohledu do stran vyšla hodnota  $P = 0,000$ .

Oproti tomu hodnocení u pohledu nahoru a pohledu do stran statisticky rozdílné nevyšlo ( $P = 0,546$ ). Z toho vyplývá, že pohled nahoru a pohled do stran neměly vliv na hodnocení škály průbojnosti. Z těchto výsledků je patrné, že můžeme zamítnout pomocnou nulovou hypotézu  $H_{02}$ , že pohled dolů nebude mít vliv na vnímání průbojnosti u posuzovaných osob respondenty. Tím můžeme zároveň potvrdit pomocnou hypotézu  $HP_2$ , že pohled dolů negativně ovlivňuje vnímání průbojnosti u posuzovaných osob respondenty.

### 8. 3 Souhrn výsledků

U čtyř škál **nebyl naměřen vliv** směru úhybu pohledu na hodnocení osobnostních rysů respondenty. Jedná se o škály: **důvěryhodná/ý** ( $P = 0,2$ ); **schopná/ý** ( $P = 0,7$ ); **čestná/ý** ( $P = 0,2$ ); **příjemná/ý** ( $P = 0,5$ ).

U šesti škál **byl naměřen vliv** směru úhybu pohledu na hodnocení osobnostních rysů respondenty. Jedná se o škály: **přesvědčivá/ý** ( $P = 0,001$ ); **společenská/ý** ( $P = 0,012$ ); **rozhodná/ý** ( $P = 0,023$ ); **upřímná/ý** ( $P = 0,047$ ); **sebevědomá/ý** ( $P < 0,001$ ); **průbojná/ý** ( $P < 0,001$ ).

Z toho u čtyř škál bylo hodnocení negativně ovlivněno úhybem pohledu směrem dolů. Jedná se především o škály: **sebevědomá/ý**<sup>28</sup> a **průbojná/ý**<sup>29</sup> a o škály: **rozhodná/ý**<sup>30</sup> a **upřímná/ý**<sup>31</sup>.

U škály **přesvědčivá/ý** bylo hodnocení pozitivně ovlivněno úhybem pohledu směrem do stran<sup>32</sup>.

U škály **společenská/ý** bylo hodnocení pozitivně ovlivněno úhybem pohledu směrem nahoru<sup>33</sup>.

---

<sup>28</sup> U dvojic pohledů, kde se srovnával pohled dolů s pohledem do stran a s pohledem nahoru, vyšla sig. 0,000. U dvojice nahoru a do stran naopak vyšla sig. 0,477

<sup>29</sup> U dvojic pohledů, kde se srovnával pohled dolů s pohledem do stran a s pohledem nahoru, vyšla sig. 0,000. U dvojice nahoru a do stran naopak vyšla sig. 0,546

<sup>30</sup> U dvojice pohledů dolů-do stran sig.=0,007; u dvojice dolů-nahoru sig.=0,065; u dvojice nahoru-do stran sig.=0,290

<sup>31</sup> U dvojice pohledů dolů-nahoru sig.=0,021; u dvojice dolů-do stran sig.=0,058; u dvojice nahoru-do stran sig.=0,856

<sup>32</sup> U dvojice pohledů dolů-do stran sig.=0,000; u dvojice nahoru-do stran sig.=0,030; u dvojice dolů-nahoru sig.=0,082

<sup>33</sup> U dvojice pohledů nahoru-dolů sig.=0,004; u dvojice nahoru-do stran sig.=0,055; u dvojice pohledů dolů-do stran sig.=0,460

## 9. Diskuze

Výzkum, který je předmětem této bakalářské práce, testuje, zda existuje vliv směru úhybu pohledu na hodnocení osobnosti posuzovaných osob. Výzkum prokázal vliv mezi směrem úhybu pohledu a hodnocením celkem u šesti vlastností: přesvědčivosti, společenskosti, rozhodnosti, upřímnosti, sebevědomí a průbojnosti. U čtyř vlastností se vliv směru úhybu pohledu na hodnocení neprokázal. To se týkalo hodnocení, zda je osoba důvěryhodná, schopná, čestná a příjemná. V diskuzi začnu právě těmi vlastnostmi, na jejichž hodnocení se vliv směru úhybu pohledu neprokázal.

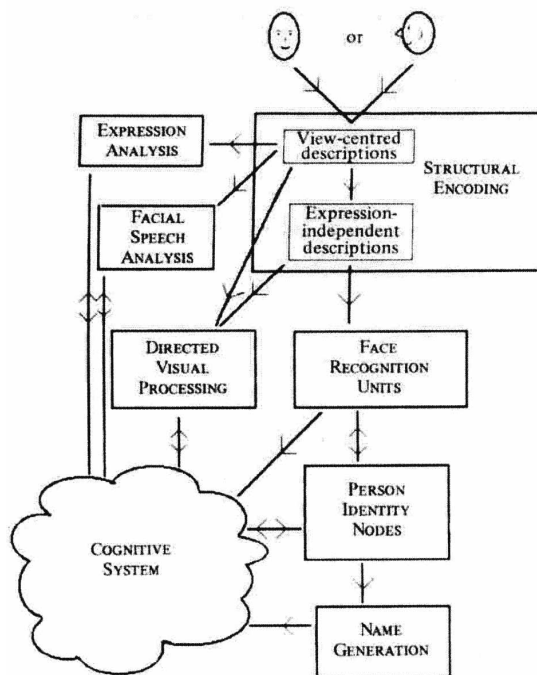
Nejvyšší hodnota negativní signifikance vyšla u hodnocení, zda je člověk **schopný** ( $P = 0,71$ ). Směr úhybu pohledu tedy neovlivňoval hodnocení tohoto osobnostního rysu posuzovaných osob. Domníváme se, že se tak stalo proto, že pojem schopný je příliš abstraktní. Každý si pod tímto pojmem může představit mnoho dalších synonym (např. nadaný, úspěšný, způsobilý, talentovaný, zdatný, dominantní, ale i člověk schopný všeho, ...). Není tedy úplně jasné, co je tímto termínem přesně myšleno. Pro další výzkumy proto doporučujeme, aby se s tímto termínem v dotaznících spíše nepracovalo. Brooks, Church a Fraser ve své studii z roku 1986 zkoumající vliv délky očního kontaktu na hodnocení lidí použili pojem schopný (*potency*) jako nadřazený dalším sedmi vlastnostem (*competitive, independent, mature, efficient, dominant, aggressive, strong*), které hodnotili respondenti v dotazníku. U všech sedmi vlastností vyšlo, že jejich hodnocení je ovlivněno délkou očního kontaktu.

