

UNIVERZITA KARLOVA

Filozofická fakulta

Katedra psychologie

Diplomová práce



Bc. Victoria Hebbeckerová

**Efekt fyzického vzhľadu a správania mužov na  
hodnotenie ich sexuálnej atraktivity**

**The effect of physical appearance and behavior of  
men on the evaluation of their sexual attractiveness**

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Renáta Androvičová, Ph.D.

2024

## **Pod'akovanie**

Rada by som sa poďakovala vedúcej tejto práce, Mgr. Renáte Androvičovej, Ph.D. za vedenie, trpezlivosť a podnetné rady. Ďalej ďakujem Mgr. Jane Dlouhé za konzultáciu v oblasti štatistiky. Zároveň by som sa rada zo srdca poďakovala svojej rodine a priateľom, bez ktorých lásky a podpory by som dnes nebola tam, kde som. A na záver ďakujem všetkým účastníckam výskumu, bez ktorých by táto práca nemohla byť kompletná.

## **Prehlásenie**

*Prehlasujem, že som diplomovú prácu vypracovala samostatne, že som riadne citovala všetky použité pramene a literatúru a že práca nebola využitá v rámci iného vysokoškolského štúdia či k získaniu iného alebo rovnakého titulu.*

.....  
Bc. Victoria Hebbeckarová

V Prahe dňa 23.06.2024



## **Abstrakt**

Diplomová práca sa zaoberá efektom fyzického vzhľadu a správania na hodnotenie sexuálnej atraktivity mužov z pohľadu žien. Zároveň sa zapodieva vplyvom dynamického stimulu v podobe správania (video) a statického stimulu v podobe fotografie na hodnotenie sexuálnej atraktivity. Účastníčky výskumu (n=30), v dvoch fázach hodnotili atraktivitu 5 hercov najskôr v rámci fotografie (statický stimul) a neskôr po vzhliadnutí krátkych 10 sekundových videí (dynamický stimul) zobrazujúce tri druhy správania – pozitívne, neutrálne a negatívne. Výsledky analýzy rozptylu (ANOVA) pre opakované merania preukázali, že pozitívne správanie signifikantne zvyšuje atraktivitu oproti neutrálnemu správaniu a neutrálne správanie voči negatívnemu. Súčasne taktiež poukázali na signifikantný vplyv dynamického stimulu (správania) na hodnotenie atraktivity oproti statickému stimulu (fotografii).

## **Kľúčová slova:**

sexuálna atraktivita, správanie, fyzický vzhľad, dynamický stimul, statický stimul

## **Abstract**

The diploma thesis deals with the effect of physical appearance and behavior on the assessment of the sexual attractiveness of men from the point of view of women. At the same time, the influence of a dynamic stimulus in the form of behavior (video) and a static stimulus in the form of a photograph is used to assess sexual attractiveness. Research participants (n=30), evaluated the attractiveness of 5 actors in two phases, first in a photograph (static stimulus) and later after watching short 10-second videos (dynamic stimulus) depicting three types of behavior - positive, neutral and negative. Results of a repeated-measures analysis of variance (ANOVA) showed that positive behavior significantly increased attractiveness over neutral behavior and neutral behavior over negative. At the same time, they also pointed out the significant influence of a dynamic stimulus (behavior) on the assessment of attractiveness compared to a static stimulus (photo).

## **Key words:**

sexual attractiveness, behavior, physical appearance, dynamic stimulus, static stimulus

## Obsah

Úvod .....	9
I. Teoretická časť .....	10
1. Atraktivita.....	10
1.1. Fyzická atraktivita .....	11
1.2. Osobná atraktivita.....	13
1.3. Sexuálna atraktivita .....	15
1.4. Atraktivita a evolúcia .....	16
1.5. Faktory vplývajúce na hodnotenie atraktivity .....	17
2. Atraktivita muža.....	19
2.1. Atraktivita mužskej tváre .....	19
2.1.1. Symetria.....	20
2.1.2. Priemerovosť .....	21
2.1.3. Pohlavný dimorfizmus.....	22
2.1.4. Ostatné znaky atraktivity tváre.....	23
2.2. Atraktivita mužského tela.....	25
2.2.1. Postava a jej proporcie .....	25
2.2.2. Výška.....	27
2.2.3. Vek .....	27
2.3. Vplyv kultúry a médií na vnímanie atraktivity .....	28
3. Neverbálna komunikácia a emócie.....	29
3.2. Neverbálna komunikácia.....	29
3.3. Emócie.....	30
3.3.1. Základné emócie.....	30
3.3.2. Mimické výrazy a základné emócie .....	31
3.3.3. Rozpoznávanie emócií.....	33
3.3.4. Dvorenie .....	35

3.3.5. Statickosť a dynamickosť vo výskume emócií a atraktivity.....	36
II. Empirická časť.....	38
4. Cieľ výskumu.....	38
4.2. Výskumné hypotézy.....	38
5. Metodika.....	40
5.2. Výskumný súbor.....	40
5.3. Meracie nástroje.....	46
5.3.1. Dotazník I.....	46
5.3.2. Dotazník II.....	47
5.3.3. Video- a fotostimuly.....	48
5.4. Procedúra.....	49
5.5. Štatistická analýza.....	49
5.6. Etika výskumu.....	50
6. Výsledky.....	51
7. Diskusia.....	55
8. Záver.....	59
Referencie.....	60
Zoznam skratiek.....	72
Zoznam grafov.....	73
Zoznam tabuliek.....	74
Zoznam obrázkov.....	75
Zoznam príloh.....	76



## Úvod

Atraktivita nie je pojem, ktorý je pre svet neznámy. Naopak, atraktivitu druhých hodnotíme či už vedome alebo podvedome snád' vždy, keď sa s nimi stretávame. Na toto hodnotenie vplýva množstvo faktorov, ktoré budú v tejto práci spomenuté. Mnoho doterajších výskumov sa primárne zaoberá tým, čo je atraktívne na ženách. Cieľom diplomovej práce je pre zmenu podať prehľad o atraktivite mužov na základe dostupných zdrojov z literatúry alebo rôznych výskumov.

Prvá kapitola sa zaoberá atraktivitou ako celku, snaží sa poukázať na rôzne definície a delenia, odkiaľ prechádza do popisu fyzickej, osobnej a sexuálnej atraktivity. Následne sa zaoberá atraktivitou a výberu partnera z pohľadu evolúcie a v závere popisuje niektoré faktory, ktoré môžu na hodnotenie atraktivity pôsobiť.

Druhá kapitola venuje pozornosť atraktivite muža z pohľadu žien. Poukazuje na rôzne výskumy, ktoré potvrdili, čo sa ženám na mužoch páči. Zaoberá sa nielen atraktivitou mužskej tváre a hlavnými časťami, ktoré si ženy všímajú, ale aj prít'azlivosťou mužského tela. V poslednej časti načrtne vplyv kultúry a médií na hodnotenie atraktivity a tzv. „ideál krásy“.

Tretia kapitola má v pozornosti neverbálnu komunikáciu a emócie. Hodnotí dôležitosť neverbálnej komunikácie v každodennom živote a prechádza na tému emócií, ktorá je s týmto druhom komunikácie úzko spätá. Emócie sú popísané základne a značná pozornosť je venovaná práve základným emóciám (hnev, znechutenie, radosť) a ich mimickým výrazom. Ďalej sa zaoberá schopnosťou rozpoznávať emócie, neverbálnym prejavom dvorenia a ako posledné poukazuje na validitu statických a dynamických stimuloch pri výskumoch emócií a atraktivity.

Zároveň sa práca vo výskumnej časti bude zaoberať tým, ako rôzne druhy pozitívne alebo negatívne ladeného správania môžu ovplyvniť celkové hodnotenie atraktivity práve z dôvodu, že takýmto výskumom doposiaľ nebola venovaná veľká pozornosť, či už zo strany žien alebo mužov. Je síce na základe mnohých výskumov preukázané, že pozitívnejšie pôsobiaci ľudia sú vnímaní atraktívne, my si kladieme otázku, či sa hodnotenie vysoko alebo nízko prít'azlivého muža zmení na základe jeho pozitívneho alebo negatívneho správania. Taktiež sa výskum zahľadí na dynamický stimul (správanie; video) a statický stimul (fotografia) a ich vplyv na hodnotenie spomínanej prít'azlivosti.

V práci je citované podľa normy APA, 7. edície (2020).

# I. Teoretická časť

## 1. Atraktivita

Atraktivita alebo príťažlivosť môžeme definovať ako pozitívne pocity, ktoré smerujú k druhému jedincovi vrátane tendencie vyhľadávať jeho prítomnosť (Hewstone & Stroebe, 2006, s. 429). Fyzický vzhľad väčšinou patrí medzi jednu z prvých informácií, ktorú sa o človeku dozvieme, avšak atraktivita vo všeobecnosti nezahŕňa iba vzhľad, ale aj ďalšie prejavy, ku ktorým môžeme zaradiť napríklad vôňu, hlas, ale aj všeobecne určité neverbálne pôsobenie jedného človeka na druhého. Atraktívnejší ľudia sú taktiež preferovaní viac pre spoluprácu, rovnako tak aj pri výbere partnera (Blažek, 2011, s. 54). Slaměník (2008, s. 252) popisuje atraktivitu takto: „Atraktivita sa vzťahuje k jedincovi alebo skupine osôb, ktorých nejaká vlastnosť či vlastnosti sú pre iných jedincov zdrojom odmiern. Fyzické a osobné vlastnosti vyvolávajú priamu alebo kognitívnymi procesmi sprostredkovanú pozitívnu emočnú odozvu a nositelia týchto vlastností môžu uspokojovať najrôznejšie potreby tých, pre ktorých sú príťažliví.“

Pojem atraktivita môžeme teda chápať ako určité sympatie alebo náklonnosť k druhému človeku. Konkrétne slovo „atraktivita“ vznikla z latinského slova „attrahō“, ktoré znamená „príťahovať“. Hewstone a Stroebe (2006, s. 429) opisujú „attraction“ alebo príťažlivosť týmto spôsobom: „Pozitívne pocity smerované k druhému jedincovi vrátane tendencie vyhľadávať jeho prítomnosť.“

Ďalší autori vnímajú atraktivitu ako sexuálne motivačný systém, či určité vlohy, ktoré je možné využiť k vábeniu a to za pomoci zdôrazňovania signálov vlastnej pohlavnej príslušnosti (Kolářský, in Baštecká, 2009, s. 343).

Blažek (2011, s. 54) vo svojom diele uvádza, že atraktivita dokáže značne ovplyvniť život človeka. Oplyvňuje totiž to, čo si o ňom ľudia myslia, ako ho vnímajú, či v ich očiach predstavuje človeka, ktorého by mohli chcieť za svojho partnera. Rovnako tak atraktivita vplýva aj na to, aké vlastnosti ľudia danému človeku pripisujú. Podobne sa k atraktivite - konkrétne fyzickej - vyjadruje Patzer (2006, s. 62), ktorý zmieňuje dimenzie atraktivity od nízkej po vysokú a tvrdí, že „...dokáže udeľovať moc alebo slabosť, byť požehnaním alebo prekliatím, byť výhodou alebo nevýhodou, prínosom alebo škodou, to všetko môže byť pre človeka výhodou pre jeho prospech alebo naopak neprospech.“

Feldman (1985), naopak poukazuje na skutočnosť, že človek nie je ovplyvňovaný iba jedným faktorom, ktorý determinuje vnímanie atraktivity, ale množstvom informácií z rôznych zdrojov. Práve z týchto zdrojov človek utvára súd a to na základe vybratia kombinácie dostupných zdrojov. Niektorým faktorom vplývajúcim na vnímanie atraktivity sa budeme venovať v nasledujúcich kapitolách.

Existujú rôzne delenia atraktivity, respektíve príťažlivosti – napríklad Duck (1973) rozdelil atraktivitu na sociálnu a medziľudskú. Sociálna príťažlivosť podľa tohto autora závisí na príslušnosti k sociálnym skupinám a na iných faktoroch ako je napríklad blízkosť alebo podobnosť. Na druhej strane medziľudská atraktivita je založená na hlbšom poznaní osobnosti druhej osoby. Slaměnik (2008) delí celkovú atraktivitu na dve kategórie – atraktivita fyzická a atraktivita osobná – každá z nich zastáva svoju špecifickú úlohu, ale častokrát sa dokážu prelínať. Nižšie sa pozrieme na to, ako rozsiahlo a detailne daný autor tieto dve aspekty atraktivity popisuje, jeho text zároveň prepojíme so zisteniami iných autorov.

### **1.1. Fyzická atraktivita**

Fyzický vzhľad je dôležitým faktorom pri tvorbe prvého dojmu o druhom človeku. Podieľa sa teda najmä na sociálnej interakcii, primárne pri nadväzovaní kontaktov. Prirodzene, ľudia viac túžia po osobách, ktoré spadajú do kategórie fyzicky atraktívnych ľudí a ak sa nám podarí nadviazať kontakt, máme tendenciu snažiť sa o ďalšiu komunikáciu. To, čo je príťažlivé v jednom období alebo spoločenstve, nemusí byť rovnako vnímané aj v iných oblastiach alebo obdobiach. Ideál krásy môže byť teda odlišný naprieč dobám a komunitám, ktorý zdieľa väčšia časť populácie. Napriek tomuto však každý človek má svoj vlastný ideálny obraz toho, čo považujú za najpríťažlivejšie v rámci fyzickej atraktivity. Na tento osobný ideál vplyva niekoľko rôznych faktorov – či už skúsenosť z minulosti, ktorá môže byť pozitívna alebo negatívna, na základe týchto skúseností človek následne, často aj podvedome, uplatňuje predsudky, stereotypy alebo presvedčenia pri vyhodnocovaní fyzickej atraktivity druhej osoby. Už len slovo „fyzická“ nám môže napovedať, čo je pre tento druh príťažlivosti determinujúce – fyzický vzhľad – jedná sa o rôzne aspekty ako výška postavy, proporcie postavy, hmotnosť človeka, rysy tváre, farba pokožky, farba a dĺžka vlasov, zarastenie tváre u mužov, u žien taktiež vplyva veľkosť poprsia, pomer pás a bokov a v neposlednej rade aj vek a držanie tela. Tento zoznam samozrejme nie je konečný a mnohým týmto determinantom sa budeme taktiež venovať v nasledujúcich kapitolách.

Slaměník (2008), zmieňuje taktiež výskumy Murstein (1972) a Feingold (1988), ktoré sa dopracovali k zisteniam, že ľudia pri výbere svojho partnera zväčša volia osoby, ktoré oplývajú približne rovnakou fyzickou atraktivitou ako oni sami. Tieto preferencie voľby partnera patria ako k predmanželským, tak aj manželským párom – kde napríklad volia partnera s nielen aspoň približne rovnakou úrovňou intelektu, ale aj podobnou mierou atraktivity fyzického vzhľadu.

Dôležitosť roly fyzickej príťažlivosti sa líši od voľby perspektívy vzťahu, ktorý chce človek nadviazať. Regan (1998) uvádza, že v prípade príležitostného pohlavného styku muži aj ženy kladú dôraz na fyzickú atraktivitu. Napriek tomu však ženy nerady a málokedy ignorujú svoje ďalšie požiadavky na potenciálneho príležitostného sexuálneho partnera – jedná sa napríklad o aspekty ako citlivosť alebo ohľaduplnosť. Na druhej strane, mužské pohlavie je viac ochotné zľaviť na iných požiadavkách. Ak sa jedná o zvažovanie potenciálneho dlhodobého vzťahu, pre ženy nie je fyzická príťažlivosť primárnym determinantom, na druhej strane, pri mužoch je fyzická atraktivita stále dôležitá.

Autor sa zamýšľa nad skutočnosťou, prečo fyzická atraktivita vedie k túžbe a tendencii nadväzovať kontakt. Jedná sa o aspekty biologickej, ale aj estetickej stránky – spoločnosť totiž oceňuje nielen fyzickú krásu atraktívneho človeka, ale rovnako tak aj partnera danej osoby.

Byť vnímaný ako fyzicky atraktívny prináša mnohé výhody, väčšinou sú týmto ľudom pripisované pozitívne vlastnosti a na ich správanie vzhliadané trochu odlišným spôsobom ako u menej atraktívnych ľudí. Všeobecne sú atraktívni ľudia obľúbenejší, často sa im pripisuje taktiež väčšia psychická a emočná stabilita, väčšia sexuálna príťažlivosť, či životná spokojnosť. Zároveň sú s nimi častejšie nadväzované nové kontakty, rovnako tak im ľudia pridávajú charakteristiky ich osobnosti, kde môžeme zmieniť lepšie sociálne zručnosti, dominancia, či dokonca vyššia inteligencia. Fyzická atraktivita však neznamená iba výhody v živote, naopak, môže priniesť aj určité nevýhody.

Slaměník (2008) v tejto sfére uvádza napríklad skutočnosť, že môžu vzniknúť pochybnosti o tom, či je hodnotený ich vzhľad a pôsobenie alebo ich výkony. Takéto pohľady okolia na sebe môžu vnímať v prevažnej väčšine ženy, ktoré sú považované za fyzicky atraktívne – autor podáva príklad z pracovnej sféry, kedy sú ženy na obyčajných, ale aj na vysokých pozíciách hodnotené na základe ich vzhľadu a nie pracovného výkonu či iných schopností. Okolie im to dáva aj jasne najavo. Rovnako tak sa atraktívnym ženám od okolia častejšie dostáva pozvánkam na stretnutie, či sexuálnych ponúk. V rámci sexuálnej sféry sú

tieto ženy častejšie považované za neverné, čo môže privádzať partnerov až do extrémnej chorobnej žiarlivosti (s. 254).

## 1.2. Osobná atraktivita

Osobná atraktivita má veľký vplyv na nadväzovanie interpersonálnych vzťahov. Vskutku by sa dalo povedať, že je hlavným činiteľom ich tvorby a aj udržiavania. To sa väčšinou prejaví až na ďalšom stretnutí ľudí, ktorí nadviazali novú známosť. Vtedy, žiaľ, občas môže prísť ku sklamaniu z fyzicky atraktívnej osoby, ak je spoznaná hlbšie a nespĺňa predstavy ideálnych vlastností druhej strany. Na druhej strane, pri osobe považovanej za menej atraktívnu, môžu byť pri hlbšom spoznaní objavené vlastnosti, ktoré si potenciálny partner cení a žiada ich. Druhé stretnutie teda ukazuje atraktivitu iných vlastností ako tých fyzických, teda osobnostných, rovnako tak poukáže na rôzne presvedčenia, postoje a názory človeka. Taktiež jeho životné hodnoty, rôzne záujmy či potreby, ale aj vieru, socioekonomický status či spôsob života.

Osobná atraktivita by sa dala nahradiť aj slovným spojením osobné kúzlo alebo naopak, šarm či pôvab. Toto osobné kúzlo sa prejavuje v mimike, gestikulácii, v reči alebo dokonca v obliekaní. Osobná atraktivita je podľa autorov Hartl & Hartlová (2004) viac spájaná s určitou eleganciou a pôvabom, než atraktivitou jeho fyzického vzhľadu. Títo autori ako ďalšie synonymum uvádzajú slovo charisma, ktoré je v psychológii chápané ako označenie akejsi príťažlivej sily osoby. Táto sila má schopnosť pôsobiť na druhých, byť pre nich určitou autoritou až dokonca ľudí získavať pre svoje názory. Na druhej strane je nutné poznamenať, že charisma, síce často vnímaná pozitívne, sa môže vyskytnúť aj u ľudí, ktorých úmysly či osobnostné vlastnosti sú negatívne. Vhodným príkladom môžu byť niektorí diktátori alebo vodcovia. (Řehan, 2007).