Poměrně zajímavá se nám zdá skutečnost, že žádný vliv směrů pohledu se neprokázal jak u škály **důvěryhodná/y**, tak u škály **čestná/y**. Obě škály si jsou totiž svým obsahem velmi podobné. Pravděpodobně to, zda se nám člověk jeví čestný a důvěryhodný, určujeme podle něčeho jiného, než je směr úhybu pohledu. Lze předpokládat, že spíše než směr pohledu by mohla mít vliv délka očního kontaktu. Vždyť obecně se říká, že kdo se nedívá člověku do očí, tomu by se nemělo věřit. Brooks, Church a Fraser (1986) v rámci svého výzkumu natočili tři videonahrávky, na kterých pózista poslouchal experimentátora, který mluvil o určitém výzkumu. Pózista během toho s experimentátorem udržoval různou délku očního kontaktu. Videonahrávky pak byly promítnuty respondentům, kteří na jejich základě ohodnotili určité osobnostní rysy pózisty. Tato studie zjistila, že délka očního kontaktu na hodnocení vlastností *honest* a *trustworthy*, které jsou víceméně ekvivalenty českých výrazů čestný a důvěryhodný, nemá žádný vliv. Jak délka očního kontaktu, tak směr úhybu pohledu tedy hodnocení



těchto vlastností neovlivňuje. Oba tyto závěry však zcela vyvrací studie z roku 1978, jejímiž autory jsou Hemsley a Doob. Jejich pokus se odehrával v místnosti simulující soudní síň. Svědkové mluvící se sklopeným pohledem byli považováni za méně důvěryhodné než svědkové dívající se přímo na posluchače. Je tedy možné, že pokud se zkoumá vliv délky a směru pohledu jednotlivě, žádný vliv na hodnocení důvěryhodnosti či čestnosti nelze postřehnout. Pokud se však oba vlivy spojí, je funkce pohledu již patrná. Nemělo by se však zapomínat ani na situační podmíněnost (soudní síň, vyslechnutí informace, přijímací pohovor) posuzování rysů. V soudní síni je důležitější udělat si obrázek o důvěryhodnosti a čestnosti svědků než v neutrálních podmínkách či u pohovoru.

Poslední škálou, která nebyla ovlivněna směrem pohledu ( $P = 0,55$ ) je vlastnost **příjemná/y**. Domníváme se, že tato vlastnost je vnímána v jiné fázi procesu vnímání a zpracování obličejů ostatních lidí, kdy v našem mozku dochází k celé řadě rozličných poznávacích procesů. Bruce & Young přicházejí v roce 1986 s integrovaným modelem kognitivního zpracování lidského obličeje (Bruce, Young 1986). V první fázi percepce dochází k tzv. strukturálnímu kódování, při kterém je produkován soubor deskriptivních kódů pro prezentovaný obličej. Jedná se jednak o informační kód mimického výrazu a informační kód řeči. Dohromady spolu tvoří tzv. centrálně soustředěné deskripce (view-centred descriptions). Informační kód mimického výrazu, informační kód řeči, obličejová rozpoznávací jednotka, identitně-specifický sémantický kód a řízené procesy vizuálního zpracování poskytují informace zbylé části kognitivního systému, který generuje souhrnnou vizuálně derivovanou sémantickou informaci a zároveň může zpětně ovlivňovat veškeré zmíněné funkční komponenty (Bruce, Young 1986, in Trnka 2006).



Model funkčních komponent v systému kognitivního zpracování lidského obličeje (Bruce, 1986).

Jinými slovy by se dalo říct, že to, zda se nám dotyčný jeví jako příjemný, můžeme například hodnotit už ve chvíli, kdy vnímáme celkový vzhled a rysy obličeje. V tom případě by už směr pohledu hodnocení příjemnosti neovlivňoval. Zda je však tento směr uvažování správný, není úplně jisté. Také je možné, že to, zda se nám jeví druzí jako příjemní, je ovlivňováno jinými neverbálními projevy, jako je např. úsměv, zabarvení hlasu, gestikulace či postoj těla. Tyto projevy však byly na našich videonahrávkách eliminovány.

Co se týká škál, u kterých se potvrdil vliv směru úhybu pohledu na hodnocení osobnostních rysů posuzovaných osob respondenty, nejvyšší hodnota signifikance ( $P = 0,046$ ), tím i nejméně statisticky významný vliv směrů pohledu, byla naměřena pro škálu **upřímnost**. Statisticky významný rozdíl v hodnocení byl naměřen mezi dvojicí pohledů dolů a nahoru ( $P = 0,021$ ). To, že právě u tohoto osobnostního rysu byl naměřen vliv směru úhybu pohledu jako nejméně statisticky významný, si vysvětlujeme tím, že tato vlastnost je svým obsahem blízká škálám důvěryhodná/ý a čestná/ý, na jejichž ohodnocení neměl směr úhybu pohledu vůbec žádný vliv. Stejně tak zajímavou otázkou ale může být i to, proč, přesto že obsahově podobné škály ovlivněny směrem pohledu ani očním kontaktem nebyly, tato vlastnost byla. Snad by se dalo říct, že zatímco důvěryhodnost a čestnost jsou vlastnosti, které nám dávají model chování pro každou situaci, upřímný je člověk v konkrétní situaci, kdy v danou chvíli mluví pravdivě,

nebo ne. Možná právě v takové chvíli si všímáme neverbálních projevů a snažíme se vyhodnotit konkrétní situaci, zatímco např. důvěryhodnost hodnotíme třeba podle vzhledu či něčeho jiného. Důvěryhodnost a čestnost se dále projevují spíše při složitějších a komplexnějších životních událostech, zatímco upřímnost má vazbu hlavně na pravdivost/neppravdivost sdělovaných informací. Proto se lidé domnívají, že upřímnost dokážou poznat již na základě krátkého pozorování člověka.

Konkrétně bylo hodnocení upřímnosti negativně ovlivněno pohledem dolů. Statisticky významný rozdíl v hodnocení byl naměřen mezi pohledy dolů a nahoru ( $P = 0,021$ ), u pohledu dolů a do stran je hodnota  $P (0,058)$  těsně nad hranicí statistické významnosti. Napadlo mne, že pohled dolů by v tomto případě mohl být vnímán jako projev nějakého provinění či špatného svědomí. Zbyněk Vybíral (2003) se ve své knize *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci* zmiňuje o tom, že někteří autoři rozlišují znaky „naivního“ lhaní (např. milosrdná lež) a znaky „otrlého“ lhaní (např. podvodníci). U naivního lhaní je to vyhýbání se zrakovému kontaktu, u otrlého lhaní naopak vytrvalý pohled do očí. To by dokazovalo, že oči hrají důležitou roli v rozpoznávání upřímnosti. Role očí se však neomezuje pouze na délku očního kontaktu, ale určitou roli hraje i směr pohledu.

Poměrně zajímavé výsledky nám přinesla škála **přesvědčivost**. Hned ve dvou věcech se totiž liší od všech ostatních škál. Když pozorně srovnáme výsledky všech LSD testů<sup>34</sup>, zjistíme, že u hodnocení přesvědčivosti můžeme sledovat největší rozdíly v hodnocení u VŠECH tří směrů pohledu. Všechny ostatní škály vyšly buď tak, že hodnocení u jednoho pohledu bylo statisticky rozdílné od obou dalších, nebo bylo statisticky rozdílné jen od jednoho hodnocení a u dalšího se signifikance pohybovala mírně nad hodnotou 0,05. U srovnání obou zbývajících hodnocení vyšla vždy hodnota velmi vysoká, z čehož vyplynulo, že zde neměl směr pohledu na hodnocení žádný vliv. U hodnocení přesvědčivosti však toto úplně neplatí. Mezi hodnocením u pohledu do stran a u pohledu dolů vyšlo  $P 0,000$ . Mezi hodnocením u pohledu do stran a u pohledu nahoru vyšlo  $P 0,03$  a nakonec mezi hodnocením u pohledu dolů a u pohledu nahoru vyšlo  $P 0,08$ . Poslední číslo nás již sice neopravňuje k závěru, že mezi hodnocením u pohledu dolů a nahoru je statisticky významný rozdíl, přesto však můžeme říct, že hodnota 0,08 není až tak vzdálená hodnotě 0,05 a určitý rozdíl v hodnocení tu tedy je. To by znamenalo, že zatímco u všech ostatních vlastností ovlivňoval hodnocení ať pozitivně či negativně pouze jeden směr pohledu, přesvědčivost ovlivňují zřejmě směry všechny. Nejpresvědčivěji pak působí člověk při

---

<sup>34</sup> Viz. kapitola 6.2 Fisherův LSD Post – hoc test

pohledu do stran, o něco méně přesvědčivě u pohledu nahoru a nejméně přesvědčivě u pohledu dolů.

Druhou věcí, kterou se přesvědčivost liší od ostatních škál, je to, že hodnocení přesvědčivosti je jako jediné ovlivněno směrem pohledu do stran, a to pozitivně. Z tohoto výsledku si troufáme udělat závěr, že v situacích, kdy je člověk posuzován, ať už je to přijímací pohovor, zkouška či nějaká jiná situace, je pro něj nejvýhodnější směr pohledu do stran, protože tak působí nejpřesvědčivěji. Tento závěr podpořila i doc. Noemi Zárubová-Pfeffermannová, která školí mnohé manažery a politiky ve vystupování (Zárubová-Pfeffermannová, osobní sdělení).

Další škálou, u které jsme zjistili vliv směru pohledu, je vlastnost **společenská/ý**. I tyto výsledky jsou v mnohém zajímavé a překvapivé. Na ohodnocení této vlastnosti má totiž vliv pohled nahoru. I tato škála je tím jedinečná, protože je to jediná škála, která je ovlivněna tímto směrem pohledu. I zde vyšla odlišnost signifikantně významná jen ve srovnání hodnocení jedné dvojice, a to konkrétně u pohledu nahoru a pohledu dolů ( $P = 0.004$ ). U srovnání pohledu nahoru a pohledu do stran vyšla signifikance 0,055, což je ale číslo jen velmi nepatrně zvýšené nad hranici významnosti. Zato u srovnání poslední dvojice pohledu dolů a do strany nebyl naměřen žádný signifikantní rozdíl.

U tohoto výsledku nás ale zaujala ještě jedna skutečnost. Zatímco škála příjemná/ý nebyla ovlivněna směrem pohledu, škála společenská/ý ano. Tyto dvě škály si jsou ale na první pohled také poměrně blízké svým obsahem. Pokud se ale zamyslíme nad obsahem obou slov důkladněji, zjistíme, že tomu tak úplně není. Vždyť o člověku můžeme klidně říct, že je velmi společenský, ale přitom ho nepovažujeme za někoho, kdo je příjemný. To, zda je pro nás člověk příjemný, totiž posuzuje každý subjektivně. To, zda je člověk společenský, ale vyjadřuje, jak si myslíme, že ho vnímají ostatní. A z nějakého důvodu právě pohled nahoru způsobuje, že dotyčný člověk je posuzován jako společenský, tedy jako někdo, o kom si myslíme, že ho ostatní vnímají pozitivně. Je tedy možné, že jsme zde narazili na jedno z pravidel výrazu neboli *display rules*. Pravidla výrazu (*display rules*) nebo kontrolní strategie výrazu (*control strategies*) jsou vlastně kulturní normy managementu mimického výrazu (Ekman, Friesen 1975; Malatesta et al. 1984; Gosselin et al. 1995; Hochschild, 1979) a předepisují vhodnost specifického mimického výrazu vzhledem k danému kontextu (in Trnka 2006).