Slaměník (2008) uvádza, že výskumy doposiaľ poukázali na skutočnosť, že základom atraktivity je určitá zhodnosť, resp. podobnosť záujmov, hodnôt alebo vlastností. Význam podobnosti je založený na fakte, že ľudia, ktorí sú si v určitých oblastiach podobní si vzájomne poskytujú potvrdenie samým sebe, zatiaľ čo rozdielnosť v prevažne dôležitých aspektoch môžu vyvolať odsúdenie človeka a môžu viesť až k odmietnutiu. K potvrdeniu dôležitosti podobnosti hodnôt, záujmov a postojov dopomohli aj niektoré výskumy. Príkladom je výskum Šmahel & Veselá (2006), ktorí preukázali, že atraktivita anonymného prostredia internetu vedie nielen k vyššej miere odhalenia samého seba druhej osobe, ale aj skutočnosť, že vnímanú atraktivitu v tomto prostredí dokáže zvýšiť kreativita, inteligencia, miera otvorenosti o vlastnej

osobe/sebaodhalenia, zaujímavosť či zmysel pre humor. Podobnosť v oblasti záujmov a hodnôt sa teda môže považovať za jeden z najdôležitejších faktorov vzniku osobnej atraktivity, ktorý môže podporiť vznik hlbšieho vzťahu, či už partnerského alebo priateľského. Feldman (1985) prezrádza, že inteligentnejšie a sympatickejšie je vnímaný človek, ktorý zdieľa rovnaké postoje ako druhá strana. Preferencia podobnosti je viditeľná najmä v oblasti hodnôt, prostredia, v ktorom človek vyrastal, pôvodných rodín či výchovných štýlov rodičov. Rovnako tak aj v pracovných a mimopracovných záujmoch.

Byrne (1971) prišiel s jednou z prvých a najmä vplyvných teórií atraktivity, nazývanou ako model emocionálneho posilnenia. Atraktivita je podľa tohto autora založená na podobnosti postojov. Inak povedané, ľudia, ktorí sú si navzájom podobní v sebe vzájomne vyvolávajú pozitívne pocity. Naopak, odlišní ľudia negatívne pocity a interpersonálna príťažlivosť je založená práve na týchto pocitoch libosti či nelibosti. K negatívnym pocitom a vyhýbaniu sa jedincovi vedú napríklad nesúhlas či odmietanie, naproti tomu k pozitívnym pocitom a posilneniu atraktivity vedú uznanie alebo pochvala iného, tie sú vnímané ako ocenenie.

Osobnostné vlastnosti človeka sú však prekvapivo hodnotené odlišne než hodnoty, postoje a záujmy. Práve *hypotéza komplementárnych potrieb* pojíma tieto odlišnosti - v tomto prípade sú atraktívnejšie tie osobnostné vlastnosti druhého človeka, ktoré sú v pozícii protikladu k tým, čo jedinca charakterizujú. Winch (1955), autor danej hypotézy tvrdí, že kým rozdiely partnerov umožňujú lepšie uspokojovať potreby toho druhého, môže vznikáť väčšia atraktivita. Atkinson (2003) poukazuje, že najlepšie je možné tieto túžby protikladov vidieť v partnerských vzťahoch, kde je jeden výrazne submisívny a druhý, naopak, výrazne dominantný. Peseschkian (1995) uvádza, že výber partnera je podmienený tými vlastnosťami, ktoré nemáme a to z dôvodu, aby sme „vyrovnali deficity vo vlastnej výbave“ (s. 212).

Blížkosť je ďalším aspektom, ktorý vplýva na osobnú atraktivitu. Umožňuje ľuďom prekonávať omnoho menej prekážok čo sa týka vytvorenia hlbších vzťahov. Práve teória blízkosti a známosti hovorí o tom, že množstvo hlbších, dôverných vzťahov vznikne práve medzi ľuďmi, čo sa pohybujú v určitej blízkosti. Nejedná sa v tomto prípade však iba o partnerské vzťahy, ale aj priateľské. Stačí sa zamyslieť nad každodenným životom, kde je možné odpozorovať v ktorých častiach vzniká najviac nových vzťahov – je to napríklad školská trieda, práca, rovnaké miesto bydliska. Tieto skutočnosti potvrdzuje aj Saegert, Swap a Zajonc (1973) - predstavili efekt obyčajnej expozície. Tento efekt poukazuje na to, že ľudia preferujú viac tých ľudí, s ktorými spoločne trávi čas a s kým je v dlhšom a najmä častejšom kontakte.

Práve tento spoločne strávený čas pomáha odhaliť spoločné záujmy, hodnoty, ale aj názory a pohľady na svet druhej osoby.

### **1.3. Sexuálna atraktivita**

Sexuálna atraktivita alebo príťažlivosť by sa dala definovať ako atraktivita k osobe alebo osobám, ale na základe sexuálnej túžby. Zároveň je sexuálna atraktivita aj určitým aspektom, ktorý môže v druhých ľuďoch vyvolávať sexuálnu túžbu. Sexuálna príťažlivosť určuje kým bude jedinec sexuálne priťahovaný, teda bude prežívať eroticky nabitú orientáciu k danej osobe (LeVay et al., 2021). Je súčasťou zložiek sexuálnej orientácie. V prípade tohto druhu atraktivity sa nejedná iba o proces toho, že osobu máme radi alebo že ju hodnotíme ako atraktívnu. Je to omnoho komplexnejšia záležitosť, keďže je možné pociťovať aj sexuálnu atraktivitu k osobe, ktorú nemáme radi. Zároveň môžeme považovať niekoho za atraktívneho, ale nebyť k osobe sexuálne priťahovaní (Walczak & Wiecha, 2023).

V rámci sexuálnej túžby zohráva aj fyzická atraktivita svoju úlohu, často sa dokážu prelínať, taktiež spoločne s osobnou atraktivitou, nie je to však pravidlo a sexuálna príťažlivosť nimi nie je podmienená. Zároveň tento druh atraktivity nemusí pociťovať každý človek, najmä v prípade asexuálnych osôb (Bogaert, 2012).

Na ľudskú sexualitu ako takú má vplyv mnoho faktorov, ako príklad môžeme uviesť genetiku. Sexuálna atraktivita má množstvo determinantov, z tých dôležitejších môžeme vymenovať vek, vzhľad, správanie, prístup ku zdrojom, čiže finančné zaistenie, moc a spoločenské postavenie u mužov, či dokonca odoranty, teda telesný pach u žien (Weiss, 2009).

Buss (2009) opisuje sexuálnu príťažlivosť ako:

Znalosť toho, čo by sme si pri našom náprotivku priali, ešte nezaručuje, že sa podarí získať to, čo chceme dostať. Úspech závisí na tom, či vyhliadnutý človek vysiela čitateľné signály prezrádzajúce, že bude dodávať príslušné výhody vytúžené príslušníkom opačného pohlavia. Pretože pradávné ženy túžili u mužov napríklad po vysokom statuse, vyvinula sa u mužov motivácia status získať a vystavovať ho na obdiv. Pretože pravekí muži túžili u potenciálnych partneriek po mladosti a zdraví, u žien sa vyvinula motivácia vyzerat' mlado a zdravo. Konkurencia v privábení partnera nás teda núti prekonať ostatných vo vlastnostiach najchťivejšie požadovaných opačným pohlavím. Psychologické mechanizmy sa u jedného pohlavia vyvíjajú tak, aby riešili adaptívne problémy trápiace opačne pohlavie (s.125).

#### 1.4. Atraktivita a evolúcia

Dlhodobým predmetom záujmu mnohých vedcov sú práve všeobecné preferencie, podľa ktorých ľudia hodnotia ostatných ako atraktívnych. Nezameriavajú sa však iba na všeobecné preferencie, ale aj tie individuálne. Psychológovia z oblasti evolučnej psychológie prichádzajú s domnienkou, že schopnosť vnímania atraktivity je určitým druhom adaptácie, ktorá slúži k výberu kvalitných partnerov (Rhodes, 2006). Podkladom pre evolučnú psychológiu je predovšetkým evolučná teória Charlesa Darwina. Tá sa na výber sexuálneho partnera pozerá ako na súčasť sexuálnej selekcie, čiže prirodzeného výberu. V tomto prípade sa nejedná iba o reprodukciu, tvorbu potomkov, ale aj o určité zváženie rodičovskej investície. Názorom teda je, že muž sa snaží ženu získať, usiluje o ňu a práve žena si vyberá muža z biologicky daných dôvodov, medzi ktoré patrí aj čas strávený výchovou ich spoločného potomka. Buss (1989) previedol výskum výberu partnera z rôznych hľadísk (materská/otcovská investícia, reprodukčná kapacita, fyzická atraktivita, cudnosť, evolučná teória výberu partnera, ambície, hodnotenie finančnej situácie). Záverom tohto bádania bolo, že pre ženské pohlavie je dôležitý prístup muža k zdrojom. Naopak, pre mužské pohlavie predstavovala prioritu fyzická atraktivita ženy, teda jej lepší potenciál na reprodukciu. Wang et al. (2018) svojím bádáním poukázali na fenomén, kedy vyšší ekonomický status môže u mužov kompenzovať ich nízku atraktivitu. Rovnako dôležité je aj zdravie jedinca a spoločne s fyzickou atraktivitou predstavuje primárnu úlohu pri pohlavnom výbere (Rhodes et al., 2005).

Kalick (1998) prišiel s výskumom, v ktorom sa snažili odhaliť, či atraktivita tváre dokáže poskytnúť informácie o zdraví osoby. Zistili, že atraktívnejšie osoby boli vnímané ako zdravšie (aj keď častokrát aj chybné) než menej atraktívni jedinci.

Človek si vyberá partnera najmä s kvalitnými génmi, pretože silný jedinec má nielen väčšiu šancu na prežitie, ale rovnako aj na reprodukciu v budúcnosti (Evans & Zarate, 2002). Práve o tomto pojednáva *hypotéza dobrých génov*. Táto hypotéza je rozvojom myšlienky, že si ženy vyberajú krásnych mužov z dôvodu, že krása je potvrdením sily iných genetických vlastností (sila, zdravie apod.). Samice si teda samca vyberajú na základe znakov, ktoré signalizujú dobré zdravie jedinca. Časť týchto „dobrých“ génov napokon získava aj ich spoločný potomok. Americká psychologická asociácia na svojich webových stránkach definuje túto hypotézu ako: „...hypotéza o ženskom výbere partnerov, ktorá tvrdí, že určité črty mužského správania a stavby ich tela odrážajú genetické variácie, ktoré korelujú s pozitívnymi atribútmi prežitia, ako je zdravie a sila. A že si ženy vyberajú mužov s takýmito črtami, čím zvyšujú šance ich potomstva na prežitie“ (APA, 2018).



Ďalšou významnou hypotézou, ktorá poukazuje na to, že k vyššej vnímanej atraktivite vedú práve dedičné maskulínne črty. Táto hypotéza sa volá *hypotéza sexy synov*, resp. v angličtine *sexy-son hypothesis*. Bola predstavená Robertsonom a Weatherheadom (1979). Hypotéza tvrdí, že ideálnou voľbou potenciálneho partnera u ženy je ten partner, ktorého gény vyprodukujú mužských potomkov s najlepším potenciálom budúceho rozmnožovania sa. Inak povedané, je očakávané, že muži s maskulínnymi črtami prenesú tieto aspekty na svojich potomkov mužského pohlavia, teda synov a tí budú mať určitú výhodu a väčší úspech pri „boji“ o partnerku. Zároveň sa očakáva, že rovnako ako otec budú prenášať tieto zdedené aspekty na vlastných synov, teda ďalšiu generáciu.

Zaujímavosťou je, že bola preukázaná vyššia pravdepodobnosť dosiahnutia orgazmu u partneriek mužov, ktorí sú vnímaní ako maskulínnejší, symetrickejší, viac fyzicky atraktívni a celkovo nachádzajúcich sa v lepšom zdravotnom stave. Všetky tieto faktory sú považované za znaky vysokej kvality mužských génov (Klapilová et al., 2016).

### **1.5. Faktory vplývajúce na hodnotenie atraktivity**

Pri hodnotení atraktivity jedinca na nás vplývajú aj iné faktory, ako len jeho vzhľad alebo osobnostné črty, ktoré sa nám môžu zdať prít'azlivé. Dojem, ktorý si o ľuďoch vytvárame, teda, sociálna percepcia je spájaná s rôznymi usudzovacími procesmi, ktoré pracujú na vedomej aj nevedomej úrovni. Môžeme medzi nich zaradiť verbálne a neverbálne prejavy človeka, naše očakávania, naše minulé skúsenosti, osobnosť, aktuálne prežívanie, situačný kontext alebo aj kultúrne normy.

Nakonečný (1999, s. 202) sa k týmto faktorom vyjadruje takto: „Ak základným motívom činnosti jedinca je túžba po získaní odmeny a vyhnutia sa trestu, potom pre interpersonálne interakcie bude platiť, že atraktivita osoby A pre osobu B je výsledkom odmien a trestov, ktoré získala (alebo sa domnieva, že získa) osoba B v interakcii s osobou A.“

Prvý dojem sa vytvára veľmi rýchlo a je nepochybne dôležitý. Výskumy dokázali, že sme schopní vytvoriť si dojem o človeku už po 100 milisekundách po expozícii ich tváram (Willis & Todorov, 2006). Vplýva naňho nielen správanie jedinca, ale aj jeho fyzický vzhľad, osobná atraktivita, resp. osobné kúzllo. Všetko to vplýva ďalej na naše vlastné úsudky a spôsob, akým sa budeme k jedincovi správať. Prvý dojem sa ťažko dá zmeniť aj napriek ďalším skúsenostiam a informáciám. Najvýraznejšie je to poznať na prvých dojmoch, ktoré sa dajú považovať za negatívne. Tie sú dávané do súvislosti s negatívnymi charakteristikami a teda lepšie zapamätateľné než tie, ktoré sú bežné a sociálne prijateľnejšie (Vykopalová, 2000).

Pri prvom dojme zohráva svoju úlohu aj halo efekt. Môžeme ho označiť ako posudzovanie druhej osoby podľa celkového dojmu z nej a to na základe určitého dominantného znaku, kde príkladom môže byť fyzická atraktivita. Tento znak ovplyvňuje a dotvára celkový dojem z človeka. Atraktivita so sebou prináša aj pozitívny halo efekt, v rámci ktorého ľudia majú tendenciu fyzicky atraktívnejším ľuďom prisudzovať sociálne žiadané osobnostné vlastnosti (Batres & Shiramizu, 2023). Tento efekt potvrdilo aj mnoho štúdií – napríklad Dion et al. (1972) zistil, že atraktívnejším ľuďom je pripisovaná väčšia priateľskosť. V ďalšom výskume prítiažlivejší jedinci boli respondentmi vnímaní ako viac extravertní (Albright et al., 1988).

Aj podobnosť hrá svoju úlohu. A to nie iba vyššie zmienená podobnosť v rôznych aspektoch, ktorá ľudí k sebe priťahuje, ale aj podobnosť s iným človekom z minulosti. Lewicki (1985) tvrdí, že ak sa jedinec stretne s človekom, ktorý je podobný osobe, s ktorou mal v minulosti zlú skúsenosť, bude s týmto jedincom zachádzať inak ako s človekom, ktorý sa podobá niekomu, kto sa správal prívetivo. Ide teda o efekt zotrvačnosti, resp. zakotvenia, ktorá sa dá označiť ako chyba v usudzovaní a hodnotení, vyplývajúca zo skúsenosti z minulosti (Tavel, 2007).

Už bolo spomenuté, že atraktívnejší ľudia často dostávajú prisudzované pozitívnejšie vlastnosti. A to z dôvodu, že neatraktívni ľudia môžu vyvolávať nezdravý dojem (Zebrowitz & Montepare, 2008).

Pri hodnotení atraktivity zo strany žien môžeme rozprávať aj o vplyve menštruačného cyklu. Rôzne výskumy dokazujú, že preferencia žien sa môže meniť podľa toho, v akej fáze cyklu sa nachádzajú. Penton-Voak & Perrett (2000) pri svojich bádaniach zistili, že ženy nachádzajúce sa v období plodnosti preferujú mužov s viac maskulínnymi rysmi. Tie práve poukazujú na kvalitu génov. V ostatných fázach naopak majú tendenciu preferovať mužov viac femininných. Rovnakí autori poukázali na fakt, že ženy, ktoré užívajú hormonálnu atraktivitu nie sú ovplyvňované týmito preferenciami.

Spoločne s preferenciou sa počas menštruačného cyklu mení aj správanie ženy. Tarín & Gomez-Piquer (2002), preukázali, že počas ovulácie majú ženy zvýšenú sexuálnu motiváciu, ktorá môže vplývať na ich správanie k mužskému pohlaviu.

## 2. Atraktivita muža

„Vnímanie atraktivity sa môže do určite miery líšiť na základe kontextu stretnutia s daným jedincom“ (Havlíček & Rubešová, 2009, s. 189). Atraktivita všeobecne ovplyvňuje mnoho stránok ľudského života. Najvýznamnejšiu úlohu však zohráva pri výbere budúceho partnera. Donedávna prevládala aj u vedcov domnienka, že vnímaná atraktivita tváre je otázkou súvisí s vkusom daného človeka, teda jeho individuálnymi preferenciami. Zároveň bolo predpokladané, že kultúrno-sociálne aspekty spoločnosti určujú koncept krásy, podľa ktorého ľudia hodnotia atraktivitu ostatných. Niektoré výskumy vplyv kultúry však nepotvrдили, naopak, poukazuje na to, že na hodnotenie atraktivity vplyvajú biologické faktory. Určité preferencie sa teda dajú považovať za všeobecne platné a vrodené. Fyzický vzhľad mužov má tendenciu komunikovať sociálnu dominanciu, ktorá má kombinované účinky zastrasovania reprodukčných rivalov a priťahovania potenciálnych partnerov (Barber, 1995).

### 2.1. Atraktivita mužskej tváre

Havlíček & Rubešová (2009) uvádzajú, že jedným z úplne prvých aspektov pri pozorovaní a vnímaní tváre človeka je uvedomenie, či nás priťahuje alebo odpudzuje, či sa nám páči alebo nás naopak veľmi nezaujalo. V ríši zvierat preferujú samice výraznejšie pohlavné znaky samcov (veľké parohy, pierka pávov), ktoré môžu pôsobiť ako znamenie rezistencie voči chorobám v minulosti a aj súčasnosti. Sú to hormóny ako testosterón, ktoré by mali prispieť k určitej vysokej imunokompetencii. Mnohé zdroje hodnotiace preferencie maskulinnej mužskej tváre predpokladajú, že to u ľudí v rámci výberu partnera bude podobné - že mužní muži sú viac rezistentní voči chorobám a tým pádom aj atraktívni. Či je to skutočne tak a muži s maskulinnou tvárou sú vnímaní viac atraktívni skúmali aj Scott et al. (2010), ktorí prišli k záveru, že maskulinne rysy tváre neprispievajú k vnímanej atraktivite v takom rozsahu, ako to bolo doteraz vnímané. Podľa ich výskumu je zjavné, že aktuálny stav tváre muža je pre vnímanie atraktivity viac relevantná ako rezistencia chorôb v minulosti a teda dočasné fluktuujúce faktory (ako farba pleti – v tomto výskume myslená ako bledosť, červenosť, žltosť) prispievajú viac k mužskej atraktivite ako stále znaky sexuálneho dimorfizmu. Zaujímavé poznatky ohľadom vnímania tváre prináša Pátková et. al (2023) vo svojej eye-tracking štúdii, podľa ktorej ženy aj muži venovali najväčšiu vizuálnu pozornosť v tvári týmto častiam – oči, nos, ústa a čelo. Barber (1995) naopak poukazuje na to, že ak žena nie je v štádiu hľadania dlhodobého partnera, môže byť vzhľad potenciálneho krátkodobého partnera pomerne dôležitý aspekt. Najvýznamnejšie sú podľa daného autora v tomto prípade znaky výzoru muža, ktoré práve súvisia s testosterónom a faktormi, ktoré poukazujú na dobrú imunitu. Na tieto rozdiely

by mohli odkázať aj výskumy zaoberajúce sa preferenciami atraktívnych znakov v priebehu menštruačného cyklu ženy. Už vyššie zmienené výskumy Penton-Voak & Perrett (2000) poukázali na skutočnosť, že ženy v období ovulácie preferujú mužské tváre s vyššou vykazovanou maskulinitou. Je teda zjavné, že pri hodnotení mužskej atraktivity je nutné čiastočne rátať aj s vplyvom ženského menštruačného cyklu.