Zajímavé je také srovnání s výzkumy, které zjišťovaly vliv očního kontaktu. Takovéto porovnávání má ale jeden problém. Je poměrně těžké najít v angličtině přesný ekvivalent pro český výraz „příjemný“. Museli jsme se tedy spokojit s výrazy jen

přibližnými. Brooks et al. (1986) ve svém výzkumu mimo jiné zjišťovali vliv očního kontaktu také u vlastnosti *gentle*, což by se dalo přeložit jako milý, jemný. Toto slovo má tedy podobný sémantický základ jako *příjemný*. Další z vlastností, u kterých zjišťovali vliv očního kontaktu, byla vlastnost *sociable*, což se dá považovat za anglický výraz pro společenský. Zajímavé je, že jim vyšly úplně stejné výsledky pro oční kontakt jako nám pro směr úhybu pohledu. Zatímco u vlastnosti *gentle* nebyl naměřen žádný vliv očního kontaktu, u vlastnosti *sociable* ano (Brooks et al. 1986). Velmi zajímavé ale je, že tento vliv má opačnou tendenci, než by se dalo předpokládat: čím menší oční kontakt, tím vyšší hodnocení společenskosti. A co víc, natáčený se díval střídavě dolů a do stran. Pohled nahoru nebyl v Brooksově designu studie vůbec prezentován.

Další, kdo zkoumal vliv očního kontaktu na hodnocení osobnosti, byli Droney et al. (1993). V tomto výzkumu se bohužel nezjišťoval vliv na hodnocení společenskosti (*sociable*). Zato se ale hodnotila vlastnost *likability*. Tento výraz autoři definovali jako „*Gets along well with others*.“<sup>35</sup> Respondenti však nevyplňovali svůj názor, ale to, co si mysleli, že by o sobě napsal sám natáčený. Tím se ale značně mění situace a my se dostáváme na tenký led, zda tuto vlastnost přeložit a přirovnat spíše k naší škále *příjemný*, nebo *společenský*. Nejlepším překladem by snad bylo *oblíbený* a to se sémanticky blíží spíše ke společenskosti. Každopádně i v této studii se prokázal vliv očního kontaktu na ohodnocení této vlastnosti.

Další škálou, na jejíž hodnocení měl vliv směr úhybu pohledu, je **rozhodnost**. Zvláštností této škály je to, že zatímco u ostatních škál bylo možno víceméně naměřit pozitivní či negativní vliv jednoho pohledu, u této škály jsme naměřili statisticky významný rozdíl v hodnocení jen u jedné dvojice – pohledu dolů a pohledu do stran ( $P = 0,007$ ). U dvojice pohled dolů a pohled nahoru vyšlo  $P = 0,065$ . I číslo této druhé dvojice není tak příliš vzdálené hodnotě hladiny významnosti, ale přece jen už to není tak blízko, jako tomu bylo u druhých dvojic v případě škál *upřímnost* a *společenskost*.<sup>36</sup> U třetí dvojice – pohled nahoru a pohled do stran nebyl zaznamenán žádný statisticky významný rozdíl v hodnocení.

Poslední dvě škály, u kterých byl naměřen vliv směru pohledu, jsou škály **sebevědomí** a **průbojnost**. Výsledky obou škál jsou velmi podobné. U obou bylo naměřeno  $P$ , které svou významností naprosto převyšuje všech zbývajících osm škál.<sup>37</sup> Hodnocení u obou škál bylo jednoznačně negativně ovlivněno pohledem dolů, protože jak pro srovnání hodnocení u pohledu dolů s pohledem nahoru, tak i s pohledem do

---

<sup>35</sup>Což by se mohlo přeložit jako: „ Vychází dobře s ostatními.“

<sup>36</sup> Upřímnost:  $DS:P = 0,058$ ; společenskost:  $NS: P = 0,055$

<sup>37</sup> Sebevědomí:  $P = 0,0000025$ ; průbojnost:  $P = 0,0000355$

stran, vyšla signifikance 0,000. Naopak ve srovnání pohledu nahoru a do stran vyšla signifikance statisticky nevýznamná.

Myslíme si, že to, že pohled dolů způsobil, že pózisté byli hodnoceni jako málo sebevědomí a málo průbojní, dále souvisí s genderovým stereotypem, který panuje mezi lidmi a který dokazují některé výzkumy. Např. R. Campbell et al. (1996) ve svém výzkumu ukazovali fotografie s různými směry pohledu a požadovali po respondentech, aby určili, zda je na fotografii žena, či muž. Z výsledků zjistili, že respondenti měli tendenci označovat fotografie s pohledem dolů častěji jako ženské než jako mužské. Některé výzkumy dokázaly, že žena má v současné společnosti odlišné postavení než muž. Muž je vnímán jako mocnější či dominantnější, žena jako slabší, méně dominantní (Athenstaedt et al. 2004). To by tedy dokazovalo, že pohled dolů je vnímán jako znak slabosti.

U výzkumů zkoumajících vliv očního kontaktu bylo zjištěno, že oční kontakt ovlivňuje především vlastnosti týkající se sebevědomí, dominance, asertivity, nezávislosti, rozhodnosti, ráznosti, moci (Brooks et al. 1986; Droney et al. 1993; Lagomarsino et al. 1998). Náš výzkum k tomu nově přidal, že kromě krátké doby očního kontaktu toto negativně ovlivňuje i pohled dolů. Úhyb pohledem směrem dolů negativně ovlivnil hodnocení rozhodnosti, upřímnosti, sebevědomí a průbojnosti.

## 10. Zhodnocení výzkumu a doporučení pro další výzkum

Věrohodnost výzkumu závisí např. na přenositelnosti. To je míra, do jaké jsou výsledky měření přenositelné do jiných kontextů. Jsme si vědomi omezení, které z toho pro nás vyplývá. Tento výzkum se zaměřil na situaci výběrového řízení. Výsledky se dají vztáhnout na všechny situace, kde je důležité udělat dobrý první dojem či dobře zapůsobit: výběrová řízení, vstupní pohovor, zkouška, soutěž, ale třeba i první setkání s rodiči partnera. Rozhodně se výsledky nedají vztahovat např. na rozhovor mezi rodiči a dětmi, na komunikaci mileneckého páru nebo na rozhovor pacienta a lékaře.

Aby byl výzkum co možná nejvíc spolehlivý, snažila jsem se co nejlépe popsat, jak jsem postupovala. Jinými slovy jsem zanechala tzv. prověřovací stopu, která dalším umožní postupovat stejnou cestou a ověřit si výsledky výzkumu.