### 2.1.1. Symetria

Symetria alebo súmernosť tela a tváre je úzko spojené s atraktivitou. Havlíček a Rubešová (2009) popisujú dva druhy asymetrie tváre – asymetria direkcionálna, čiže smerová a asymetria fluktuálna.

Direkcionálna asymetria popisuje rozdiely medzi pravou a ľavou časťou tváre. Tieto rozdiely sú spôsobené prevažne aktivitou človeka a to v zmysle napríklad výrazného používania mimických svalov jednej strany tváre.

Fluktuálna asymetria popisuje rozdiely horizontálne aj vertikálne medzi oboma časťami tváre. Za vznik týchto náhodných rozdielov je považovaná nedokonalá expresia génov v priebehu vývoja, inými slovami vývojová nestabilita alebo sa za vznik môže považovať aj pôsobenie patogénov. Tento druh asymetrie by mal odrážať určitú schopnosť organizmu vyrovnáť sa s negatívnymi vplyvmi prostredia. Veľa výskumov, ktoré sa zaoberajú hodnotením atraktivity tváre poukazuje na skutočnosť, že atraktívnejšie tváre sú tie, ktoré preukazujú nižšiu fluktuálnu asymetriu.

Je možné tvrdiť, že symetria, či už tváre alebo tela je závislá na kvalite génov a preferencia tohto aspektu môže byť považovaná za určitú adaptáciu pre výber partnera s kvalitným genetickým základom a vývojovou stabilitou potenciálneho partnera (Fink & Penton-Voak, 2002).

Podľa Evans & Zarate (2002):

Čím je vaše telo súmernejšie, tým sú vaše gény v priemere kvalitnejšie. Je to v dôsledku skutočnosti, že menej odolné gény sa ľahšie nechajú odchyliť zo svojho kurzu takým zhoršením prostredia, akým je napríklad fyzické poranenia alebo paraziti. Ak sú si ľavá a pravá strana veľmi podobné, potom existuje väčšia pravdepodobnosť, že gény sú odolné (s. 109).

Podľa niektorých autorov však nemôžeme symetriu považovať za primárny aspekt atraktivity. Dokázal to nielen výskum Braun et al. (2001), kde poukázal, že asymetria tváre bola

u väčšiny ľudí na fotografii tak málo viditeľná, že by bolo nutné sa sústrediť a priamo ju na fotografovaných tvárach hľadať.

K podobným záverom dospeli aj Scheib et al. (1999), ktorí síce zistili, že existuje vzťah medzi hodnotením atraktivity mužskej tváre ženským pohlavím a symetriou, ale že rovnako nie je vnímaný ako hlavný faktor atraktívnych tvárí. Práve z dôvodu, že tváre boli hodnotené ako atraktívne aj pri pokuse, kedy žena videla iba jednu polovicu tváre muža a tým pádom vplyv symetrie na celkové hodnotenie nebol prítomný.

V závere môžeme povedať, že vzhľadom na všetky vyššie spomenuté výskumy a tvrdenia autorov, je symetria tváre (a tela) faktorom, ktorý má určitý vplyv na posudzovanie atraktivity nielen muža, ale aj ženy. Avšak, nemôžeme symetriu označiť za determinujúci aspekt, ktorý by primárne rozhodoval o tom, či človeka budeme považovať za viac alebo menej príťažlivého.

### **2.1.2. Priemerovosť**

Okrem symetrie tváre zastáva v určovaní atraktivity tváre svoju úlohu aj priemerovosť. Už v 19. storočí bolo zistené, že priemernejšie tváre sú považované za atraktívnejšie. K tomuto záveru došiel Francis Galton (1879), ktorý skúmal atraktivitu typického vzhľadu zločincov – čím väčšiu priemerovosť vykazovali tváre týchto zločincov, tým atraktívnejšie boli vnímané. Dosiahol to tak na základe kombinovania fotografií viacerých väzňov, aby mohol dôjsť k určitému „prototypu“, čiže charakteristickej tvári kriminálnika. Havlíček & Rubešová (2009, s. 190) vysvetľujú priemerovosť ako „celkovú konfiguráciu tváre blížiacu sa hypotetickému priemeru v danej populácii.“ Netreba si však mýliť výraz priemernosť, ktorý označuje určitý bežný výskyt v populácii a priemerovosť, ktorý je vyššie vysvetlený ako hypotetický výskyt. Väčšina výskumov, rovnako ako vyššie spomínaný Galton, k tomuto využívala a stále využíva metódu prekryvania fotografií tvári – či už kedysi mechanicky alebo momentálne aj v počítačovej podobe a to s cieľom vytvorenia priemernej tváre. Tieto nanovo vytvorené tváre boli považované za atraktívnejšie ako fotografie jednotlivých tvárí. Rhodes (2006) však prišiel s poznatkom, že pri spájaní týchto tvárí dochádza k určitému vyhladeniu tváre, ktorý môže navýšiť vnímanú atraktivitu. Stirrat (2010) k tomuto vytvoril výskum, v ktorom bolo zabezpečené, aby pri spájaní fotografií a tvorbe novej tváre bolo vyhladenie eliminované a textúra pleti zostala v originálnej podobe. Na základe tohto sa však aj tak potvrdili závery predošlých výskumov – priemerná tvár bola považovaná za atraktívnejšiu. Zároveň však niektoré výskumy, napr. Beautycheck, (Braun 2001), poukazujú na skutočnosť, že atraktivita

týchto morfovaných priemerných tvárí závisí taktiež na tom, z akých originálnych tvárí sú vytvorené. Priemerné tváre z neatraktívnych tvárí zostávajú neatraktívne a naopak, priemerné tváre tvorené z tých atraktívnych zostávajú atraktívne. Toto zistenie teda nepotvrďuje hypotézu o atraktivite priemerovosti.

### 2.1.3. Pohlavný dimorfizmus

Tvár človeka prináša mnoho informácií. Poukazuje na vek, rasu, emocionálne rozpoloženie či pohlavie. Práve maskulinné a femininné znaky sú jasne viditeľné v črtách tváre. Tvár sa počas puberty pod vplyvom hormónov (prevažne testosterónom a estrogénom) mení a dochádza k výraznejším rozdielom medzi mužskou a ženskou tvárou (Thornhill & Møller, 1997). Naproti žene má tvár muža viac vystupujúce lícne kosti, viac vpadnuté líca a ich dolná čeľusť je rozvinutejšia taktiež. Svojou štruktúrou skôr pripomína tvár dospelého človeka, oproti ženám, ktorých tvár skôr pripomína štruktúru detskej tváre (Blažek & Trnka 2009). Muži majú taktiež väčšie telo, čo znamená väčšiu veľkosť pľúc a dýchacích ciest, čo znamená, že majú tendenciu mať aj väčší nos, ktorý taktiež viac vystupuje, je dlhší a širší, so širšími nosnými krídelkami. Aj mužské čelo má tendenciu sa líšiť od toho ženského – nad nosom vystupuje viac vpred a ubieha šikmo dozadu. Oči muža sú hlbšie uložené, pôsobiac viac zapadnuto na rozdiel od žien, ktorých oči sú viac nápadné, keďže nie sú hlboko uložené. Aj pri perách sa nájde rozdiel, mužské pery sú skôr menšie a menej vystupujúce ako je tomu u žien. Práve testosterón prispieva k ovplyvňovaniu mnoho rysov tváre – v puberte u mužov je tento hormón príčinou rastu lícných kostí, čeľuste, brady a iných maskulinných rysov (Fink & Penton-Voak, 2002). Práve tieto maskulínne rysy sú považované za potvrdenie kvality génov, ako už bolo vyššie zmienené.

Pri hodnotení atraktivity muža však nie je všetko úplne jednoduché. Aj napriek tomu, že sa aj vo vyššie zmienených výskumov preukázalo, že atraktívnejší sú jedinci s viac maskulinnými rysmi, boli prezentované aj výskumy, kde naopak ženy preferujú mužské tváre s viac femininnými znakmi. Havlíček & Rubešová (2009, s. 193) poukazujú na fakt, že viac maskulinné tváre mužov môžu v ženách vyvolávať dojem agresivity alebo väčšej dominancie. Vplýva na to už vyššie popísaný menštruačný cyklus ženy, ale rovnako aj to, aký vzťah žena hľadá. V prípade, že žena preferuje krátkodobý vzťah, má tendenciu zvoliť si muža s tvárou, ktorá preukazuje viac maskulinné rysy. Pri dlhodobom vzťahu je to naopak – preferencia femininných rysov – títo muži sú zväčša považovaní aj za viac prosociálnych a ochotných sa zamerať na deti a rodinu celkovo (Blažek, 2011).

#### 2.1.4. Ostatné znaky atraktivity tváre

##### Oči

Ako už bolo vyššie naznačené, medzi očami mužov a žien existujú rozdiely – muži majú výraznejšie nadočnicové oblúky, vďaka ktorým ich oči môžu pôsobiť menšie a hlbšie vložené. To môže viesť k dojmu väčšej miery dominancie (Havlíček & Rubešová, 2009). Peasovi (2011) pri diskusii o farbe očí zmieňujú, že atraktívnejšie môžu pôsobiť svetlejšie oči. Práve u týchto očí je rozšírenie zreničiek lepšie badateľné. K rozšíreniu zreničiek dochádza napríklad v prípade záujmu o druhého človeka či pri vzrušení a rovnako tak dokáže atraktivitu zvýšiť aj tento, vôľou neovplyviteľný, fenomén (Blažek, 2011). Podľa výskumu Kleisner et al. (2010), atraktivita nepreukázala žiadnu spojitosť s farbou očí. Naopak, v štúdiu z roku 2017 bolo zistené, že u homosexuálnych mužov a heterosexuálnych žien je dvakrát vyššia pravdepodobnosť, že budú mať partnera s farbou očí, ktorá sa podobá tej zo strany ich otca (DeBruine et al. 2017).

##### Pleť

Pleť je taktiež dôležitým aspektom pri hodnotení celkovej atraktivity. Pleť podľa svojich vlastností môže vypovedať o veku jedinca (vrásky, napätie kože a pigmentové škvrny či o jeho zdravotnom stave (akné, iné kožné infekcie, choroby ako rosacea, žltáčka). Homogenita textúry a farby pleti je považovaná za atraktívnejšiu. Zatiaľ čo sa mnohé výskumy zaoberajú najmä atraktivitou rysov tváre a preferenciou maskulinity, ako sme na predchádzajúcich stranách spomínali, niektoré štúdiu poukazujú na skutočnosť, že maskulínne rysy nemusia byť pri hodnotení atraktivity a tým aj zdravia muža natoľko dôležité ako zafarbenie pleti (ponímané ako prítomnosť žltých, červených a svetlých odtieňov) (Scott et al., 2010). Na tento fakt poukázal napríklad aj Stephen et al. (2011). Práve za zdravšie sú považované tváre, ktoré preukazujú viac začervenania, žltosti a svetlosti, pričom začervenanosť je spojená s vyšším kožným prekrvením a okysličením, čo sa spája so zdravím dýchacích ciest a srdca. Výskum Carrito (2016) sa zaoberal atraktivitou tvaru tváre a pleti, pričom výsledky naznačujú, že mužské tváre s tmavšou pleťou a ženskejšími rysmi sú atraktívne. K zaujímavému opačnému poznatku prišla vo výskume Pátková et al. (2022), kde za menej atraktívne a menej zdravé bolo považované vyššie začervenanie čela, rovnako tak za menej zdravé bolo považované nadmernejšie začervenanie lícných plôch. Žltšia farba sa spája so zvýšenou hladinou karotenoidov, tie sa spájajú so zvýšenou odolnosťou voči reaktívnym druhom kyslíka. Svetlejší odtieň pokožky môže byť považovaný za atraktívnejší najmä preto, lebo je znakom mladosti,

keďže počas starnutia pleť tmavne. Zároveň na preferenciu odtieňov pleti môže mať svoj vplyv aj kultúra – niektoré kultúry volia vyhýbanie sa slnečným lúčom a rôzne vybielovacie metódy pleti z dôvodu, že ich kultúra bledú pleť považuje za atraktívnu – tu by sme mohli uviesť ako príklad Japonsko. Euroamerická kultúra si naopak potrpí na preferenciu tmavšej pokožky a tak sa ľudia snažia tráviť na slnku čo najviac času, prípadne zachádzajú do solária alebo používajú iné metódy na stmavenie odtieňu pleti (Stephen et al., 2012).

### **Vlasy a ochlpenie tváre**

Vlasy sú ďalším aspektom, ktorý má svoj vplyv na hodnotenie atraktivity človeka. Okrem toho, že majú funkciu určitej termoregulácie a ochrany hlavy, odlišujú sa u ľudí svojou dĺžkou, kvalitou, farbou a podobne. Dokážu o človeku taktiež podať rôzne informácie, či už sa jedná o čas, ktorý venuje úprave vlasov, teoreticky aj o zdravotnom stave človeka. Rovnako tak má svoj vplyv aj farba, podľa Patzera (1988) priradujeme podvedome vlastnosti k osobe práve na základe farby vlasov, zároveň je to akýsi nástroj pre sebavyjadrenie. Vlasy si pri stretnutiach všímame medzi prvými. Terry & Davis (1976) vo svojom výskume zistili, aké je poradie dôležitých aspektov tváre, ktoré majú na atraktivitu vplyv. Poradie bolo takéto: ústa, oči, vlasy, nos. Mužské vlasy a ich vplyv na atraktivitu nie je veľmi prebádaná oblasť, mnoho výskumov sa skôr venuje vnímanej atraktivite u mužov postihnutých plešivosťou. Tá nie je iba ukazateľom veku, ale je aj dedičná. Plešatí ľudia sú podľa výskumov Muscarela & Cunningham (1996) vnímaní ako starší, čo potvrdili aj De Souza et al. (2003). Muži s plešatými vlasmi boli všeobecne poskytovali negatívnejší prvý dojem a boli hodnotení ako menej atraktívni (Cash, 1990). Všeobecne sa účesy a vlasy, najmä ich dĺžka taktiež riadi kultúrnymi faktormi, rovnako tak aj aktuálnymi trendmi, ktoré sa v našej modernej dobe často striedajú, rovnako tak dokážu vyjadriť aj príslušnosť k určitej skupine (skinheadi a oholené hlavy, hippie éra a dlhé vlasy).

Medzipohlavné rozdiely v tvári podškrávajú taktiež ochlpenie tváre, inak povedané fúzy, ktoré sa vyskytujú u mužov. Podľa autorov Neave & Shields (2008) patria fúzy k znakom pohlavnej dospelosti, zároveň patria k sociosexuálnym signálom. Rovnako ako účesy aj fúzy sú ovplyvnené aktuálnymi trendmi, kultúrou a historickou érou. De Souza et al. (2003) vo svojom výskume poukázali na skutočnosť, že respondentky mali väčšiu preferenciu pre mužov s oholenou tvárou ako pre mužov s fúzmi. Zároveň prišli k záveru, že muži s fúzami pôsobili na ženy nielen staršie, ale aj agresívnejšie. Iná, rovnako zaujímavá, štúdia 8 od autorov Neave & Shields (2008) poukázala na podobnú skutočnosť – muži s plnými fúzmi boli ženami vnímaní ako starší, sociálne vyzreli, viac maskulinní a agresívni. Zároveň boli najmenej preferovaní pre



krátkodobé vzťahy, resp. známosti. Naopak, za najmenej agresívnych považovali ženy plne oholených mužov. Muži s jemnými fúzmi boli naopak považovaní za najviac dominantných. Za najviac atraktívnych ženy považovali mužov s jemným strniskom, títo muži dokonca boli najviac preferovaní pre vznik krátkodobých aj dlhodobých vzťahov.

## **2.2. Atraktivita mužského tela**

Človek si pri hodnotení atraktivity druhého nevšima iba tvár, svoju dôležitú úlohu zohráva aj telo, jeho proporcie a iné telesné aspekty, ktoré si druhá strana môže všimnúť a preferovať. V tejto časti sa pozrieme na zhrnutie najdôležitejších poznatkov toho, čo sa ženám na mužoch páči a čo hodnotia ako atraktívne v rámci mužského tela.

### **2.2.1. Postava a jej proporcie**

Množstvo výskumov v rámci fyzickej atraktivity postavy, bolo skôr venované ženskému pohlaviu. Početne štúdie za posledné roky preukázali, že u ženských postáv sú hlavnými faktormi fyzickej atraktivity sú pomer obvodu pásu k obvodu bokov, anglicky skratka WHR (waist-to-hip ratio), ktoré poukazuje na rozloženie telesného tuku, a index telesnej hmotnosti, anglicky skratka BMI (body mass index). Tieto znaky sú u žien ukazateľom dospelosti, plodnosti, zdravia a potenciálu k reprodukcii. Pod vplyvom pohlavných hormónov a ich odlišných hladín u mužov a žien, ukladá ženské telo viac tuku a pomer WHR je u žien teda nižší ako u mužov – u tých je zdravý pomer WHR medzi 0,85 až 0,95 (Furnham & Nordling, 1998). Rovnaký výsledok tohto pomeru vyplynul aj niekoľko rokov predtým, v štúdiu Singha (1995), kedy mužské postavy s WHR v tomto rozmedzí boli považované za najatraktívnejšie. Zaujímavým zistením v tejto štúdiu je aj skutočnosť, že aj keď sa ženy pri hodnotení mužskej atraktivity nezaoberajú iba fyzickým vzhľadom, ale aj schopnosťou muža postarať sa o ženu, čiže jeho statusom, napriek tomu veľmi dobrý ekonomický status síce môže ovplyvniť hodnotenie atraktivity, ale nie v miere, aby bol muž s nízkym WHR považovaný za najatraktívnejšieho. Inými slovami, lepšia finančná situácia nedokáže vykompenzovať femininný tvar postavy, ktorý ženy hodnotili ako najmenej atraktívny. Furnham & Nordling (1998) zároveň poukázali aj na skutočnosť, že postavy s týmto rozmedzím WHR boli považované nielen za najatraktívnejšie, ale zároveň aj za najzdravšie.

V ďalšom výskume sa Lavrakas (1975) zaoberal podobou otázkou – akú mužskú postavu ženy preferujú. Prišiel k záveru, že respondentky mali preferenciu pre mužské postavy, ktorých horná polovica tela bola v tvare písmena „V“ – teda muži mali široké plecia a priemerne široký pás, čo poukazuje na skutočnosť, že muži majú v priemere o 61% viac svalovej hmoty

v hornej časti tela než ženy a podporuje tak sexuálny dimorfizmus v tejto oblasti. Furnham & Nordling (1998) potvrdili vo svojej štúdií výsledky predošlého výskumu, kde ženy preferovali mužské postavy typu „V“ a zároveň pridali aj poznatok, že najmenej atraktívne boli hodnotené mužské telá v tvare písmena „A“ – tie sa vyznačujú úzkymi plecami a širokými bokmi. Práve v nadväznosti na tieto výskumy sa pridali aj iné, ktoré začali hodnotiť pomer obvodu pása k obvodu hrudníka, anglicky v skratke WCR (waist-to-chest ratio) – práve do tejto kategórie spadajú typy postáv „V“ a „A“. Prišlo sa k záverom, že tieto hodnoty (WCR) sú pri hodnotení mužskej atraktivity dôležitejšie než WHR. Ďalšie zistenia ohľadom preferencie mužov a žien priniesla aj pomerne nová štúdia, ktorú viedol Talbot (2023), kde muži a ženy mali určiť svoju predstavu ideálnej postavy a zároveň aj ideálnu postavu opačného pohlavia. Tuto sa mužská ideálna postava zhodla s ideálnou postavou muža podľa žien – muži by si priali mať viac svalnaté telo a menej telesného tuku, čo sa zhoduje s predstavou ideálneho tela mužského pohlavia.

Evolúcia má tendenciu poskytovať pohlavne sa rozmnožujúcim druhom určitý typ mechanizmu výberu partnera. Tie práve majú vyhodnotiť možné dôsledky reprodukcie s jedincami opačného pohlavia. Ako už v tejto práci bolo spomínané, tieto mechanizmy výberu berú v úvahu znaky genetickej kvality mužov a schopnosti investovať zdroje do svojej rodiny, najmä potomkov. Jednou z týchto kvalít, ktorá poukazuje na genetickú kvalitu človeka je jeho neoblomnosť, inak povedané schopnosť bojovať, prípadne sila udržania zdrojov. Jednou z týchto ukazateľov mužskej schopnosti bojovať je sila hornej časti tela. Práve tú vo svojom výskume testoval Sell at al. (2017), v ktorom nazreli na dôležitosť fyzickej sily pre vnímanú atraktivitu muža. Výška a štíhlosť mužskej postavy boli v tejto štúdií uprednostnené a spoločne s odhadom sily predstavovali až 80% telesnej atraktivity mužov. Najsilnejší muži boli najprítťažlivejší.

V rámci zhodnotenia atraktivity mužského tela je dôležitý aj iný faktor, ktorému sa venoval vo výskumoch prevažne Dixon (2007) a to somatotyp. Je to určitý systém kategorizácie kompozície ľudského tela založený na troch komponentoch. Tými sú endomorfia, mezomorfia a ektomorfia a vypovedajú o telesnom zložení. Jednotlivé aspekty sa u človeka často kombinujú. Priekopníkom v tejto oblasti je napríklad Sheldon (1954). Endomorfný typ je charakteristický množstvom podkožného tuku s tendenciou k oblejšiemu tvaru tela a nadváhe. Mezomorfný typ je naopak typický úzkymi bokmi, širokými plecami a svalmi. Tretí, ektomorfný typ je výrazný skôr svojou štíhlosťou a výškou. V niektorých výskumoch (Dixon et al., 2007, Dixon et al., 2010, Dixon et al., 2014) bolo preukázané, že ženy preferujú mužské

postavy, ktoré patria do kategórie mezomorfných typov, čiže svalnatých. Za nimi nasleduje ektomorfný typ, čiže štíhly a ako najmenej atraktívny je považovaný endomorfný typ. K rovnakým záverom dospela aj štúdia od Štěrbová et al. (2017). K zaujímavému záveru prišiel Strzałko (2003), kde v štúdiu preferencie somatotypov bola za najatraktívnejšiu považovaná mužská postava, ktorá sa skladala z kombinácie všetkých troch somatotypov s miernou prevahou ektomorfie. Poukazovalo to na postavu, ktorá mala mierne stredne svalstvo a zároveň štíhlu stavbu tela.

### **2.2.2. Výška**

Výška postavy je aspekt, ktorý je veľmi ľahko pozorovateľný a merateľný. Vyšší muži sú považovaní za viac spoločensky postavených. Ľudia s vysokou postavou vzbudzujú dojem väčšej sily a moci tým, že zaberajú viac priestoru, tvrdí Lewis (1993). Preferencia výšky sa mení podľa záujmu o typ vzťahu – krátkodobý alebo dlhodobý. Výskum Pisanski et al. (2022) sa zaoberal touto problematikou – respondenti mali za úlohu podať informácie o vlastnej výške a následne určiť svoje preferencie výšky partnera pre krátkodobý a dlhodobý vzťah. Vo všeobecnosti boli vyšší muži preferovanejší než muži s priemernou výškou a naopak ženy, ktoré boli nižšie než priemerná výška žien. Výskum preukázal, že rôzne preferencie výšky človeka sa môžu líšiť v závislosti od očakávanej dĺžky partnerského vzťahu, avšak, vo výskume sa to ukázalo iba v preferenciách pre výšku žien. Preferencia vyšších mužov bola napríklad preukázaná aj vo výskume Pazhoohi (2023).

### **2.2.3. Vek**

Aj vek človeka má svoj vplyv na hodnotenie jeho celkovej atraktivity. Výskum, ktorý sa otázkam preferencie veku venoval v roku 2011 (Skopek et al., 2011), prišiel so zaujímavými výsledkami – odhalilo sa, že vek má iný význam ako pre mužov, tak pre ženy. V tejto štúdiu ženy preferovali skôr mužov v rovnakom veku, zároveň sú však so vzrastom veku znevýhodnené, keďže muž hľadá skôr mladšie partnerky. Zároveň výsledky ukázali, že sa preferencia veku muža mení s pribúdajúcim vekom žien. Čím bola žena staršou, tým vznikala väčšia pravdepodobnosť, že zvolí ako preferenciu muža s nižším vekom resp. nižším až takmer rovnakým ako samotná žena. Podobné výsledky preukázali napríklad aj výskumy Schwarz & Hassenbrauck (2012). Rovnako tak s pribúdajúcim vekom ženy postupne zmizla túžba mať pri sebe muža staršieho, resp. staršieho až takmer v rovnakom veku ako žena sama. Najnovšia štúdia veľkej vzorky žien skúmajúca spojenie medzi vekom a preferenciou partnera naopak nepreukázala veľký vplyv na preferenciu partnera (Botzet et al., 2023).

### 2.3. Vplyv kultúry a médií na vnímanie atraktivity

Podľa vyššie zmieneného je zjavné, že na hodnotenie atraktivity má vplyv mnoho faktorov. Či už ide o rôzne aspekty symetrie tváre, jej priemerovosti, či zarastenie tváre u mužov. Ďalej je to stavba tela, výška, muskulatúra, či vek. K tomu môžeme pripojiť aj osobné čaro, či šarm, ktorý sa podpisuje na tvorbe osobnej atraktivity. Závisí však aj na osobných preferenciách a nepochybne aj na kultúrnom vplyve. Čo je hodnotené ako ideálne v jednej kultúre, môže byť považované za nezdravé v inej. Furnham & Nordling (1998) tieto medzikultúrne rozdiely študovali. Konkrétne sa zamerali na hodnotenie tvarov postavy. Výsledky priniesli, že ako atraktívnejšie sú hodnotené obéznejšie postavy u ľudí pochádzajúcich z krajín a kultúr s nižším socioekonomickým statusom. Naopak, štíhlejšie postavy sú hodnotené ako atraktívnejšie v kultúrach a krajinách, ktoré zastávajú vyšší socioekonomický status. Tieto krajiny, ktoré sú zároveň lepšie informované, vnímajú obezitu ako chorobu a neatraktívny znak ľudskej postavy. Obezita tak môže byť v chudobnejších krajinách poukazovať na určitý úspech a lepšie ekonomické postavenie (z dôvodu prístupu k jedlu).

Ideál krásy sa v posledných rokoch zmenil. Ideál krásy je častejšie zmienený v spojitosti so ženským pohlavím, ale zmenami týchto ideálov prechádzali aj muži a pravdepodobne si ešte aj budú prechádzať. Doba sa mení, ideály krásy sa posúvajú v tejto modernej dobe a čo bolo kedysi považované za krásne, môže byť vnímané ako menej atraktívne o niekoľko rokov neskôr. V tejto oblasti zohrávajú svoju úlohu aj médiá, ktoré majú v aktuálnej dobe veľký vplyv a často sa na nich vytvárajú a zdieľajú nerealistické ideály krásy. Ani muži nie sú výnimkou, médiá totiž často zobrazujú svalnatosť a perfektné telo, čo môže mať svoj efekt na body image, rovnako ako aj na vnímanie určitých štandardov krásy nielen u mužov, ale aj u žien (Xie, 2024).

### 3. Neverbálna komunikácia a emócie

Neverbálna komunikácia sú spoločne s emóciami spojené s každodenným životom ľudí a ich sebareprezentáciou. Pomocou neverbálnej (alebo niekedy písanej ako nonverbálnej) komunikácii síce nehovoríme nič, ale naše telo napriek tomu ukazuje vedome i nevedome signály tohto druhu komunikácie. Neverbálna komunikácia je úzko spätá s emóciami, keďže sa emócie vďaka nej dokážu prejavíť aj bez toho, aby bolo od človeka potrebné ich slovne opísať. Často je však potrebné brať ohľad na kontext (situačný alebo verbálny), v ktorom nonverbálne prejavy pozorujeme. V nižšie uvedených podkapitolách si nastienime význam neverbálnej komunikácie, emócií a ich spojitosť, ktorá má okrem iného aj vplyv na hodnotenie atraktivity.

#### 3.2. Neverbálna komunikácia

Richmond (2004) neverbálnu komunikáciu popisuje ako zdieľanie, ktoré človek predáva druhému človeku a to na vedomej alebo nevedomej úrovni. Hoci neverbálne prejavy často sprevádzajú hovorené slovo, sú na jazyku nezávislé. Podľa Agryle (1975) ju možno rozdeliť na súčasť reči (intonácia, tempo – súčasť paraverbálnej komunikácie) a na neverbálne prejavy tela. Tieto prejavy môžu o druhej strane prezradiť čo za emóciu práve prežívajú (Kassin, 2007).

Do kategórie neverbálnej komunikácie môžeme podľa Vybírala (2009) zaradiť tieto prejavy:

- a) kinezika – pohyby tela ako celku
- b) posturika – poloha tela a jeho postoj
- c) proxemika – blízkosť/vzdialenosť v priestore
- d) haptika – dotyky, resp. telesný kontakt
- e) gestika – pohyby rúk, hlavy
- f) mimika – výrazy tváre

Za ďalší prejav neverbálnej komunikácie môžeme podľa autora považovať aj očný kontakt (okulezika) alebo rôzne aspekty vzhľadu človeka, ku ktorým sa radí aj oblečenie.

### 3.3. Emócie

Emócie sú každodennou súčasťou našich životov, sprevádzajú nás od narodenia až do smrti, majú vplyv na náš život a mnohé aspekty v ňom. Je náročnou úlohou pokúsiť sa ich vymedziť a stanoviť im všeobecne uznávanú poučku aj keď sa o to mnoho autorov snažilo a do dnešného dňa ešte snaží. Hewstone a Stroebe (2006) vo svojej publikácii definujú emócie ako:

„Pôvodne používané synonymum k termínu pocit, v modernom pojatí sa jedná o hypotetický konštrukt označujúci proces reakcie organizmu na významné udalosti. Uvádzajú sa následné zložky emócií: fyziologické nabudenie, motorické prejavy, jednanie a subjektívny prežitok“ (s. 190).

Emócie majú vplyv na sociálnu kogníciu – vnímanie, výkon, pamäť, hodnotenie, sociálnu interakciu, riešenie problémov a rovnako tak ovplyvňuje aj radu ďalších aspektov ľudského správania a jedinca. Emócie samotné nám ako ľuďom dávajú možnosť nielen prejať reakciu na udalosť, ale častokrát naznačujú aj určitú tendenciu k jednaniu, čo druhej strane dáva najavo pravdepodobný smer, ktorým sa interakcia bude uberať.

#### 3.3.1. Základné emócie

S konceptom základných emócií prišiel už Charles Darwin (1965). Základné emócie chápe ako výsledok evolúcie, určitú adaptačnú funkciu, keď organizmus čo najlepšie reaguje na podnety z vonkajšieho prostredia. Práve tieto primárne emócie by mali byť podobné, všeobecne známe a ich prejavy univerzálne. Známym prieborníkom v emocionálnej oblasti je Paul Ekman, ktorý spoločne s Friesenom v roku v 70. rokoch dvadsiateho storočia poukázali na skutočnosť, že základné výrazy emócií v tvári sú kultúrne nezávislé, rozpoznateľné a univerzálne – jedná sa o presne šesť základných emócií (Ekman, 1992):

- *strach*
- *hnev*
- *smútok*
- *znehutenie, resp. odpor*
- *prekvapenie*
- *radosť*

Táto základná kategória emócií sa zväčša prejavuje celkom spontánne a rovnako tak ich môže okolie prevažne dobre rozpoznať. Primárne emócie sa najlepšie rozpoznávajú v tvári, za pomoci pozorovania mimiky (Levitt, 1964). Na prejavy emócií nadväzuje nasledujúca kapitola.

### ***Prejavy emócií***

Vo všeobecnosti sú v prejavovaní emócií lepšie a schopnejšie ženy než muži (Limbrecht et al., 2012). Nakonečný (2012) vo svojej publikácii uvádza, že sa emócie neprejavujú iba v tvári, t. j. mimickými výrazmi. Naopak, majú aj svoje ďalšie znaky a prejavy. Príkladom môžu byť zmeny krvného tlaku, zmeny činnosti srdca, zmeny v dýchaní, zmeny, ktoré vplyvajú na teplotu kože, potenie, zmeny prejavujúce sa v očiach – pohyby očí, žmurkanie, v zúžení a rozšírení zreničiek, zmeny taktiež nezaostávajú vo svalovom napätí, kde môže vzniknúť taktiež tras. Ďalej sú to zmeny, ktoré nie sú viditeľné a súvisia s prejavmi vnútorných orgánov.

Emócie sa typicky prejavujú neverbálnym spôsobom, sú teda súčasťou neverbálnej komunikácie. Sú pozorovateľné skôr v neverbálnych prejavoch bez toho, aby ich človek musel priamo nahlas pomenovať (DeVito, 2008).

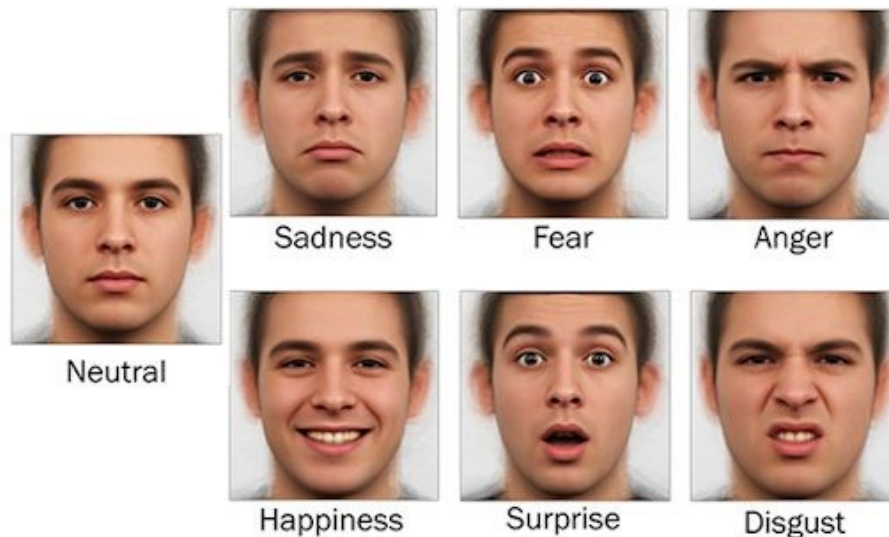
#### **3.3.2. Mimické výrazy a základné emócie**

Ako už bolo vyššie spomínané, základné emócie sa najlepšie rozoznávajú za pomoci mimických výrazov. Môžu sa teda označiť za komunikačný kanál, ktorý má svoj vplyv aj na vnímanú atraktivitu. Zebrowitz & Montepare (2008) uvádzajú, že človek prežívajúci hnev môže pôsobiť nepriateľsky a dominantnejšie. Naopak, ak niekto prežíva radosť, je ponímaný priateľskejšie a viac sebavedome.

Podľa Ekman & Friesen (1978) sú prejavy primárnych emócií podnietené kombináciou aktivácie konkrétnych častí svalov tváre – čelo, koreň nosa a nos, obočie, oči, viečka, líca, ústa, brada. Jednotlivé emócie sa podľa vyššie zmienených informácií neprejavujú iba v rámci výrazu tváre, ale aj v iných aspektoch tela. Najlepšie a najvýraznejšie sa však väčšinou môžu prejavovať v rámci mimiky, pre účely diplomovej práce sa však zohľadíme primárne na prejav radosti, znechutenia a hnevu.

## Obrázok 1

*Prejavy základných emócií v tvári + neutrálny výraz (Riaz, Akram, 2018)*



### Radosť

Radosť sa radí medzi pozitívne emócie, ktorý sa v tvári najčastejšie prejavuje úsmevom. Bol to Duchenne, ktorého v roku 1982 prejav úsmevu zaujal a začal sa zaoberať rozdielom medzi falošným a pravým úsmevom. Vyskúmal, že pre pravý úsmev sa na rozdiel od falošného prejavuje aktiváciou svalov v oblasti okolo očí, konkrétneho kruhového svalu, ako sa zistilo pri neskorších výskumoch (Ekman et al., 1990).

Rennels & Kayl (2015) uvádzajú, že sa objavuje pozitívna asociácia medzi vnímanou príťažlivosťou a pozitívitou výrazu tváre, teda, radostné mimické výrazy môžu prispieť k zvýšeniu atraktivity.

Jeho výraz v tvári je rozpoznateľný pomerne ľahko a v rôznych kultúrach. Pery sa natiahnu a ich kútiky sa zdvihnú smerom hore. V tomto prípade môže, ale nemusí dôjsť k odhaleniu zubov. Pri veľkom úsmeve, ako už bolo spomínané, sa v oblasti očí vytvárajú vrásky a oči sa o čosi zúžia. V očiach sa prejaví určitá iskra a radosť sa odráža taktiež v nich. Líca sa zdvihnú a v oblasti od úst k nosu sa vytvoria záhyby (Nakonečný, 2012).



## **Hnev**

Hnev je považovaný za najnebezpečnejšiu emóciu (Ekman, 2015) a to z dôvodu, že ľahko môže prejsť k agresivite, t. j. snahe ublížiť blízkemu okoliu, či už fyzickým alebo verbálnym prejavom. Taktiež sa môže prejaviť v rôznej intenzite – od mierneho podráždenia až po zúrivosť, ktorá sa dá len ťažko utíšiť. Jeho nástup a prejav môže byť pomalý a postupný alebo rýchly (Ekman & Friesen, 2003).

Aj hnev má svoje mimické prejavy – obočie sa stiahne smerom dole a do stredu, čím sa medzi obočím vytvorí vráska, pohľad je väčšinou uprený vpred, viečka napäté. Pery sa môžu pritisnúť k sebe alebo sa rozťahnu a človek vycerí zuby. Občas je možné vidieť rozšírenie nozdier alebo vysunutie bradu smerom dopredu a hore. Tvár sa rovnako tak môže začervenat' pod vplyvom autonómneho nervového systému.

## **Znechutenie/odpor**

Táto emócia sa môže prejavovať v rôznej sile, od ľahkého znechutenia je možné prejsť až k zvracaniu. Je nutné rozlišovať medzi znechutením a opovrhnutím/pohrdaním, ktoré sa týka iba ľudí. Na druhej strane sa znechutenie môže týkať čohokoľvek. Niektorí autori najnovšie pridávajú pohrdanie k základným emóciám a považujú ju za siedmu emóciu. Iní ju naopak do tejto kategórie nezaraďujú, pretože ju považujú za kombináciu hnevu a odporu (Ekman, 2016).

Znechutenie, resp. odpor sa prejavuje pomerne špecificky – oblasť okolo nosu naberie vrásky, rovnako ako samotný nos, ktorý sa nakrčí. Horná pera sa zdvihne, či už len na jednej strane alebo na oboch stranách. Oči sa mierne zúžia, pri intenzívnejšom prejave sa čelo nakrčí a môže dôjsť aj k vyplazeniu jazyka (Ekman & Friesen 2003).

### **3.3.3. Rozpoznávanie emócií**

Ľudia sa v rámci interakcie s druhým človekom orientujú podľa niektorých aspektov, ku ktorým môžeme zaradiť väčšinou kombináciu mimických výrazov, postoj tela a iné neverbálne prejavy, rovnako ako tak prejavy verbálne. Človek musí nielen spracovať signály komunikačného partnera, ale zároveň regulovať a vyjadrovať svoje emočné stavy (Kret, 2015).