Nepochybnou výhodou tohoto výzkumu je poměrně solidní počet respondentů. Na tento druh výzkumu je 196 respondentů poměrně velký počet. Brooks, Church a Fraser použili data od 60 žen a 60 mužů; Napieralski, Brooks a Droney od 73 respondentů a Lagomarsino et al. od 75 respondentů. Další výhodou je použití vlastních videonahrávek. V první řadě byly vytvořeny úplně nové videonahrávky, které se dají použít i pro další navazující výzkumy. Další jejich předností je to, že jsou o polovinu delší než videonahrávky u studií, na které tento výzkum navazuje. Delší videonahrávka je lepší především v tom, že respondenti mají více času na seznámení s pózisty a mohou si tak udělat výraznější první dojem. Naopak nevýhodou je malý počet videonahrávek. Na videu je pouze jeden muž natáčený třikrát a jedna žena natáčená třikrát. Výzkum má tedy jen jeden mužský a jeden ženský subjekt. Z tohoto důvodu není možné dělat jakékoliv genderové závěry, což by mohlo být jistě také zajímavé. Z časových důvodů a s ohledem na to, že se jedná o výzkum pro bakalářskou práci, jsem se po dohodě se školitelem rozhodla toto omezení akceptovat. Z toho vyplývá i možné navázání či rozšíření výzkumu, kdy by se natočily další videonahrávky. To by umožnilo rozšíření výsledků a jejich širší interpretaci.

Genderová oblast však není jediná, kde je potřeba se mít na pozoru před vyvozováním závěrů z příliš malého vzorku. Dvě série videonahrávek je obecně dost malý vzorek k vyvozování jakýchkoliv závěrů. Tento hendikep jsem se snažila vyvážit standardizací podmínek. Velkým přínosem pro tento výzkum do budoucna by proto bylo jeho rozšíření o nové sady videonahrávek.

V dalších výzkumech bych také doporučila zaměřit se více na respondenty. Jak zjistili Lagomarsino et al. (1998) ve své studii, osobnost samotného respondenta má velký vliv na hodnocení osobnosti natáčeného. Zjišťování tohoto vlivu bylo bohužel už nad rámec rozsahu této bakalářské práce.

Dalším zajímavým rozšířením výzkumu by určitě bylo i zaměřit se na kulturní rozdílnosti ve vnímání směru pohledu a jeho vlivu na hodnocení osobnosti. Mnohé výzkumy totiž zjistily, že lidé různých kultur vyhodnocují odlišně význam mimických signálů (Ekman 1987; Matsumoto 1989)

## **10. 1 Etika výzkumu**

Vzhledem k tomu, že při sběru dat bylo zacházeno s lidskými subjekty, byl kladen maximální důraz na etické otázky. Všichni natáčení byli informovaní o tom, že videozáznamy se budou promítat respondentům a budou sloužit k vědeckým účelům a byli požádáni o souhlas. Účastníci byli ujištěni o diskrétnosti a utajení všech údajů, které uvedli. Dále byli respondenti ujištěni, že sebraná data budou zpracována statisticky a ne jednotlivě. Tím byla zajištěna naprostá anonymita. Po vyplnění dotazníků byl účastníkům sdělen pravý smysl výzkumu a byla jim ponechána možnost se k tomu vyjádřit. Jak už bylo řečeno, bylo tím zajištěno, že respondenti pochopili pravý záměr výzkumu, nebyli nijak podvedeni a neodešli s případnou psychickou újmou. Na konci jim bylo poděkováno za jejich účast a za ochotu a čas, který tomuto výzkumu věnovali.



## 11. Závěr

Cílem této studie bylo prokázat, že oči jsou velmi důležitou součástí neverbální komunikace a že vysílají signály mnoha způsoby. Jedním z těchto způsobů je i směr pohledu, který byl oproti očnímu kontaktu výzkumníky lehce opomíjen. Myslím si, že tento záměr se mi povedlo uskutečnit.

U šesti škál z deseti se prokázalo, že směr úhybu pohledu ovlivňuje jejich hodnocení. Z toho u čtyř škál (rozhodnost, upřímnost, sebevědomí a průbojnost) bylo toto hodnocení ovlivněno negativně uhýbáním pohledem dolů. U přesvědčivosti bylo hodnocení pozitivně ovlivněno uhýbáním pohledem do stran. A nakonec u společenskosti bylo hodnocení pozitivně ovlivněno uhýbáním pohledem nahoru.

U čtyř škál (důvěryhodnost, schopnost, čestnost a příjemnost) se vliv směru úhybu pohledu na jejich hodnocení neprokázal.

Doufám, že tato práce bude podnětem i k vědeckým diskuzím a dalším výzkumům, které pomohou vnést světlo do této problematiky a potvrdit či vyvrátit mé závěry či domněnky v diskuzi.

## 12. Použitá literatura

- Adams R.B. & Kleck R.E. (2003). Perceived gaze direction and the processing of facial displays of emotion. *Psychological Science*, **14**(6), 644-647.
- Anstis S.M., Mayhew J.W., & Morley T. (1969). The perception of where a face or television 'portrait' is looking. *Am. J. Psychol.*, **82**, 474-489
- Aquinis H. & Henle C.A. (2001). Effects of nonverbal behavior on perceptions of a female employee's power bases. *Journal of Social Psychology*, **141**(4), 537-549.
- Aquinis H., Simonsen M.M., & Pierce C.A. (1998). Effects of nonverbal behavior on perceptions of power bases. *Journal of Social Psychology*, **138**(4), 455-469.
- Argyle N. (1988). The nature of cognitions in panic disorder. *Behaviour research and therapy*, **26**, 261-264.
- Athenstaedt U., Haas E., & Schwab S. (2004). Gender role self-concept and gender-typed communication behavior in mixed-sex and same-sex dyads. *Sex Roles*, **50**, 37-52.
- Baker S.R. & Edelman R.J. (2002). Is social phobia related to lack of social skills? Duration of skill-related behaviours and ratings of behavioural adequacy. *British Journal of Clinical Psychology*, **41**, 243-257.
- Baron-Cohen S. (1994). How to build a baby that can read minds: Cognitive mechanisms in mindreading. *Cah. Psychol.Cogn.*, **13**, 513-552.
- Bayliss A.P. & Tipper S.P. (2006). Predictive Gaze Cues and Personality Judgments. Should Eye Trust You? *Psychological Science*, **17**, 514-520.
- Berry D.S. & Wero J.L.F. (1993). Accuracy in face perception - a view from ecological psychology. *Journal of Personality*, **61**, 497-520.
- Borkenau P. & Liebler A. (1992). The cross-modal consistency of personality - inferring strangers traits from visual or acoustic information. *Journal of Research in Personality*, **26**, 183-204.
- Brooks C.I., Church M.A., & Fraser L.. (1986). Effect of Duration of Eye Contact on Judgments of Personality Characteristics. *The Journal of Social Psychology*, **26**(1), 71-78.
- Brooks R. & Meltzoff A.N. (2002). The importance of eyes: How infants interpret adult looking behavior. *Dev. Psychol.*, **38**, 958-966.
- Bruce V. & Young A. (1986). Understanding face recognition. *British Journal of Psychology*, **77**, 305-327.
- Burgoon J.K., Coker D.A., & Coker R.A. (1986). Communicative effects of gaze behavior a test of 2 contrasting explanations. *Human Communication Research*, **12**, 495-524.