Ekman (2004) popisuje, k akým zaujímavým poznatkom prišiel spoločne s Friesen. Po mnohých výskumoch venovaných prejavom emócií v rôznych kultúrach zistili, že existujú rôzne pravidlá zobrazovania emócií. Tie v daných kultúrach určujú, čo je v rámci výrazu tváre

povolené, resp. prípustné. Je to výsledok sociálneho učenia, ktoré zohľadňuje prejavy emócií s ohľadom na vek, pohlavie, postavenie alebo situáciu. Dané pravidlá môžu znížiť, zvýšiť intenzitu výrazu, či sa pokúsiť ho úplne zakryť. Ako príklad je uvedený pohreb, kde v niektorých kultúrach je vhodné a žiadúce zintenzívniť svoj smutný výraz. Iné kultúry tento výraz môže potláčať alebo sa pohreby spájajú s inou emóciou. Z tohto vyplýva, že je v niektorých prípadoch nutné nahliadať aj na kultúru, z ktorej komunikačný partner pochádza, keďže prejavy niektorých základných emócií môžu mať podľa spomínaných zobrazovacích pravidiel stanovené inak.

Ako už bolo spomínané, v rozpoznávaní emócií a nonverbálnych prejavov sú lepšie ženy. Zároveň ich dokážu lepšie vyjadrovať. Existujú rozdiely vo vyjadrovaní emócií – muži lepšie prejavujú hnev naproti smútku. Ten síce nedokážu najlepšie vyjadriť, ale naopak, dokážu ho rozoznať lepšie než ženy (Blažek & Trnka, 2009). K zaujímavým výsledkom sa dostal Limbrecht et al. (2012), ktorý poukázal na výsledok, že za najatraktívnejšiu emóciu bola považovaná radosť, naopak, najmenej znechutenie. Ľudia vyjadrujúci pozitívne emócie sa teda hodnotia atraktívnejšie, ako ľudia poukazujúci negatívne emócie. Čo však v určitom smere odporuje výskumu Tracy a Beall (2011), ktorý sa zaoberal sexuálnou atraktivitou jedincov zobrazujúcich výrazy emócií (zahanbenie, hrdosť/pýcha a radosť). Za najatraktívnejšie boli považované ženy s radostným výrazom. Ten bol však v prípade mužov prekvapivo považovaný za najmenej atraktívny. V kontraste s týmto bola pýcha resp. hrdosť u mužov považovaná za atraktívnu a u žien za neatraktívnu. Zaujímavou myšlienkou pri týchto výsledkoch bolo, že predošlé výskumy poukazujú na to, že ženy vyhládávajú partnerov, ktorý má spoľahlivé zdroje a bude sa vedieť v budúcnosti postarať o rodinu – preto by mohla žena považovať mužskú hrdosť/pýchu za atraktívnejšiu než radosť, keďže muži s vysokým postavením by mohli byť lepším poskytovateľom zdrojov ako priateľský, otvorený muž. Zároveň prejav mužskej pýchy (vypnutá hrud', zaberanie priestoru) by mohlo zvýšiť dojem väčšej maskulinity.

Časť doterajších výskumov sa venuje rozpoznávaniu emócií zo stimulov, ktoré obsahujú tvár a jej výrazy. Iba niektoré z nich používali aj auditórne podnety ako ľudský hlas a najmenej štúdií použilo celé telo a jeho emocionálny výraz. To sa však v posledných dekádach zmenilo a mnoho vedcov sa snaží študovať rekogníciu emócií z tela, ktoré používajú ako podnet. Preukázalo sa, že rozpoznávanie telesných výrazov je veľmi podobné ako rozpoznávanie z tváre a tela. To platí ako pre štúdie so statickými, tak aj dynamickými stimulmi (de Gelder, 2006; de Gelder, 2009, de Gelder, 2011).

### 3.3.4. Dvorenie

Aj pri výbere potenciálneho partnera je dôležitá schopnosť rozpoznávať nielen emócie, ale všeobecne prejavy nonverbálnej komunikácie. Pri týchto pohnútkach zastáva neverbálne správanie veľmi dôležitú úlohu pri tvorbe prvého dojmu (DeVito & Hecht, 1990). Zaujímavosťou je, ako uvádza Hugill (2010), že tanec ako prejav dvorenia, podáva informáciu o kvalite potenciálneho partnera – o jeho zdraví a sile.

V tomto úseku sa zameriame na to, čo ženy považujú na mužoch atraktívne v prejave dvorenia a ako sa mužské pohlavie v tomto správaní prejavuje. Podľa Grammer et al. (1999) má ženské pohlavie tendenciu podceňovať nonverbálne prejavy sexuálneho záujmu z mužskej strany. Často si ho vyhodnocujú skôr ako snaha o priateľstvo. Medzi neverbálne prejavy signalizujúce sexuálny záujem môžeme zaradiť dotyky, časté vzájomné pohľady, usmievanie sa, otvorený a vzpriamený postoj, telesná blízkosť, vysoká intonácia hlasu, či určitá excitácia, resp. nadšenie a pohyby. Veľký záujem o druhú osobu sa môže prejaviť aj v zrkadlení, ktoré sa dá pomenovať ako kopírovanie pohybov komunikačného partnera nielen počas rozhovoru, ale aj počas mlčania. Zrkadlenie prebieha nevedome (Lewis, 1993).

Muž, ktorý má záujem sa zoznámiť so ženou, potrebuje najskôr získať signál, že danú ženu môže osloviť. Toto povolenie môže muž získať rôznymi spôsobmi, ktorými na seba upozorní, či už vedome alebo nevedome. Poukazuje tak na veci, ktoré môže žena považovať za dôležité, zväčša sa jedná o atraktivitu, spoločenský status, či prejav schopnosti získať zdroje. Napríklad (Burgoon, 1991) uvádza, že časté dotýkanie sa svojich priateľov zvyšuje dojem vysokého sociálneho statusu. Medzi ďalšie významné faktory radí zmysel pre humor a dominanciu. Alcock, (1993) v tomto smere tvrdí, že dominantnejšie a atraktívnejšie pôsobí muž, ktorý zaberá viac priestoru. K tomu patrí zaujatie otvorené postoja – to je považované za atraktívnejšie a presvedčivejšie podľa Mehrabian (2007). Všetko však taktiež závisí na tom, o aký typ vzťahu má záujem – krátkodobý či dlhodobý (Richmond, 2004; Senko & Fyffe, 2010). Zároveň je pri tomto upozorňovaní na seba dôležité, aby sa muž rozhliadal okolo seba a mohol sa tak so ženou zoznámiť. Rovnako tak sú otvorené dlane, smerujúce hore považované za pozitívny aspekt, a náznak priateľských úmyslov. Za maskulínne a atraktívne sú rovnako tak považované aj dotyky samého seba najmä v oblasti tváre (prečesanie vlasov prstami, škrabanie na brade, trenie tváre), musia sa však vyskytovať iba v určitej miere (Vávra, 1990).

V neposlednej rade je však potrebné vedieť odlišiť tieto neverbálne náznaky aj od priateľských intencií, čo niekedy môže byť pomerne náročné, preto je pri neverbálnom správaní dôležité poznať kontext a sledovať frekvenciu a trvanie neverbálnych signálov (Moore, 1985).

### **3.3.5. Statickosť a dynamickosť vo výskume emócií a atraktivity**

Aj napriek tomu, že ľudí, ktorých v bežnom živote stretávame, zväčša vidíme v pohybe, mnoho výskumov zameraných na emócie a atraktivitu používa stimuly v statickej podobe – väčšinou sa jedná o fotografiu s určitým výrazom tváre. Na druhej strane existujú aj štúdie, ktoré v rámci podnetu používajú dynamický stimul – video. Niekoľko výskumníkov sa zaoberalo práve rozdielom medzi statickými stimulmi, čiže fotografiami a videami a závery ich výskumov sú pomerne rozporuplné.

V rámci schopnosti rozpoznávať emócie, viedli k lepším výsledkom dynamické stimuly (Ambadar et al., 2005). Na druhej strane, Wehrle (2000) preukázal opak a to, že statické stimuly sú v tejto oblasti úspešnejšie ako dynamické. V diskusii však uvádza, že statické stimuly môžu mať preto vyššiu úspešnosť, pretože sú väčšinou zriadené s cieľom vyjadriť určitú emóciu a tak môžu byť výrazy na fotografiách o čosi intenzívnejšie a tým pádom ľahko rozoznateľnejšie. Pri dynamických podnetoch je pre určenie emócie dôležitý pohyb a postupnosť, v akom sa výraz mení a rýchlosť, v ktorom zmena prebieha (Krumhuber et al., 2013).

Atraktivitu môžeme v tejto oblasti rozdeliť podobne, dynamická sa zameriava predovšetkým na kvalitu a kvantitu pohybu a je merateľná ku príkladu za pomoci využitia video stimulov. Statickú je možno zmerať jednoduchým hodnotením fotografií, ktoré zachytávajú kvality krásy, ale eliminujú dynamické náznaky (Riggio et al., 2016). Výskum Rubensteina (2005) preukázal, že vnímaná emócia môže byť výraznejšia pri posudzovaní atraktivity dynamických tvári ako pri posudzovaní atraktivity tvári statických. Riggio et al. (1991) poukázal na fakt, že krása tváre a dynamické zložky atraktivity boli najdôležitejšími prispievateľmi k celkovému zhodnoteniu vnímanej atraktivity. Medzi dynamické komponenty atraktivity autor zaraďuje nielen nonverbálne správanie, ale aj zmysel pre humor, jedincova schopnosť vnímať ostatných, konverzačné schopnosti. Výsledky štúdie Roberts et al. (2009), ktoré sa zaoberali hodnotením atraktivity v rámci dynamických a statických stimulov, prišli k zisteniam, že korelácie boli silnejšie, keď obe podmienky boli hodnotené rovnakými hodnotiteľmi. Zároveň však boli slabšie, keď boli muži hodnotení ženami, ktoré najskôr videli fotografiu a následne video – čo indikuje, že ženy viac reagujú na mužské dynamické stimuly.

Fink et al. (2015) vo svojom review článku poukazuje na dôkazy, že dynamický stimul (v tomto prípade chôdza a tanec) taktiež vplyvajú na vnímanie atraktívnosti, ale aj kvality partnera a jeho osobnostných vlastností. V závere odporúča, aby budúce výskumy atraktivity zohľadňovali mimo statických signálov aj pohyb tela a jeho informačnú hodnotu.

Validitou výskumov atraktivity tváre používajúcich statické stimuly sa zaoberal Kościński (2013) a preukázal, že dôležitosť rôznych aspektov pre zhodnotenie atraktivity bolo podobné ako pre statickú, tak aj dynamickú atraktivitu. Atraktivita statických podnetov (fotografie) sa preukázala ako vysoko súhlasná/zhodná s atraktivitou videoklipov. Tieto dôkazy vedú k záveru, že štúdie spoliehajúce sa na hodnotenie atraktivity zo statických tvárových stimulov sú ekologicky validné, čo je skutočnosť dôležitá aj pre výskum, ktorému sa diplomová práca venuje.

### **Vedomostná medzera**

Pre účel tejto diplomovej práce je nutné poznamenať, že podľa aktuálnych dostupných informácií sa výskumy zatiaľ nezaoberali vplyvom konkrétneho typu správania, primárne pozitívneho správania (dvorenie/flirt) na hodnotenie sexuálnej atraktivity mužov. A taktiež nie pozitívnym - flirtovným - správaním ako možným kompenzačným mechanizmom pre menej atraktívnych mužov a otázkou, či dokáže významne zvýšiť ich vnímanú atraktivitu. Zároveň existuje určitá priepasť v poznatkoch o efektívite správania (negatívne, neutrálne – priateľské) na ovplyvnenie sexuálnej atraktivity. Táto diplomová práca si dáva za cieľ na tento aspekt poukázať a prípade pripraviť pôdu pre rozsiahlejšie vedecké bádanie v danej oblasti.

## II. Empirická časť

### 4. Cieľ výskumu

S ohľadom a tému tejto diplomovej práce, ktorou je zhodnotenie vplyvu fyzického vzhľadu a správania na hodnotenie sexuálnej atraktivity mužov, sa hlavným cieľom praktickej časti stalo pokúsenie zistiť, či a prípadne v akom rozsahu majú tieto dva vyššie spomínané aspekty vplyv na hodnotenie sexuálnej atraktivity. Inými slovami, akou intenzitou vplývajú na hodnotenie atraktivity tri druhy správania – pozitívne (flirtovné), neutrálne (priateľské) a negatívne a či ich v prípade potreby dokáže fyzický vzhľad vykompenzovať – t. j. vopred menej atraktívne hodnotený muž bude hodnotený atraktívnejšie v prípade pozitívneho správania a vykompenzuje si tak svoj „nedostatok“ atraktivity správaním alebo naopak, ak muž, hodnotený vopred ako vysoko atraktívny, bude prejavovať negatívne správanie, bude hodnotený ako menej atraktívny. Zároveň ďalším zvoleným cieľom je preskúmanie rozdielov medzi statickými (fotografia) a dynamickými stimulmi (videá správania) pri hodnotení atraktivity a ich vzájomných vplyvov. Výskum by mal priniesť nové poznatky do neprebádanej oblasti a pokúsiť sa tak upriamiť pozornosť na túto sféru.

Z teoretickej časti vyplýva, fyzický vzhľad nie je všetko, čo prispieva k ohodnoteniu atraktivity. Zväčša sa jedná o súbor viacerých zreteľov, ku ktorým patrí aj správanie resp. vyjadrovanie emócií a s tým spojená mimika a gestika. A aj v dnešnej modernej dobe, kedy sa na sociálnych sieťach alebo v aplikáciách pre zoznámenie sa, zdieľajú fotky či videá, ich statická či dynamická podstata taktiež môže ovplyvniť spomínané hodnotenie daného človeka pozorovateľom.

#### 4.2. Výskumné hypotézy

Pre výskum boli definované hypotézy, ktoré vychádzajú z predpokladu, že za najatraktívnejšiu emóciu je považovaná radosť a ľudia prejavujúci pozitívne emócie sú hodnotení atraktívnejšie ako jedinci, na ktorých sa odrážajú emócie negatívneho ladenia (Limbrecht et al., 2012). Zároveň aj zo štúdie (Tracy & Beall, 2011), ktorá prišla k opačnému výsledku – muži s radostným výrazom boli hodnotení ako najmenej atraktívny. Ďalším popudom vedúcim k stanoveniu daných hypotéz sú rozkolné závery prichádzajúce zo strany výskumov zaoberajúcich sa statickými a dynamickými podnetmi v oblasti rozpoznávania emócií a hodnotenia atraktivity. Výsledky štúdie Riggio et al. (1991) poukázali na fakt, že dynamické zložky atraktivity (neverbálne správanie, konverzačné schopnosti apod.) a krása

tváre boli najdôležitejšími faktormi k celkovému zhodnoteniu atraktivity. Naopak, Kościński (2013) vo svojej štúdií prišiel k záveru, že atraktivita statických podnetov, t. j. fotografií bola vysoko zhodná s atraktivitou videoklipov.

Považujeme za zaujímavé výskumom v tejto diplomovej práci prispieť k zisteniu aká je skutočnosť.

Pre výskum boli napokon definované tieto výskumné otázky a hypotézy:

**H1: Správanie herca (dynamické vyobrazenie) bude signifikantne zvyšovať hodnotenie jeho atraktivity proti statickému vyobrazeniu herca na fotke.**

**H2: Pozitívne správanie (flirt) herca bude signifikantne zvyšovať hodnotenie hercovej atraktivity proti neutrálnemu a neutrálne proti negatívne správaníu.**

## 5. Metodika

Za najvhodnejší design výskumu bol stanovený experimentálny s within-subjects premennými. Výskum prebiehal v dvoch fázach a boli použité dva podobné, ale nie identické, dotazníky.

### 5.2. Výskumný súbor

Cieľovou skupinou sa stali jedinci ženského pohlavia. Do prvej fázy výskumu sa kompletne zapojilo celkovo 50 žien. Do druhej fázy sa z počtu 50 žien zapojilo žien 37, avšak 7 z nich však muselo byť vylúčených z dôvodu nekompletného vyplnenia dotazníka. Finálny výskumný súbor tak tvorí 30 žien.

Na začiatku každá žena vyplňala krátky sociodemografický dotazník mapujúci základné údaje o respondentkách.

#### Tabuľka 1

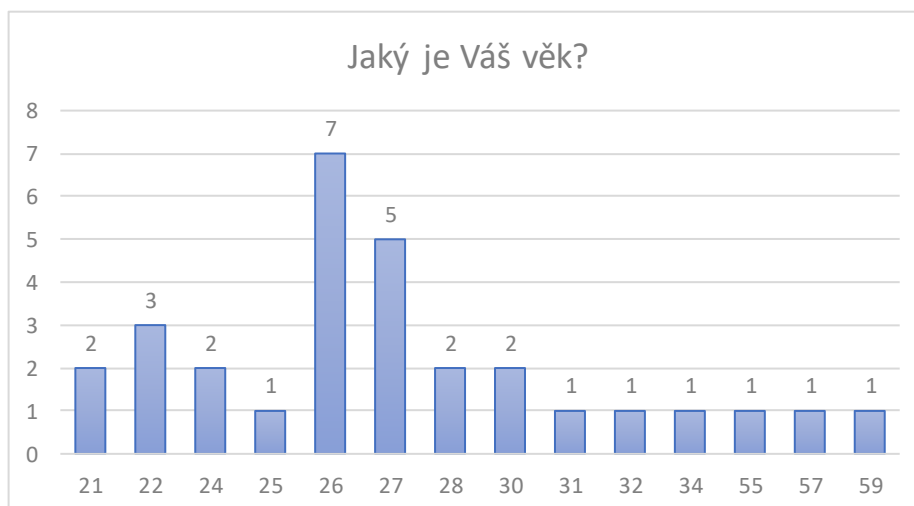
*Sociodemografický dotazník (vek)*

Sample Size	Median	Average	SD	Min	Max
30	26.5	29.4	9.863202	21	59

Priemerný vek celej vzorky tridsiatich žien je 29.4 rokov (Tabuľka 1). Za minimálny vek účastníčok môžeme označiť 21 rokov a za maximálny vek 59 rokov. Medián v tomto prípade zastáva hodnotu 26.5. Ako zobrazuje Graf 1, najpočetnejšia veková kategória bola 26 rokov.

#### Graf 1

*Sociodemografický dotazník (vek)*



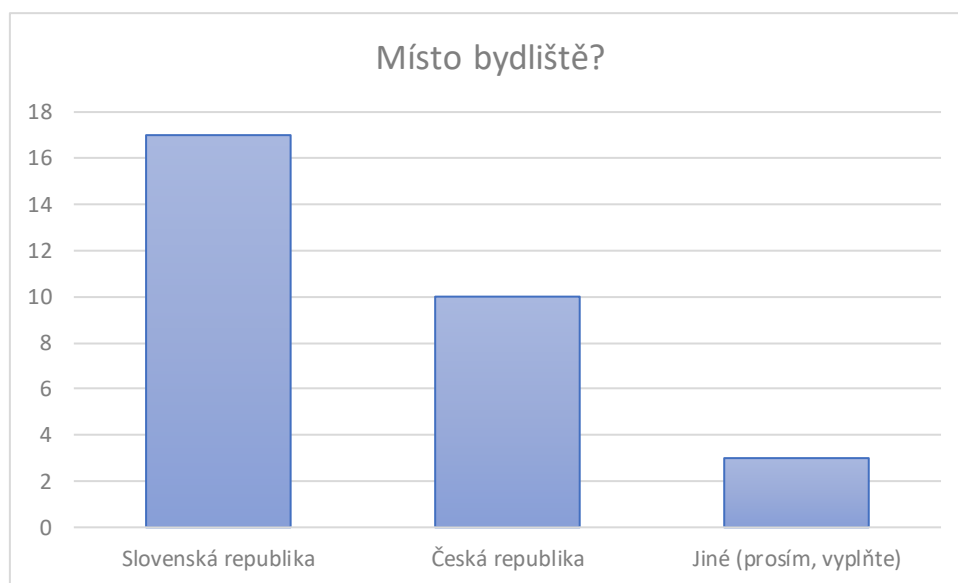


Keďže bol dotazník vytvorený v českom jazyku a bol publikovaný aj šírený pomocou sociálnych sietí, bol zameraný najmä na ženy, ktoré dokázali rozumieť českému jazyku. Z tohto dôvodu sa účastníčkami stali ženy pochádzajúce z Českej a Slovenskej republiky, resp. hovoriace českým jazykom, prípadne slovenským jazykom s dostatočným porozumením českému.