- Calogero R.M. (2004). A test of objectification theory: The effect of the male gaze on appearance concerns in college women. *Psychology of Women Quarterly*, **28(1)**, 16-21.
- Calvo M.G. & Avero P. (2005). Time course of attentional bias to emotional scenes in anxiety: Gaze direction and duration. *Cognition & Emotion*, **19(3)**, 433-451.
- Calvo M.G. & Lang P.J. (2004). Gaze patterns when looking at emotional pictures: Motivationally biased attention. *Motivation and Emotion*, **28(3)**, 221-243.
- Campbell R., Wallace S., & Benson P.J. (1996). Real men don't look down: Direction of gaze affects sex decisions on faces. *Visual Cognition*, **3(4)**, 393-412 .
- Conway C.A., Jones B.C., DeBruine L.M., & Little A.C. Evidence for adaptive design in human gaze preference. *Proc. R. Soc. B* (in press).
- Cordell D.M. & McGahan J.R. (2004). Mutual gaze duration as a function of length of conversation in male-female dyads. *Psychological Reports*, **94**, 109-114.
- Davitz J.R. (1970). Speech behavior and human interaction. *American Journal of Psychology*, **83** , 454-455.
- DeVito J.A. (2001). *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada.
- Doherty-Sneddon G. & Phelps F.G. (2005). Gaze aversion: A response to cognitive or social difficulty? *Memory & Cognition*, **33 (4)**, 27-733.
- Driver J., Davis G., Ricciardelli P., Kidd P., Maxwell E., & Baron-Cohen S. (1999). Gaze perception triggers reflexive visuospatial orienting. *Visual cognition*, **6**, 509-540.
- Droney J.M. & Brooks C.I. (1993). Attributions of self-esteem as a function of duration of eye contact. *Journal of Social Psychology*, **133(5)**, 715-722.
- Ekman P. (1985) *Telling lies*. New York: Norton.
- Ekman P. & Friesen W. (1975). *Unmasking the Face*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ekman P. & Friesen W. (1978). *Facial Action Coding System: A technique for the measurement of facial movement*. Palo Alto: Consulting Psychologists Press.,
- Ekman P., Friesen W., O'Sullivan M., Chan A., Diacoyanni-Tarlatzis I, Heider K., Krause R., LeCompte W. , Pitcairn T., Ricci-Bitti P., Scherer K., Tomita M., & Tzavaras A. (1987). Universals and cultural differences in the judgements of facial expressions of emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, **53**, 712-717.
- Ekman P. & O'Sullivan M. (1991). Who can catch a liar. *American Psychologist*, **46**, 913-920.
- Ekman P. & Oster H. (1979). Facial expressions of emotion. *Annual Review of Psychology*, **30**, 527-554.
- Emery N.J. (2000). The eyes have it: the neuroethology, function and evolution of social gaze. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, **24**, 581-604.
- Exline R.V. (1964). Affective phenomena and the mutual glance: Effects of evaluative feedback and social reinforcement upon visual interaction with an interview. *Tech. Rep.*, **11**, 1-30.

- Exline R.V. (1971). Visual interaction: The glances of power and preference. In Cole J.K. (eds.), *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln, Nebraska, University of Nebraska Press., 163-206
- Exline R.V., Gray D., & Schuette D. (1965). Visual behavior in a dyad as affected by interview content and sex of respondent. *Br. J. Soc. Clin. Psychol.* **1**, 201-209.
- Exline R.V. & Messick D. (1967). The effect of dependency and social reinforcement upon visual behavior during an interview. *Br. J. Soc. Clin. Psychol.*, **6**, 256-266.
- Exline R.V. & Winters L.C. (1965). Interpersonal preferences and the mutual glance. In Tomkins S.S., Izard C. (eds.), *Affect, Cognition and Personality*. Springer Publications.
- Farabee D.J., Holcom M.L., Ramsey S.L., & Cole S.G. (1993). Social anxiety and speaker gaze in a persuasive atmosphere. *Journal of Research in Personality*, **27(4)**, 365-376.
- Farroni T., Csibra G., Simion F., & Johnson M.H. (2002). Eye contact detection in humans from birth. *Proc. Natl. Acad. Sci.*, **99**, 9602-9605.
- Farroni T., Massaccesi S., Menon E., & Johnson M.H. (2007). Direct gaze modulates face recognition in young infants. *Cognition*, **102**, 396-404.
- Foddy M. (1978). Patterns of gaze in cooperative and competitive negotiation. *Hum. Relat.*, **31**, 925-938.
- Frank M.G. & Ekman P. (1997). The ability to detect deceit generalizes across different types of high-stake lies. *Journal of Personality and Social Psychology*, **72**, 1429-1439.
- Fugita S.S. (1974). Effects of anxiety and approval on visual interaction. *J. Pers. Soc. Psychol.*, **29**, 586-592.
- Frances S.J. (1979). Sex differences in nonverbal behavior. *Sex Roles*, **5**, 519-535.
- Fraňková S. & Klein Z. (1997). *Úvod do etologie člověka*. Praha: HZ Systém, spol. s.r.o.
- George N., Driver J., & Dolan R.J. (2001). Seen gaze-direction modulates fusiform activity and its coupling with other brain areas during face processing. *NeuroImage*, **13**, 1102-1112.
- Giddens A. (1999). *Sociologie*. Praha: Argo.
- Gilbert D.T. & Krull D.S. (1988). Seem less and knowing more-the benefits of perceptual ignorance. *Journal of Personality and Social Psychology*, **54**, 193-202.
- Gosselin P., Kiruac G., & Doré F. (1995). Components and Recognition of Facial Expression in the Communication of Emotion by Actors. *Journal of Personality and Social Psychology*, **68**, 83-96.
- Guequen N. & Jacob C. (2002). Direct look versus evasive glance and compliance with a request. *Journal of Social Psychology*, **142(3)**, 393-396.
- Haga T. (1988). Landscape in cross-cultural-perspective, from hsiao-hsiang to the -views-of-omi. *Tamkang review*, **18**, 177-186.