Sociodemografický dotazník sa zaoberal aj otázkou bydliska (Graf 2). Do Českej republiky sa zaradilo presne 17 žien, Slovenskú republiku ako bydlisko zvolilo celkom 10 žien a zvyšných 3 žien zvolilo inú možnosť s povinnosťou vyplniť svoje bydlisko. Medzi päť obývaných krajín našimi respondentkami je Dánsko, Nemecko a Nórsko.

## Graf 2

*Sociodemografický dotazník (miesto bydliska)*

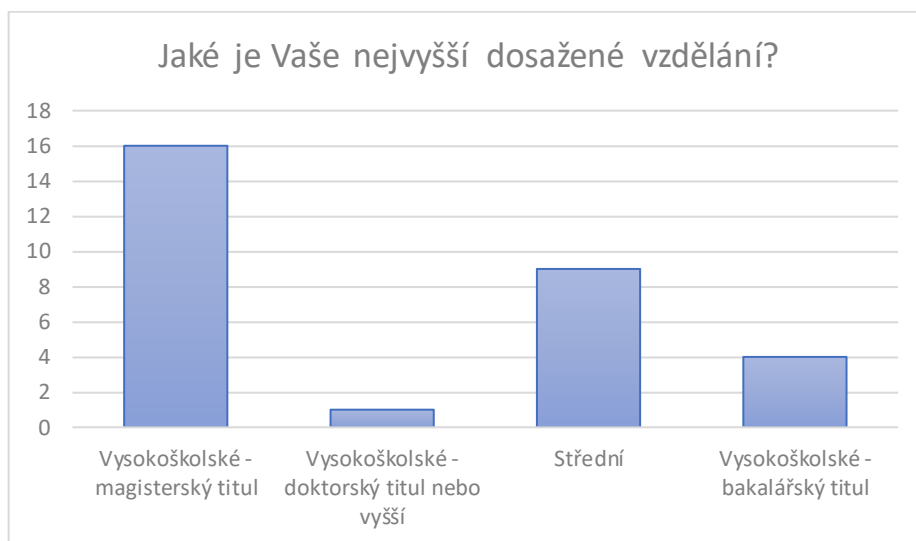


Súčasťou sociodemografických dotazníkov je prevažne aj najvyššie dosiahnuté vzdelanie a tak táto otázka nechýbala ani v tomto výskume. Ako ukazuje graf 3, stredoškolské vzdelanie dosiahlo 9 respondentiek, vysokoškolské vzdelanie (bakalársky titul) získali 4 ženy, vysokoškolské vzdelanie (magisterský titul) ukončilo 16 respondentiek a doktorský titul alebo vyšší dosiahla 1 respondentka.

Ženy s ukončeným vysokoškolským štúdiom boli požiadané o vyplnenie ich študijného odboru a tie sú vskutku rozmanité. Najväčšiu časť zastávali študentky psychológie (n=9), ďalej ekonómia (n=3), pedagogika (n=2), ekonomika a cestovný ruch (n=2), sociálna práca (n=1), dejiny umenia a fotografia (n=1), medzinárodný obchod (n=1), stavebné inžinierstvo (n=1), makromolekulárna chémia (n=1).

### Graf 3

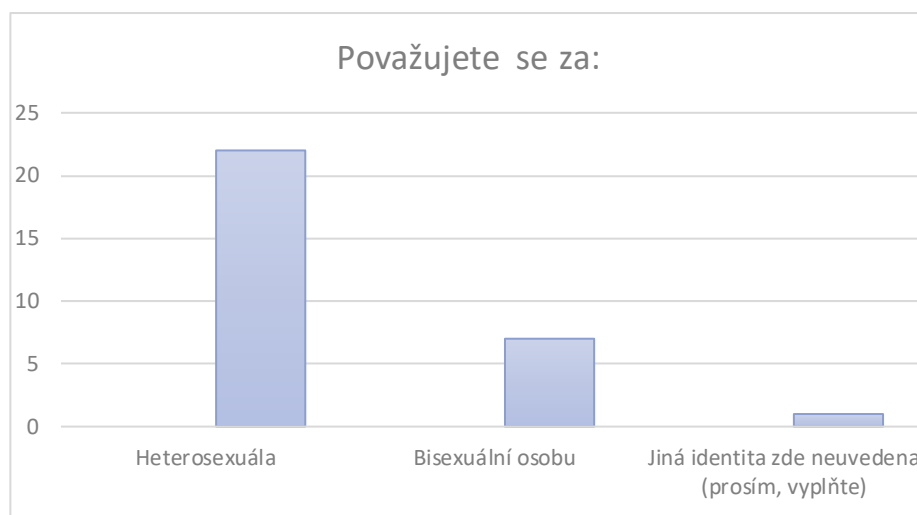
*Sociodemografický dotazník (najvyššie dosiahnuté vzdelanie)*



Sexuálna orientácia respondentiek bola preskúmaná taktiež (vid' Graf 4) najpočetnejšie zastúpenie mala heterosexuálna orientácia, ku ktorej sa priradilo celkovo 22 žien. Do kategórie bisexuálnej orientácie sa zaradilo 7 žien. Zvyšná 1 respondentka zvolili možnosť „Iná identita“ s prosbou o vyplnenie. Jej písomná odpoveď obsahovala pansexuálnu orientáciu (sexuálna túžba k ľuďom bez ohľadu na ich pohlavie alebo genderovú identitu). Ďalšie možnosti ako „lesbická (homosexuálna)“ orientácia, „zatiaľ neviem“ a „nerozumiem otázke“ neboli zvolené ani jednou z respondentiek. Táto otázka mala za cieľ v prípade väčšieho počtu respondentiek, ktoré mali inú orientáciu ako heterosexuálnu preskúmať, či existujú významné rozdiely pri hodnotení mužov. Avšak vzhľadom na nízky počet žien, ktoré sa zaradili k bisexualite a inej orientácii sa na túto otázku ďalej neprihliadalo. Stále by však mohla byť zaujímavým podnetom pre budúce skúmanie.

#### Graf 4

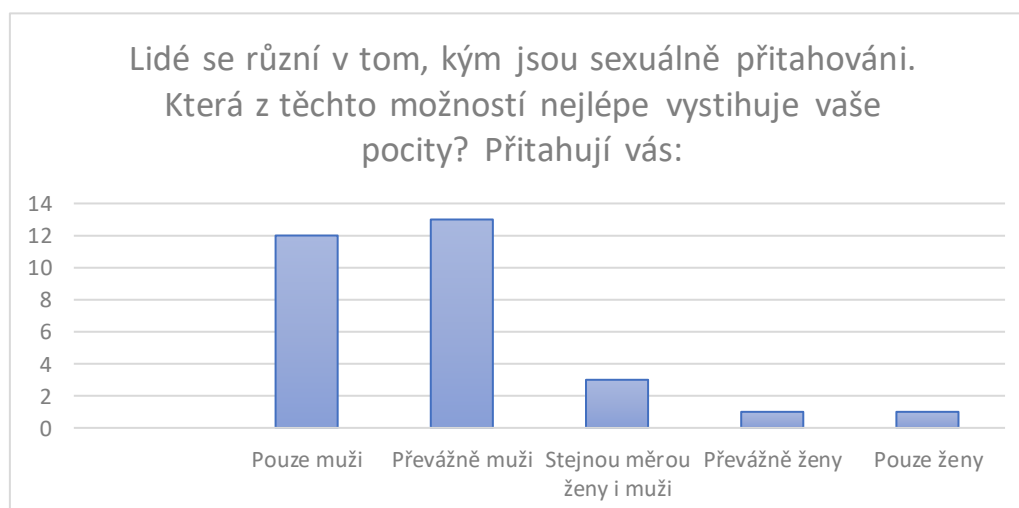
*Sociodemografický dotazník (sexuální orientácia)*



Po otázce na sexuální orientáciu nasleduje otázka týkajúca sa príťažlivosti. Respondentky mali možnosť odpovedať na otázku, kto ich sexuálne priťahuje. Na výber mali možnosť „iba ženy“, „prevažne ženy“, „rovnakou mierou ženy aj muži“, „prevažne muži“ a „iba muži“. Ako graf 5 nižšie ukazuje, možnosť iba ženy si zvolila 1 respondentka, prevažne ženami je priťahovaná taktiež 1 respondentka. Príťažlivosť rovnakou mierou k mužom aj ženám pociťujú 3 respondentky. Najväčšie zastúpenie však majú možnosti prevažne muži, ktorú zvolilo 13 žien a 12 žien priťahujú výhradne jedinci mužského pohlavia. V dotazníku boli aj ďalšie dve možnosti – „nepriťahujú ma žiadne osoby“ a „nie som si istá“, ktorú nezmohla ani jedna žena.

#### Graf 5

*Sociodemografický dotazník (príťažlivosť)*



Ako môžeme vidieť v grafe 6, súčasťou dotazníka bola otázka, ktorá overovala, v akej miere respondentky nepriťahujú osoby ako mužského tak ženského pohlavia. Jedná sa o výrok, u ktorého jedinec musí určiť, do akej miery s ním súhlasí, prípadne ako veľmi si myslí, že ho vystihuje. Je zjavné, že najvyššie zastúpenie má možnosť „rozhodne nesúhlasím“, ku ktorému inklinovalo 25 žien. „Skôr nesúhlasím“ vybrali 4 respondentky. Možnosť „skôr súhlasím“ bola vybraná 1 respondentkou a „rozhodne súhlasím“, naopak, neoznačila žiadna žena.

## Graf 6

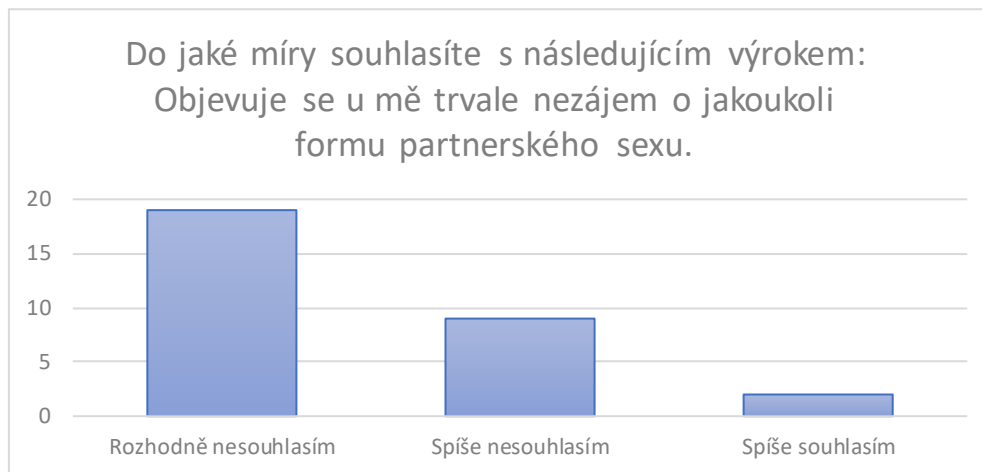
*Sociodemografický dotazník (nepriťažlivosť)*



Posledné dve otázky by mohli byť považované za o čosi citlivejšie, keďže sa zaoberajú záujmom o sexuálnu aktivitu, či už s partnerom alebo autoerotické praktiky. Opäť sa jednalo o výroky, s ktorými respondentky mohli buď súhlasiť alebo nesúhlasiť. Prvá otázka sa zamerala na nezáujem o akúkoľvek formu partnerského sexu (Graf 6). Ako nižšie poskytnutý graf 7 zobrazuje, prevažná väčšina – 19 žien – označila, že s daným výrokom „rozhodne nesúhlasí“ a teda o akúkoľvek formu partnerského sexu záujem naopak majú. Voľbu „skôr nesúhlasím“ označilo 9 žien. Oproti tomu 2 ženy s týmto výrokom „skôr súhlasia“ a žiadna respondentka nezvolila „rozhodne súhlasím“.

## Graf 7

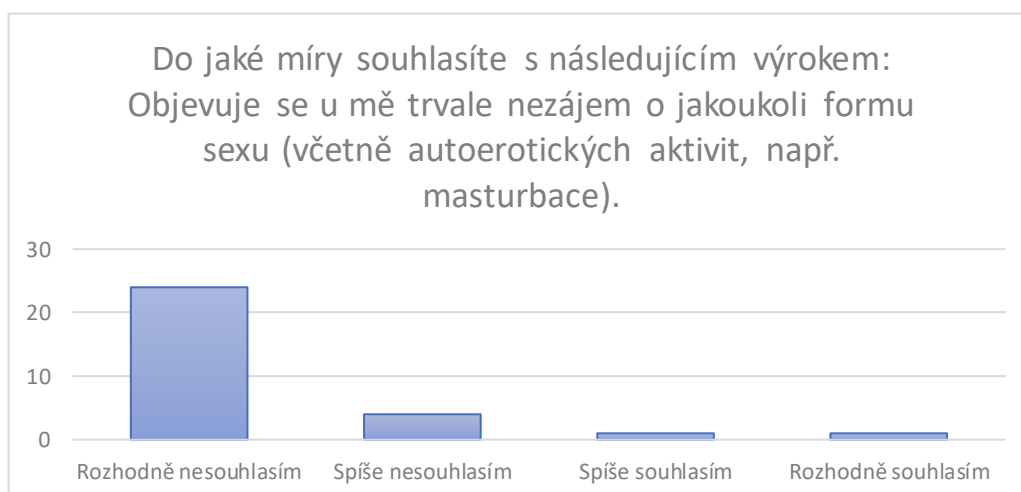
*Sociodemografický dotazník (nezáujem o partnerský sex)*



Graf 8 poukazuje na mieru súhlasu resp. nesúhlasu s výrokom, ktorý sa zaoberá trvalým nezaujmom o akúkoľvek formu sexu. Tam sa zaraďujú aj autoerotické aktivity, kde je ako príklad uvedená masturbácia. U väčšiny respondentiek, konkrétne 24, sa tento trvalý nezáujem neobjavuje a teda s daným tvrdením nesúhlasia. Skôr nesúhlasia 4 ženy. Nezáujem o akúkoľvek formu sexu sa objavuje čiastočne objavuje u 1 respondentky, ktorá si vybrala možnosť „skôr súhlasím“ a 1 žena s výrokom rozhodne súhlasí a teda sa u nej tento trvalý nezáujem objavuje.

## Graf 8

*Sociodemografický dotazník (nezáujem o akúkoľvek formu sexu)*



### 5.3. Meracie nástroje

V rámci predstavovaného výskumu sa použili dva dotazníky. Pre tvorbu dotazníkov bol využitý online dotazníkový nástroj Qualtrics.

#### 5.3.1. Dotazník I.

V prvej fáze výskumu bol použitý dotazník, ktorý okrem iného zmapoval aj sociodemografické údaje účastníčok. Každá otázka mala podmienku vyplnenia. V úvode dotazníku bolo v krátkosti popísané na čo dotazník bude slúžiť, že je potrebné uviesť e-mail pre účasť v druhej fáze, ale dáta inak zostanú anonymné a budú slúžiť iba na účely diplomovej práce.

Sociodemografická časť dotazníku obsahovala 10 položiek. Jednalo sa o vyplnenie základných otázok – emailová adresa, vek, miesto bydliska, najvyššie dosiahnuté vzdelanie, sexuálna orientácia – tu mali respondentky možnosť vybrať si z viacerých alternatív (*heterosexuál, bisexuál, lesba, zatiaľ neviem, nerozumiem otázke a možnosť „iné“* s prosbou o vyplnenie konkrétnej orientácie). Zároveň sa v rámci tohto bloku v závere vyskytli aj štyri otázky týkajúce sa príťažlivosti a záujmu o sexuálnu aktivitu. Prvá otázka sa zaoberala príťažlivosťou k ženskému a mužskému pohlaviu, ďalšie tri sa vyskytli v podobe výrokov, s ktorými respondentka podľa vlastného uváženia súhlasila alebo nesúhlasila.

*Lidé se různí v tom, kým jsou sexuálně přitahováni. Která z těchto možností nejlépe vystihuje vaše pocity? Přitahují vás:*

V tomto sa respondentkám zobrazili možnosti: *iba ženy, prevažne ženy, rovnakou mierou ženy aj muži, prevažne muži, iba muži, nie som si istá, nepřitahujú ma žiadne osoby* a mohla byť zvolená iba jedna z nich.

*Do jaké míry souhlasíte s následujícím výrokom: Nepřitahují mě osoby ani mužského, ani ženského pohlaví.*

*Do jaké míry souhlasíte s následujícím výrokom: Objevuje se u mě trvale nezájem o jakoukoli formu partnerského sexu.*

*Do jaké míry souhlasíte s následujícím výrokom: Objevuje se u mě trvale nezájem o jakoukoli formu sexu (včetně autoerotických aktivit, např. masturbace).*

K daným tvrdeniam si ženy mohli zvoliť jednu z možností – *rozhodne nesúhlasím, skôr nesúhlasím, skôr súhlasím, rozhodne súhlasím*.

Druhá časť obsahovala 5 fotiek hercov s neutrálnym výrazom. Fotky boli vytvorené z videí, ktoré poskytla Mgr. Renáta Androvičová, Ph.D (popis vyhotovenia videostimulov nižšie). Každá žena bola požiadaná o vyplnenie otázky týkajúcej sa atraktivity - tá bola ohodnotená na škále od 1 (najmenej) po 9 (najviac):

1. *Jak moc fyzicky atraktivní je pro vás tato osoba?*

(1 - Velmi neatraktivní : Velmi atraktivní - 9)

### **5.3.2. Dotazník II.**

Druhý dotazník bol použitý niekoľko týždňov po vyplnení prvého dotazníku. V úvode dotazníku bolo v krátkosti popísané na čo dotazník bude slúžiť, že je potrebné uviesť e-mail pre účasť v druhej fáze, ale dáta inak zostanú anonymné a budú slúžiť iba na účely diplomovej práce. Obsahoval v základnej časti už len vyplnenie e-mailu a zvolenie sexuálnej orientácie podobne ako v predošlom dotazníku. Po zodpovedaní úvodných otázok nasledovali 3 bloky 10 sekundových dynamických stimulov (video) 5 hercov, ktorí boli hodnotení v prvom dotazníku. Tieto videá nemali žiaden zvukový záznam. V rámci každého bloku sa stimuly zobrazil každej respondentke v náhodnom poradí.

1. blok – Pozitívne (flirtovné) správanie
2. blok – Neutrálne (priateľské) správanie
3. blok – Negatívne správanie

V každom bloku, po každom stimule bola respondentka požiadaná o vyplnenie nasledujúcej otázky na škále od 1 (najmenej) po 9 (najviac).

1. *Jak moc fyzicky atraktivní je pro vás tato osoba?*

(1 - Velmi neatraktivní : Velmi atraktivní - 9)

### 5.3.3. Video- a fotostimuly

Videostimuly vznikli ako súčasť projektu AZV: „*Deficits in the sociosexual functioning of patients with first episodes and early onset schizophrenia: Impact on disease progression and sexological remediation strategies.*“ Hlavnou riešiteľkou projektu je vedúca tejto diplomovej práce, Mgr. Renáta Androvičová, Ph.D. Videá boli tvorené v štandardizovanom prostredí v priestoroch Národného ústavu duševného zdravia, boli natočené z pohľadu pozorovateľa a zobrazujú 5 typologicky odlišných hercov. Inštrukcie pre hercov pri natáčaní troch rôznych situácií boli takéto:

Neutrálna situácia (priateľská): „*Představte si, že znáte tuto ženu asi 5 let a že se pravidelně pracovně scházíte. Vy a vaše kolegyně jste v neutrálním pracovním vztahu. Jak byste se choval, kdybyste s touto kolegyní diskutovali o vašem pracovním projektu?*“

Negatívna situácia: „*Představte si, že znáte tuto ženu tak cca 3 týdny a už jednou jste byli spolu na rande. Nyní jste na druhém rande s danou ženou a Vy cítíte, že zatímco ona Vás opravdu chce, Vy o ni nemáte zájem. Jak byste ovlivnil danou ženu, abyste se vyhnul sexu s ní?*“

Pozitívna situácia (flirtovná): „*Představte si, že znáte tuto ženu tak cca 3 týdny. Jednou jste již spolu byli na rande, ale doposud mezi vámi nic sexuálního neproběhlo. Nyní jste na druhém rande s danou ženou a Vy cítíte, že jí opravdu chcete. Jak byste danou ženu přiměl k tomu, aby s Vámi měla sex?*“

To, ktoré videá sa stanú súčasťou druhého dotazníka bolo preskúmané v „mini dámskej volenke“, kde si 10 žien (vekový priemer 25.9) vyberalo spomedzi niekoľkých videí u každého herca jedno, ktoré sa podľa ich dojmu najviac hodilo do situácie pozitívne, negatívne a neutrálne správanie. Najpočetnejšie volené videá z každej kategórie boli napokon zaradené do druhého dotazníka. Pre diplomovú prácu boli využité 10 sekundové videá bez zvukového záznamu.