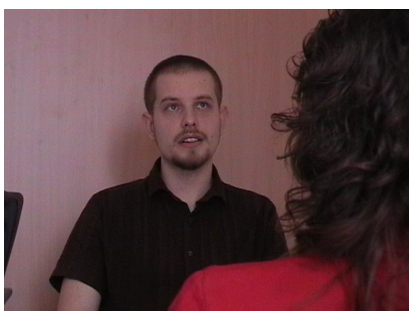
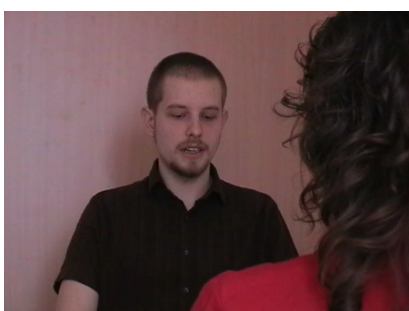
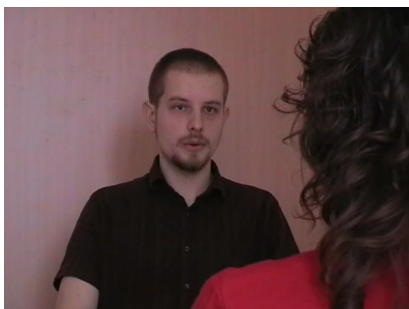
- Haith M.M. (1977). Eye contact and face scanning in early infancy. *Science*, **198**, 853-855.
- Haith M.M. & Campos J.J. (1977). Human Infancy. *Annual Review of psychology*, **28**, 251-293.
- Hall J. (1984). *Nonverbal sex differences: Communication accuracy and expressive style*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Harkness A.R., Debono K.G., & Borgida E. (1985). Personal involvement and strategies for making contingency judgements-a stake in the dating game makes a difference. *Journal of Personality and Social Psychology*, **49**, 22-32.
- Hassin R. & Trope Y. (2000). Facing faces: Studies on the cognitive aspects of physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*, **78**, 837-852.
- Hemsley G.D & Doob A.N. (1978). The Effect of Looking Behavior on Perceptions of a Communicator's Credibility. *J. Appl. Soc. Psychol.*, **8**, 136-142.
- Hendl J. (2004). *Přehled statistických metod zpracování dat. Analýza a metaanalýza dat*. Praha: Portál.
- Hepburn C. & Locksley A. (1983). Subjective awareness of stereotyping - Do we know when our judgments are prejudiced? *Social Psychology Quarterly*, **46**, 311-318.
- Hochschild A. (1979). Emotion work, feeling rules and social structure. *American Journal of Sociology*, **85**, 551-575.
- Hood B.M., Macrae C.N., Cole – Davies V., & Dias M. (2003). Eye remember you: The effects of gaze direction on face recognition in children and adults. *Dev. Sci.*, **6**, 67-71.
- Holmes D.L., Cohen K.M., Haith M.M., & Morrison F.J. (1977). Peripheral visual processing. *Perception & Psychophysic*, **22**, 571-577.
- Johnson M.H. & Morton J. (1991). *Biology and cognitive development: The case of face recognition*. Blackwell: Oxford.
- Jones B.C., DeBruine L.M., Little A.C., & Conway C.A. (2006). Integrating Gaze Direction and Expression in Preferences for Attractive Faces. *Psychol. Sci.*, **17**, 588-591.
- Jones S.E. & Yarbrough A.E. (1985). A natural study of the meanings of touch. *Communication monographs*, **52**, 19-56.
- Keating C.F. & Keating E.G. (1982). Visual scan patterns of rhesus -monkeys viewing faces. *Perception*, **11**, 211-219.
- Kendon A. & Cook M. (1969). The consistency of gaze patterns. *Br. J. Psychol.*, **60**, 481-494.
- Kotrčová A. (2008). Přisuzování osobnostních vlastností podle obličeje. In Blažek V. & Trnka R. (Eds.), *Lidský obličej: Vnímání lidské tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum (in press).
- Křivohlavý J. (1976). Funkce zrakového kontaktu v sociální interakci. *Cesk. Psychol.*, **20**, 72-79.

- Lagomarsino J., Gallagher M., Yankalunas S., Brooks C.I., & O'Brien J.P. (1998). Perception of a model's self-esteem and model's duration of eye contact. *The Psychological Record*, **48**, 317-324.
- Larsen R.J. & Shackelford T.K. (1996). Gaze avoidance: Personality and social judgments of people who avoid direct face-to-face contact. *Personality and individual differences*, **21(6)**, 907-917.
- Lindová J. & Trnka R. (2008). Mimika. In Blažek V. & Trnka R. (Eds.), *Lidský obličej: Vnímání lidské tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum (in press).
- Lloyd-Elliott M. (2006). *Řeč těla. Tajemství svádění a milostných her*. Praha: Metafora.
- Locksley A., Hepburn C., & Ortiz V. (1982). Social stereotypes and judgments of individuals-an instance of the base-rate. *Journal of experimental social psychology*, **18**, 23-42.
- Lundqvist D., Esteves F., & Ohman A. (1999). The face of wrath: Critical features for conveying facial threat. *Cognition&Emotion*, **13(6)**, 691-711.
- Macrae C.N., Hood B.M., Milne A.B., Rowe A.C., & Mason M.F. (2002). Are you looking at me? Eye gaze and person perception. *Psychol. Sci.*, **13**, 460-464.
- Malatesta C. & Izard C. (1984). The facial expression of emotion: Young, middle-aged, and older adult expressions. In Izard C. (Ed.), *Emotion in Adult Development*. Beverly Hills: Sage.
- Mathews A., Fox E., Yiend J., & Calder A. (2003). The face of fear: Effects of eye gaze and emotion on visual attention. *Visual Cognition*, **10(7)**, 823-835.
- Matsumoto D. (1989). Cultural influences on the perception of emotion. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, **20**, 92-105.
- Mazur A. & Booth A. (1998). Testosterone and dominance in men. *Behavioral and Brain Sciences*, **21**, 353-+
- Monk A.F. & Gale C. (2002). A look is worth a thousand words: Full gaze awareness in video-mediated. *Discourse Processes*, **33(3)**, 257-278.
- Moore C. & Corkum V. (1994). Social understanding at the end of the first year of life. *Dev. Rev.*, **14**, 349-372.
- Morton J. & Johnson M. (1991). Perception of facial structure in infancy. *Perception of Structure-essays in Honor of Wedeall Garner*, 317-325.
- Napieralski L.P., Brooks C.I., & Dronev J.M. (1995). The effect of duration of eye contact on american-college students. *Journal of Social Psychology*, **135(3)**, 273-280.
- Neuberg S.L. & Fiske S.T. (1987). Motivational influences on impression-formation - outcome dependency, accuracy-driven attention, and individuating processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, **53**, 431-444.
- Neuliep J.W. (2005). *Intercultural communication: a contextual approach*. Sage Publications, Inc.
- Noller P. (1980). Gaze in married couples. *J. Nonverbal Behav.*, **5**, 115-129.