Vyhotovené fotky mali obsahovať čo najviac neutrálny výraz v tvári a rovnako tak neutrálny postoj tela, polohu hlavy (hľadiac vpred). Z videí boli jednotlivé fotografie vytvorené pomocou programu MiniTool MovieMaker, ktorý dokáže z každé video rozdeliť na jednotlivé videosnímky. Fotografie ďalej neboli upravované v žiadnom grafickom programe.



#### **5.4. Procedúra**

Nábor participantov prebiehal metódou tzv. samovýberu, čiže na základe vlastného záujmu zúčastniť sa výskumu. Na nábor boli použité sociálne siete (primárne Facebook a s ním spojený Messenger), kde bol zdieľaný odkaz na prvý dotazník (popísaný vyššie ako Dotazník I.) s prosbou o vyplnenie a upozornením, že je dotazník určený iba pre ženy. Každá žena sa cez daný odkaz dostala do prvého dotazníka tvoreného v rozhraní online nástroja Qualtrics. Časovo dotazník ohraničený nebol, v úvodnom texte bol však aspoň približný časový odhad trvania riadneho vyplnenia – do 10 minút. Tento dotazník bol spustený zhruba mesiac. Po minimálne troch týždňoch, aby bolo čo najlepšie zamedzené efektu zapamätania si svojho hodnotenia, bola každá respondentka kontaktovaná e-mailom s prosbou o vyplnenie druhého dotazníka. Tento e-mail sa celkovo rozoslal trikrát, opakovane pre participantky, ktoré sa zatiaľ nezúčastnili. Druhý dotazník bol taktiež tvorený v Qualtrics a rovnako tak nebol časovo ohraničený, ale približný odhad času potrebný na vyplnenie bol uvedený v úvodnom slove – takisto približne 10 minút. Bol otvorený približne tri týždne, po ktorých sa napokon definitívne uzavrel. Ženy, ktoré sa zúčastnili tohto výskumu neboli odmenené žiadnym spôsobom.

Samotné hodnotenie atraktivity prebiehalo v dvoch fázach, pričom v prvej z nich mali respondentky za úlohu zhodnotiť atraktivitu fotiek mužov s neutrálnymi výrazmi. V druhej časti, ktorá sa konala až o niekoľko týždňov neskôr, aby sa čo najlepšie zamedzilo zabráneniu efektu zapamätania, bolo ich úlohou taktiež zhodnotiť atraktivitu mužov, tentokrát boli stimulmi však videá, v ktorých rovnakí muži ako v prvej fáze predvádzali tri druhy správania – pozitívne, neutrálne a negatívne ladené.

#### **5.5. Štatistická analýza**

Za účelom spracovania dát bol použitý program Microsoft Excel za účelom prehľadného usporiadania dát, ich zoradenia do správneho poradia pri randomizovanom poradí v druhej fáze výskumu tvorby grafov a tabuliek a základnej štatistickej analýzy najmä sociodemografického dotazníka (priemer, medián, smerodajná odchýlka, početnosť, minimum, maximum).

Pre overenie hypotéz bol využitý voľne dostupný štatistický program Jamovi (verzia 2.3.28), ktorý sa využil nielen na základnú deskriptívu hodnotenia atraktivity troch rôznych druhov dynamických stimulov (správania) a statickej fotky, ale aj na analýzu dát pomocou ANOVA pre opakovanie merania. V rámci testovania hypotéz bola stanovená hladina významnosti  $p = 0,05$ .

## **5.6. Etika výskumu**

Každá účastníčka výskumu bola v úvode prvého dotazníka oboznámená s tým, že v prípade ich plnej účasti je nutné vyplnenie ich e-mailu pre účel kontaktovania v rámci druhej časti výskumu. Boli však informované o tom, že im zaručená anonymita v diplomovej práci sa nebudú nachádzať žiadne identifikačné údaje, ktoré by danú anonymnosť porušili. Zároveň nechýbala ani informácia o tom, že dáta budú použité iba pre vedecké účely. Na základe tohto sa mohli dobrovoľne rozhodnúť, či majú o účasť záujem a budú pokračovať vo vyplňaní dotazníku alebo sa výskumu nezúčastnia.

## 6. Výsledky

Pre analýzu vplyvu pozitívneho správania a dynamického vyobrazenia na hodnotenie atraktivity herca bola použitá viacfaktorová analýza rozptylu (ANOVA) pre opakované merania. Vnútro-subjektovými (within-subjects) faktormi sa stali správanie (behavior) a herec (actor/male). Závislou premennou atraktivita. Zároveň sme v rámci tejto analýzy mohli pozorovať aj dynamickú a statickú podmienku, ktorá sa nachádzala v behavior faktore – ten bol rozdelený na levely: pozitívne, neutrálne a negatívne správanie a absenciu dynamického podnetu (statický stimul), čiže fotografia. Analýza bola prevedená v štatistickom programe Jamovi.

Ako môžeme vidieť v Tabuľke 2, v rámci analýzy bolo nutné použiť Greenhouse-Geisser korekciu sféricity. Kontrolu sféricity previedol Mauchlyho test, ktorý poukázal na porušenie predpokladu sféricity u správania/ behavior,  $W = 0.31840, p < .001$ , a pri interakcii správania a herca,  $W = 0.00547, p < .001$ .

Repeated measures ANOVA poukázala na signifikantné hlavné účinky správania,  $F(1.91, 55.40) = 19.42, p < .001, \eta^2p = 0.401$ .

### **Výsledky analýzy sú v súlade s hypotézou H1.**

Zároveň viacfaktorová analýza rozptylu pre opakované merania preukázala signifikantný účinok aktéra,  $F(4, 116) = 12.46, p < .001, \eta^2p = 0.301$ .

Po použití Greenhouse-Geisser korekcie však interakcia medzi správaním a aktérom nebola signifikantná,  $F(6.26, 181.40) = 2.11, p = 0.016, \eta^2p = 0.068$ . Tá bola zistená iba bez použitej korekcie,  $F(12, 348) = 2.11, p = 0.016, \eta^2p = 0.068$ , čo by mohlo poukazovať na vplyv porušenia sféricity.

## Tabuľka 2

### *Analýza vnútro-subjektových efektov s použitím korekcie sféricity*

Within Subjects Effects							
	Sphericity Correction	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	$\eta^2_p$
Behavior	None	108.5	3	36.164	19.42	< .001	0.401
	Greenhouse-Geisser	108.5	1.91	56.79	19.42	< .001	0.401
Residual	None	162.0	87	1.862			
	Greenhouse-Geisser	162.0	55.40	2.92			
Actor	None	273.8	4	68.456	12.46	< .001	0.301
	Greenhouse-Geisser	273.8	3.22	85.08	12.46	< .001	0.301
Residual	None	637.3	116	5.494			
	Greenhouse-Geisser	637.3	93.33	6.83			
Behavior * Actor	None	18.3	12	1.527	2.11	0.016	0.068
	Greenhouse-Geisser	18.3	6.26	2.93	2.11	0.052	0.068
Residual	None	252.2	348	0.725			
	Greenhouse-Geisser	252.2	181.40	1.39			

Note. Type 3 Sums of Squares

Pre lepšie porozumenie boli vykonané post-hoc testy s Tukey korekciou zobrazené v Tabuľke 3). V rámci post-hoc analýzy správania (behavior) bol preukázaný významný vplyv pozitívneho správania – to signifikantne zvyšuje atraktivitu proti neutrálnemu správaniu, MD = 0.253, SE = 0.0836, *ptukey* = 0.025, taktiež proti neutrálnemu správaniu, MD = 0.767, SE = 0.1363, *ptukey* = < .001. Zároveň neutrálne správanie signifikantne zvyšuje atraktivitu voči negatívne správaniu, MD = 0.513, SE = 0.1137, *ptukey* = < .001.

### **Výsledky analýzy sú v súlade s hypotézou H2.**

## Tabuľka 3

### *Post-hoc analýza správania (behavior) s použitím Tukey korekcie*

Post Hoc Comparisons - Behavior							
Comparison							
Behavior	Behavior	Mean Difference	SE	df	t	Ptukey	
Static/Photo	- Positive	-1.087	0.2056	29.0	-5.29	< .001	
	- Neutral	-0.833	0.1697	29.0	-4.91	< .001	
	- Negative	-0.320	0.1985	29.0	-1.61	0.388	
Positive	- Neutral	0.253	0.0836	29.0	3.03	0.025	
	- Negative	0.767	0.1363	29.0	5.62	< .001	
Neutral	- Negative	0.513	0.1137	29.0	4.51	< .001	

Aj post-hoc analýza herca (actor) priniesla zaujímavé výsledky (Tabuľka 4). Muž číslo 4 (Male4) bol celkovo hodnotený ako signifikantne vysoko atraktívny oproti ostatým mužom (viď Tabuľka 3). Najväčší rozdiel nastal medzi Mužom 4 a Mužom 2, kde je Muž 4 hodnotený signifikantne atraktívnejšie MD = -2.0083, SE = 0.355, *ptukey* = < .001.

**Tabuľka 4**

*Post-hoc analýza hercov (actor) s použitím Tukey korekcie*

Post Hoc Comparisons - Actor						
Comparison						
Actor	Actor	Mean Difference	SE	df	t	Ptukey
Male1	- Male2	1.0333	0.317	29.0	3.257	0.022
	- Male3	0.6083	0.307	29.0	1.980	0.300
	- Male4	-0.9750	0.237	29.0	-4.117	0.003
	- Male5	0.0917	0.310	29.0	0.296	0.998
Male2	- Male3	-0.4250	0.239	29.0	-1.777	0.406
	- Male4	-2.0083	0.355	29.0	-5.659	< .001
	- Male5	-0.9417	0.330	29.0	-2.850	0.057
Male3	- Male4	-1.5833	0.328	29.0	-4.825	< .001
	- Male5	-0.5167	0.276	29.0	-1.874	0.353
Male4	- Male5	1.0667	0.304	29.0	3.507	0.012

Post-hoc analýza umožňuje detailnejší pohľad na všetky aspekty a teda porovnával aj interakciu správania a herca (viď Príloha I. – signifikantné efekty sú zvýraznené). Pre všetky podmienky a mužov boli zároveň vyrátaná aj deskriptívna štatistika (Príloha II.).

Zaujímavosťou je, že u muža 4, ktorý bol celkovo hodnotený ako najviac atraktívny nastal signifikantný rozdiel medzi statickým a pozitívnym dynamickým stimulom resp. správaním, MD = -2.300, SE = 0.355, *ptukey* = < .001. Taktiež medzi statickým a neutrálnym dynamickým stimulom MD = -2.0333, SE = 0.300, *ptukey* = < .001, a aj negatívnym stimulom, MD = -2.8000, SE = 0.307, *ptukey* = < .001, zatiaľ čo v porovnaní všetkých troch dynamických stimulov medzi sebou (pozitívne, neutrálne, negatívne) nenastal žiaden signifikantný rozdiel.

Zároveň Muž 2, ktorý bol všeobecne hodnotený ako najmenej atraktívny priniesol interesantné výsledky, kedy medzi statickým a neutrálnym dynamickým stimulom,  $MD = -0.600$ ,  $SE = 0.159$ ,  $ptukey = 0.002$ , a statickým a negatívnym dynamickým stimulom,  $MD = -0.875$ ,  $SE = 0.159$ ,  $ptukey = < .001$ , nastal signifikantný rozdiel, avšak nie medzi statickým a pozitívnym dynamickým stimulom. Aj keď rozdiel medzi statickým a pozitívnym dynamickým stimulom nie je signifikantný, je tam zjavná preferencia pozitívneho správania voči statickému podnetu.

## 7. Diskusia

Cieľom výskumnej časti bolo zistiť vplyv fyzického vzhľadu a správania (pozitívneho, neutrálneho, negatívneho) na hodnotenie sexuálnej atraktivity mužov a zároveň preskúmať rozdiely medzi statickými (fotografia) a dynamickými (video) stimulmi v rámci hodnotenia atraktivity.

Analýza priniesla zaujímavé výsledky, poukazujúc na skutočnosť, že správanie má signifikantný účinok na hodnotenie atraktivity - pozitívne správanie (flirt) skutočne významne zvyšuje hodnotenie atraktivity muža oproti neutrálnemu správaniu. Zároveň aj neutrálne správanie zvyšuje vnímanú atraktivitu proti negatívne správaniu.

Viacfaktorová analýza rozptylu (ANOVA) pre opakované merania potvrdila aj signifikantný účinok aktéra na hodnotenie atraktivity, t. j. rozdiely vo fyzickej atraktivite hercov mali vplyv na hodnotenie atraktivity.

Taktiež sa prišlo k výsledkom, ktoré preukázali signifikantný vplyv dynamických stimulov (video, správanie) na hodnotenie atraktivity oproti statickému vyobrazeniu (fotografia).

Výsledky tejto štúdie sú v súlade s Limbrecht et al. (2012) a tvrdením, že ľudia prejavujúci pozitívne emócie sú hodnotení ako atraktívnejší než jedinci, čo naopak prejavujú negatívne emočné ladenie. Rennels & Kayl (2015) tvrdia, že radostné mimické výrazy môžu prispieť k zvýšeniu atraktivity, čo v prípade hercov aj nastalo. Naopak, naše výsledky nie sú v súlade so štúdiou Tracy & Beall (2011), ktorí prišli k úplne inému výsledku – v tomto výskume boli muži prejavujúci radosť hodnotení ako najmenej atraktívni. Autori tento rozdiel diskutujú s tým, že prejav radosti môže u muža zobrazovať väčšiu dávku feminity a nižšiu dávku dominancie. Rozdiel vo výsledkoch môže byť podmienený skutočnosťou, že v spomínanej štúdii boli hodnotené fotografie, čiže statický stimul, zatiaľ čo v tejto diplomovej práci bol pozitívny prejav súčasťou dynamického podnetu, ktorý bol celkovo hodnotený atraktívnejšie. Avšak, výsledky štúdie Tracy & Beall (2011) by sa mohli považovať za zaujímavý podnet pri hlbšom skúmaní radostných výrazov u mužov a ich pôsobenia na ženy.

Čo sa týka vplyvu dynamických stimulov na hodnotenie atraktivity, výsledky našej štúdie poukazujú na fakt, že dynamický stimul, čiže správanie herca zobrazeného v krátkom videoklipe je hodnotené ako viac atraktívne, oproti statickému stimulu (fotografia). To je v súlade s výsledkami štúdie Riggio et al. (1991) a dôležitosťou krásou tváre a dynamických

zložiek. A aj s Roberts et al. (2009), ktorý preukázal, že ženy sú viac citlivé na mužské dynamické stimuly. Zároveň dané závery nie sú v zhode s Kościński (2013), kde boli hodnotenia statických a dynamických podnetov vysoko zhodné. Je vhodné zamyslieť sa nad tým, akým spôsobom budú v ďalších štúdiách fotografie zhotovené. Vo výskume tejto diplomovej práce boli fotografie vyhotovené priamo z videa. Je možné, že kvalita fotiek, prípadne neutrálneho výrazu nebola príliš vysoká alebo atraktívne vnímaná respondentkami a preto bol dynamický stimul považovaný za lepší. Tento aspekt môže byť interesantným cieľom pre budúce bádanie rozdielov medzi statickým a dynamickým stimulom, za použitia fotografií vytvorených rôznymi spôsobmi (napr. priamo z videoklipov, profesionálny fotoaparát, mobilný telefón - tzv. selfie).

Ďalším pozoruhodným aspektom predstaveného výskumu je, že v prípade jedného muža (Male 4), ktorý bol hodnotený ako celkovo najviac atraktívny, nenastala veľká zmena v rámci prezentácie dynamického stimulu, čo naznačuje, že jeho správanie už nemalo tak veľký efekt na hodnotenie atraktivity. Na druhej strane vo väčšine prípadov dynamický stimul bol dôvodom, prečo sa vnímaná atraktivita muža navýšila. Čo taktiež naznačuje, že u atraktívnych hercoch na ich správaní v rámci vnímania ich atraktivity veľmi nezáleží a naopak, u menej príťažlivých (neatraktívnych) mužoch správanie zaváži a majú tak možnosť kompenzovať svoj nedostatok fyzickej atraktivity – čo je badateľné napr. pri najmenej atraktívnom mužovi (Male2), hoci rozdiel medzi statickým podnetom (fotografia) a pozitívnym správaním nie je signifikantný, stále sa navýšilo hodnotenie atraktivity.

Limity môžu pomôcť pri ďalších výskumoch zlepšiť ich podmienky. Za jeden z hlavných limitov tohto výskumu považujem experimentálnu mortalitu, čiže úbytok subjektov počas trvania experimentov a celkovo nízky počet participantov. Veľký úbytok sa zaznamenal najmä počas druhej fázy, kde sa z pôvodných 50 participantiek zapojilo iba 30. Je hodné zamyslenia, čo k danému fenoménu prispelo. Motiváciou v budúcnosti by mohla byť odmena, či už finančná alebo vecná, buď v podobe menšej odmeny pre každého zapojeného respondenta alebo v podobe väčšej odmeny, ktorá by bola vylosovaná pre jedného (alebo niekoľkých) účastníkov. Ďalším faktorom by mohla byť dĺžka dotazníka, oba dotazníky by nemali byť dlhšie než 10 minút, to však môže byť pre niekoho pomerne dlhá doba.



Za ďalší limit môžeme považovať podmienku na vyplnenie e-mailu pre účasť v druhej fáze – aj napriek uisteniu, že dáta zostanú v anonymite a budú dostupné iba obmedzenému počtu ľudí a budú použité výhradne na vedecké účely, môže táto podmienka byť pre niektorých účastníkov nepríjemná a spôsobí neúčasť.

V rámci hodnotenia atraktivity mužov by bolo vhodné sa do budúcich výskumov podobného typu zamyslieť nad väčšou rozmanitosťou stimulov, t. j. hercov. Vzhľadom na nižšie hodnotenia atraktivity mužov by sa dalo uvažovať o tom, že ich rozmanitosť nebola príliš veľká. Zaujímavé by bolo pozorovať efekty správania na vysoko atraktívnom mužovi a mohlo by to vnieť viac poznania do danej oblasti. Taktiež oblečenie môže mať vplyv na hodnotenie atraktivity, zatiaľ čo aktuálne stimuly mali nejednotné oblečenie, jeho zjednotenie (aspoň v hornej časti tela) by mohlo eliminovať prípadný vplyv tohto faktoru.

Na hodnotenie atraktivity môžu vplývať aj jej osobné skúsenosti z minulosti, halo efekt, prípadne podobnosť herca s mužom z minulosti respondentky. Limitom môže byť aj sexuálna orientácia participantiek, pre porovnávanie výsledkov by však bol nutný väčší výskumný súbor s viac rozmanitou vzorkou naprieč sexuálnymi orientáciami.