- Pease A. (2001). *Řeč těla. Jak porozumět druhým z jejich gest, mimiky a postojů těla*. Praha: Portál.
- Perrett D.I., Lee K.J., Penton-Voak I., Rowland D., Yoshikawa S., Burt D.M., Henzi S.P., Castles D.L., & Akamatsu S. (1998). Effects of sexual dimorphism on facial attractiveness. *Nature*, **394**, 884-887.
- Rall M., Greenspan A., & Neidich E. (1984). Reactions to eye contact initiated by physically attractive and unattractive men and women. *SBP journal*, **12**, 103-109.
- Reid V.M. & Striano T. (2005). Adult gaze influences infant attention and object processing: implications for cognitive neuroscience. *Eur. J. Neurosci.*, **21**, 1763-1766.
- Rohner J.C. (2004). Memory-based attentional biases: Anxiety is linked to threat avoidance. *Cognition & Emotion*, **18 ( 8 )**, 1027-1054.
- Rutter D.R., Morley I.E., & Graham J.C. (1972). Visual interaction in a group of introverts and extraverts. *Eur. J. Soc. Psychol.*, **2**, 371-384.
- Tetlock P.E. & Kim J.I. (1987). Accountability and judgement processes in a personality prediction task. *Journal of Personality and Social Psychology*, **52**, 700-709.
- Trnka R. (2006). *Rozpoznávání mimických výrazů člověka a šimpanze*. Praha: UK FHS.
- Trnka R., Kubena A., & Kucerova E. (2007). Sex of expresser and correct perception of facial expressions of emotion. *Perceptual and Motor Skills*, **104**, 1217-1222.
- Valenta J. (2004). *Manuál k tréninku řeči lidského těla. Didaktika neverbální komunikace*. Kladno: AISIS.
- Verbeke W. & Baqozzi R.P. (2000). Sales call anxiety: Exploring what it means when fear rules a sales encounter. *Journal of marketing*, **64(3)**, 88-101.
- Vybíral Z. (2003). *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Praha: Portál.
- Vávra V. (1990). *Mluvíme beze slov*. Praha: Panorama.
- Wage J. L. (1997). *Řeč těla jako účinný nástroj prodeje*. Praha: Management Press.
- Wallace S., Coleman M., Pascalis O., & Bailey A. (2006). A study of impaired judgment of eye-gaze direction and related face-processing deficits in autism spectrum disorders. *Perception*, **35**, 1651-1664.
- Zebrowitz L.A., Collins M.A., & Dutta R. (1998). The relationship between appearance and personality across the life span. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **24**, 736-749.
- Zebrowitz L.A. & Montepare J.M. (1992). Impressions of babyfaced individuals across the life-span. *Developmental Psychology*, **28**

## Příloha I.

Druhy směrů pohledu, natočené na videozáznamech





## **Příloha II.**

Text pohovoru natočeného na videozáznamech

### **Proč jste se přihlásil do tohoto konkurzu?**

Vaši nabídku jsem našel v inzertních novinách a zaujala mne, a to jak z hlediska finančního, tak z hlediska dalšího profesního růstu.

Již během studia jsem byl několikrát na praxi u firmy podobného zaměření. Tato práce mě velmi bavila, a proto jsem se rozhodl, že bych i v budoucnu rád dělal něco podobného a mohl tak zúročit své zkušenosti. Myslím si, že právě vaše firma by mi to mohla umožnit.

### **Co můžete naší firmě nabídnout?**

Jak jsem už řekl, mám určité zkušenosti v tomto oboru. Jsem ochotný se dále sebevzdělávat. Vzhledem k tomu, že jsem svobodný a bezdětný, nebude mi dělat problémy pracovat přesčasy a o víkendech.

### **A co očekáváte na oplátku vy od nás?**

Tak samozřejmě přiměřené platové ohodnocení. Řekněme tak asi 15 000 základní hrubý plat plus odpovídající prémie podle dosažených výsledků. Vzhledem k tomu, že budu muset hodně cestovat, předpokládám, že budu mít k dispozici služební automobil, který budu moci využívat i k soukromým jízdám. Dále očekávám možnost využití služebního telefonu, a to také i k soukromým hovorům.

## Příloha III.

### Dotazník

Ženu/Muže na videu:

1. jsem nikdy dřív neviděl/a
2. znám od vidění
3. znám osobně

Žena/Muž z ukázky je:

přesvědčivá/ý	1	2	3	4	5	6	7	nepřesvědčivá/ý
společenská/ý	1	2	3	4	5	6	7	nespolečenská/ý
důvěryhodná/ý	1	2	3	4	5	6	7	nedůvěryhodná/ý
schopná/ý	1	2	3	4	5	6	7	neschopná/ý
čestná/ý	1	2	3	4	5	6	7	nečestná/ý
sebevědomá/ý	1	2	3	4	5	6	7	nesebevědomá/ý
příjemná/ý	1	2	3	4	5	6	7	nepříjemná/ý
rozhodná/ý	1	2	3	4	5	6	7	nerozhodná/ý
upřímná/ý	1	2	3	4	5	6	7	neupřímná/ý
průbojná/ý	1	2	3	4	5	6	7	neprůbojná/ý