Taktiež ďalším limitom môže byť samotný podnetový materiál – na nich stojí celý výskum a niekoľko faktorov môže mať vplyv na hodnotenie zo strany žien. Prvou je spontánnosť a pózovanosť prejavov hercov. Je to napr. Russell (1994), ktorý uvádza v rámci svojej kritiky, že pózovanosť (predstieranie emócií) môže spôsobiť, že konečné výrazy budú štylizované, príliš intenzívne až prehnané a že si napríklad budú jednotlivé prejavy emócií viac podobné a tak menej rozoznateľné. Makihara et al. (2017) sa zaujímali o porovnanie spontánnych a pózovaných výrazov. Nahrávali potajomky výrazy probandov pri sledovaní videí, ktoré mali za úlohu vyvolať určité emócie – smútok, znechutenie, prekvapenie a pobavenie. Tieto výrazy boli porovnané s tými, ktoré mali probandi predviesť po vyzvaní. Autori odhalili, že existujú určité rozdiely medzi týmito spontánnymi a „hranými“ výrazmi, či už v dynamike, frekvencii či aktivácii konkrétnych mimických svalov.

V neposlednej rade môžeme medzi činitele zaradiť aj aktuálne rozpoloženie respondentky, úprimnosť, otvorenosť a pozornosť voči odpovediam a voči hodnoteniu – teoreticky by bolo možné zaradiť kontrolnú otázku, ktorá by pôsobila ako kontrola pozornosti a riadneho venovania sa participanta dotazníku.

Ako bolo spomínané v teoretickej časti, menštruačný cyklus má na ženy v prípade výberu partnerov taktiež určitý vplyv – tento fakt by sa mohol taktiež javiť ako určitý limit a zaradenie otázky na fázu menštruačného cyklu by mohlo priniesť nové informácie ohľadom toho, ako ženy v rôznych fázach hodnotia atraktivitu mužov.

Väčší výskumný súbor môže priniesť lepšie prebádanie a prehĺbenie poznatkov v danej problematike. Vzhľadom na nereprezentatívnosť výskumného súboru, by značnejšia rozmanitosť vekových skupín žien mohla byť interesantným cieľom pre budúce bádanie.

## 8. Záver

Diplomová práca sa zaoberá otázkou efektu fyzického vzhľadu a správania na hodnotenie sexuálnej atraktivity. V teoretickej časti sa zaoberá atraktivitou fyzickou, osobnou a sexuálnou, výberom partnera a príťažlivosťou z evolučného hľadiska a aj niekoľkými aspektmi, ktoré na hodnotenie príťažlivosti môžu mať vplyv. Ďalej sa zohľadí na atraktivitu muža z pohľadu žien, či už zo strany mužskej tváre alebo tela. V závere sa zaoberá nonverbálnou komunikáciou, emóciami a schopnosťou ich rozoznávať, preberá aj prejavy dvorenia, statické a dynamické stimuly pri výskumoch emócií a atraktivity.

Cieľom výskumu diplomovej práce bolo zhodnotenie vplyvu fyzického vzhľadu a správania na hodnotenie sexuálnej atraktivity mužov, kde sa skúmali nielen účinky troch druhov správania (pozitívneho, neutrálneho a negatívneho) na hodnotenie spomínanej príťažlivosti, ale aj rozdiely v hodnotení atraktivity pri použití statické a dynamického stimulu.

Výskum bol realizovaný v dvoch fázach na vzorke 30 respondentov. Stimulom bolo 5 hercov, ktoré respondentky hodnotili v štyroch podmienkach – na základe vzhliadnutia troch krátkych videoklipov, kde prejavovali 3 rôzne druhy správania – pozitívne, neutrálne, negatívne a na základe ich fotografie. Výsledky, v súlade s hypotézami H1 a H2 ukazujú, že pozitívne správanie signifikantne zvyšuje hodnotenie hercovej atraktivity proti neutrálnemu správaniu a neutrálne proti negatívne a zároveň správanie herca (dynamické vyobrazenie) signifikantne zvyšuje hodnotenie jeho atraktivity proti statickému vyobrazeniu na fotografii. Zároveň výsledky poukazujú na skutočnosť, že u atraktívnych mužov nemusí na správaní až tak záležať pri hodnotení ich príťažlivosti, ale naopak, si menej atraktívni muži môžu svoj deficit kompenzovať práve správaním.

Dané poznatky by mohli slúžiť najmä inšpirácia, prípadne pilotná štúdia pre budúce výskumy v tejto oblasti, ktoré by zlepšili porozumenie vo vnímaní sexuálnej atraktivity mužov z pohľadu žien. A priniesli prehlbujúce poznatky ohľadom aspektov, ktoré u mužov zvyšujú spomínanú príťažlivosť a stimulov používaných vo výskumoch. Pre potenciálne štúdie sa tak načrtá veľa interesantných podnetov, napríklad týkajúce sa sexuálnej orientácie žien alebo ženského menštruačného cyklu a ich hodnotenia sexuálnej atraktivity mužov.

## Referencie

Albright, L., Kenny, D. A., & Malloy, T. E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(3), 387–395. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.55.3.387>

Alcock, J. (1993). *Animal behavior*. Sinauer Associates.

Ambadar, Z., Schooler, J. W., & Conn, J. F. (2005). Deciphering the enigmatic face: the importance of facial dynamics in interpreting subtle facial expressions. *Psychological Science*, 16(5), 403–410. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2005.01548.x>

American Psychological Association. (2018). *Good genes hypothesis*. In *APA dictionary of psychology*. <https://dictionary.apa.org/good-genes-hypothesis>

American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.). <https://doi.org/10.1037/0000165-000>

Argyle, M. (1975). *Bodily communication*. International Universities Press.

Atkinson, R. L., At al. (2003). *Psychologie*. Portál.

Barber, N. (1995). The evolutionary psychology of physical attractiveness: Sexual selection and human morphology. *Ethology and Sociobiology*, 16, 395-424.

Baštecká, B. (2009). *Psychologická encyklopedie - Aplikovaná psychologie*. Portál.

Batres, C., Shiramizu, V. Examining the “attractiveness halo effect” across cultures. *Curr Psychol* 42, 25515–25519 (2023). <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03575-0>

Blažek, V. & Trnka, R. (2009). *Lidský obličej: vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Karolinum.

Blažek, V. (2011). *Komunikace a lidské tělo (5, Antropologie chování)*. Západočeská univerzita.

Bogaert, A. F. (2012). *Understanding asexuality*. Rowman & Littlefield Publishers.

Botzet, L. J., Shea, A., Vitzthum, V. J., et al. (2023). The link between age and partner preferences in a large, international sample of single women. *Human Nature*, 34(4), 539–568. <https://doi.org/10.1007/s12110-023-09460-4>

Braun, C., Gruendl, M., Marberger, C., & Scherber, C. (2001). *Beautycheck: Causes and Consequences of Human Facial Attractiveness*. Beautycheck. <https://www.beautycheck.de>

Burgoon, J. K. (1991). Relational message interpretations of touch, conversational distance, and posture. *Journal of Nonverbal Behavior*, 15(4), 233-259. <https://doi.org/10.1007/BF00986939>

Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12(1), 1–14.

Buss, D. M. (2009). *Evoluce touhy: Strategie sexuálního chování*. Dauphin, Volvox Globator.

Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. Academic Press.

Carrito, M. d. L., Santos, I. M. B. d., Lefevre, C. E., Whitehead, R. D., Silva, C. F. d., & Perrett, D. I. (2016). The role of sexually dimorphic skin colour and shape in attractiveness of male faces. *Evolution and Human Behavior*, 37(2), 125–133. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2015.09.006>

Cash, T.F. (1990), Losing Hair, Losing Points?: The Effects of Male Pattern Baldness on Social Impression Formation. *Journal of Applied Social Psychology*, 20: 154-167. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1990.tb00404.x>

de Gelder, B. (2006). Towards the neurobiology of emotional body language. *Nature Reviews Neuroscience*, 7(3), 242-249. <https://doi.org/10.1038/nrn1872>

de Gelder, B. (2009). Why bodies? Twelve reasons for including bodily expressions in affective neuroscience. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B, Biological Sciences*, 364(1535), 3475–3484. <https://doi.org/10.1098/rstb.2009.0190>

de Gelder, B., & Van den Stock, J. (2011). The bodily expressive action stimulus test (BEAST). Construction and validation of a stimulus basis for measuring perception of whole body expression of emotions. *Frontiers in Psychology*, 2, Article 181. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2011.00181>

De Souza, A. A., Baião, V. B., & Otta, E. (2003). Perception of men's personal qualities and prospect of employment as a function of facial hair. *Psychological reports*, 92(1), 201–208. <https://doi.org/10.2466/pr0.2003.92.1.201>

DeBruine, L., Jones, B., & Little, A. (2017). Positive sexual imprinting for human eye color. *bioRxiv*. <https://doi.org/10.1101/135244>

DeVito, J. A. (2008). *Základy mezilidské komunikace*. Grada.

DeVito, J.A. & Hecht, M.L. (Eds.) (1990). *The nonverbal communication reader*. Waveland.

Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285–290. <https://doi.org/10.1037/h0033731>

Dixson, B. J., Dixson, A. F., Li, B., & Anderson, M. J. (2007). Studies of human physique and sexual attractiveness: Sexual preferences of men and women in China. *American Journal of Human Biology*, 19(1), 88–95. <https://doi.org/10.1002/ajhb.20584>

Dixson, B. J., Grimshaw, G. M., Ormsby, D. K., & Dixson, A. F. (2014). Eye-tracking women's preferences for men's somatotypes. *Archives of Sexual Behavior*, 43(8), 1491-1500. <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0282-2>

Dixson, B.J., Dixson, A.F., Bishop, P.J. *et al.* Human Physique and Sexual Attractiveness in Men and Women: A New Zealand–U.S. Comparative Study. *Arch Sex Behav* 39, 798–806 (2010). <https://doi.org/10.1007/s10508-008-9441-y>

Duck, S. W. (1973). Personality similarity and friendship choice: Similarity of what, when? *Journal of Personality*, 41(4), 543–558. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1973.tb00110.x>

Editor. (1879). Mr. F. Galton on generic images and automatic representation. *Mind*, os-4(16), 551-557. <https://doi.org/10.1093/mind/os-4.16.551>

Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*, 6(3-4), 169–200. <https://doi.org/10.1080/02699939208411068>

Ekman, P. (2004). Emotional and conversational nonverbal signals. In V. Manusov & M. L. Patterson (Eds.), *The Sage handbook of nonverbal communication* 35-48. Sage Publications. [https://doi.org/10.1007/978-1-4020-2783-3\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-4020-2783-3_3)

Ekman, P. (2015). *Odhalené emoce*. Jan Melvil Publishing.

Ekman, P. (2016). What Scientists Who Study Emotion Agree About. *Perspectives on Psychological Science*, 11(1), 31-34. <https://doi.org/10.1177/1745691615596992>

Ekman, P., & Friesen, W. V. (1978). *Facial action coding system: A technique for the measurement of facial movement*. Consulting Psychologists Press. <https://doi.org/10.1037/t27734-000>

Ekman, P., & Friesen, W. V. (2003). *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Malor Books.

Ekman, P., Davidson, R. J., & Friesen, W. V. (1990). The Duchenne smile: Emotional expression and brain physiology: II. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(2), 342–353. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.2.342>

Evans, D., & Zarate, O. (2002). *Evoluční psychologie*. Portál.

Feingold, A. (1988). Matching for attractiveness in romantic partners and same-sex friends: A meta-analysis and theoretical critique. *Psychological Bulletin*, 104(2), 226–235. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.104.2.226>

Feldman, R. S. (1985). *Social psychology. Theories, research and application*. McGraw-Hill Book Company.

Fink, B., & Penton-Voak, I. (2002). Evolutionary psychology of facial attractiveness. *Current Directions in Psychological Science*, 11, 154–158.

Fink, B., Weege, B., Neave, N., Pham, M. N., & Shackelford, T. K. (2015). Integrating body movement into attractiveness research. *Frontiers in Psychology*, 6, 220. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00220>

Furnham, A., & Nordling, R. (1998). Cross-cultural differences in preferences for specific male and female body shapes. *Personality and Individual Differences*, 25(4), 635–648. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(98\)00076-2](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(98)00076-2)

Grammer, K., Honda, M., Juette, A., & Schmitt, A. (1999). Fuzziness of nonverbal courtship communication unblurred by motion energy detection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(3), 487-508. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.3.487>

Hartl, P., Hartlová, H. (2004). *Psychologický slovník*. Portál.

Havlíček, J., Rubešová, A. (2009). Atraktivita tváře. In V. Blažek & R. Trnka (Eds.), *Lidský obličej. Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*, 189-201. Karolinum.

Hewstone, M., & Stroebe, W. (2006). *Sociální psychologie*. Portál.

Hugill, N., Fink, B., & Neave, N. (2010). The role of human body movements in mate selection. *Evolutionary Psychology*, 8(1), 66-89. <https://doi.org/10.1177/147470491000800107>

Kalick, S. M., Zebrowitz, L. A., Langlois, J. H., & Johnson, R. M. (1998). Does human facial attractiveness honestly advertise health? Longitudinal data on an evolutionary question. *Psychological Science*, 9(1), 8–13.

Kassin, S. (2007). *Psychologie*. Computer Press.

Klapilová, K., Androvičová, R., Bártová, K., Binter, J., Krejčová, L., Lindová, J., Průšová, D., Wells, T., Zikánová, T., & Varella Valentová, J. (2016). (R)evoluce ve výzkumu lidské sexuality. In J. Horáček, L. Kesner, C. Höschl, F. Španiel, & et al. (Eds.), *Mozek a jeho člověk, mysl a její nemoc* (s. 117–129). Galén.

Kleisner, K., Kočnar, T., Rubešová, A., & Flegr, J. (2010). Eye color predicts but does not directly influence perceived dominance in men. *Personality and Individual Differences*, 49(1), 59-64. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.03.011>

Kościński, Krzysztof. (2013). Perception of Facial Attractiveness from Static and Dynamic Stimuli. *Perception*. 42. 163-75. 10.1068/p7378.

Kret, M. E. (2015). Emotional expressions beyond facial muscle actions: A call for studying autonomic signals and their impact on social perception. *Frontiers in Psychology*, 6, Article 711. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00711>



Krumhuber, E. G., Kappas, A., & Manstead, A. S. R. (2013). Effects of Dynamic Aspects of Facial Expressions: A Review. *Emotion Review*, 5(1), 41-46. <https://doi.org/10.1177/1754073912451349>

Lavrakas, P. J. (1975). Female preferences for male physiques. *Journal of Research in Personality*, 9(4), 324–334. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(75\)90006-9](https://doi.org/10.1016/0092-6566(75)90006-9)

LeVay, S., Baldwin, J., & Baldwin, J. (2021). *Discovering human sexuality* (5th ed.). Oxford University Press.

Levitt, E. A. (1964). The relationship between abilities to express emotional meanings vocally and facially. In J. R. Davitz (Ed.), *The communication of emotional meaning*, 43-55. McGraw-Hill.

Lewicki, P. (1985). Nonconscious biasing effects of single instances on subsequent judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(3), 563–574. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.48.3.563>

Lewis, D., Rezek, J., Zborník, D., 1993. *Tajná řeč těla*. Victoria Publishing.

Limbrecht, K., Rukavina, S., Scheck, A., Walter, S., Hoffmann, H., & Traue, H. (2012). The influence of naturalness, attractiveness and intensity on facial emotion recognition. *Psychology Research*, 2(3), 166-176. <https://doi.org/10.17265/2159-5542/2012.03.004>

Mehrabian, A. (2007). *Nonverbal communication*. Aldine.

Moore, M. M. (1985). Nonverbal courtship patterns in women: Context and consequences. *Ethology and sociobiology*, 6(4), 237-247

Murstein, B. I. (1972). Physical attractiveness and marital choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 22(1), 8–12. <https://doi.org/10.1037/h0032394>

Muscarella, F., & Cunningham, M. R. (1996). The evolutionary significance and social perception of male pattern baldness and facial hair. *Ethology and Sociobiology*, 17(2), 99-117. [https://doi.org/10.1016/0162-3095\(95\)00128-4](https://doi.org/10.1016/0162-3095(95)00128-4)

Nakonečný, M. (1999). *Sociální psychologie*. Academia.

Nakonečný, M. (2012). *Emoce*. Triton.

Neave, N., & Shields, K. (2008). The effects of facial hair manipulation on female perceptions of attractiveness, masculinity, and dominance in male faces. *Personality and Individual Differences*, 45(5), 373–377. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.05.007>

Pátková, Ž., Grygarová, D., Adámek, P., Třebická Fialová, J., Havlicek, J., & Třebický, V. (2023). Possible differences in visual attention to faces in the context of mate choice and competition. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/kx2m6>

Pátková, Ž., Schwambergová, D., Třebická Fialová, J., et al. (2022). Attractive and healthy-looking male faces do not show higher immunoreactivity. *Scientific Reports*, 12, 18432. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-22866-x>

Patzer G. L. (1988). Psychologic and sociologic dimensions of hair: an aspect of the physical attractiveness phenomenon. *Clinics in dermatology*, 6(4), 93–101. [https://doi.org/10.1016/0738-081x\(88\)90072-7](https://doi.org/10.1016/0738-081x(88)90072-7)

Patzer, G. L. (2006). *The power and paradox of physical attractiveness*. BrownWalker Press.

Pazhoohi, F., Garza, R. & Kingstone, A. The Interacting Effects of Height and Shoulder-to-Hip Ratio on Perceptions of Attractiveness, Masculinity, and Fighting Ability: Experimental Design and Ecological Validity Considerations. *Arch Sex Behav* 52, 301–314 (2023). <https://doi.org/10.1007/s10508-022-02416-2>

Pease, A., & Pease, B. (2011). *Řeč těla*. Portál.

Penton-Voak, I. S., & Perrett, D. I. (2000). Female preference for male faces changes cyclically: Further evidence. *Evolution and Human Behavior*, 21(1), 39–48. [https://doi.org/10.1016/S1090-5138\(99\)00033-1](https://doi.org/10.1016/S1090-5138(99)00033-1)

Peseschkian, N. (1995). *Partnerské vztahy : 33 a jeden způsob jak žít ve dvou*. Lidové noviny.

Pisanski, K., Fernandez-Alonso, M., Díaz-Simón, N., Oleszkiewicz, A., Sardinias, A., Pellegrino, R., Estevez, N., Mora, E. C., Luckett, C. R., & Feinberg, D. R. (2022). Assortative mate preferences for height across short-term and long-term relationship contexts in a cross-cultural sample. *Frontiers in psychology*, 13, 937146. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.937146>

Regan, P. C. (1998). What if You Can't Get What You Want? Willingness to Compromise Ideal Mate Selection Standards as a Function of Sex, Mate Value, and Relationship Context. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24(12), 1294–1303. <https://doi.org/10.1177/01461672982412004>

Rennels, J. L., & Kayl, A. J. (2015). Differences in expressivity based on attractiveness: Target or perceiver effects? *Journal of Experimental Social Psychology*, 60, 163-172. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.05.009>

Rhodes, G. (2006). The evolutionary psychology of facial beauty. *Annual Review of Psychology*, 57, 199–226. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.57.102904.190208>

Rhodes, G., Lee, K., Palermo, R., Weiss, M., Yoshikawa, S., Clissa, P., Williams, T., Peters, M., Winkler, C., & Jeffery, L. (2005). Attractiveness of Own-Race, Other-Race, and Mixed-Race Faces. *Perception*, 34(3), 319-340. <https://doi.org/10.1068/p5191>

Riaz, H., & Akram, U. (2018). Emotion detection in videos using non sequential deep convolutional neural network. In *2018 IEEE International Conference on Information and Automation for Sustainability (ICIAfS)* (s. 1-6). Colombo, Sri Lanka. <https://doi.org/10.1109/ICIAfS.2018.8913333>

Riggio, R. E., & Darioly, A. (2016). Measuring nonverbal sensitivity. In D. Matsumoto, H. C. Hwang, & M. G. Frank (Eds.), *APA handbook of nonverbal communication* (s. 589–606). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14669-023>

Riggio, R. E., Widaman, K. F., Tucker, J. S., & Salinas, C. (1991). Beauty is More Than Skin Deep: Components of Attractiveness. *Basic and Applied Social Psychology*, 12(4), 423–439. [https://doi.org/10.1207/s15324834basp1204\\_4](https://doi.org/10.1207/s15324834basp1204_4)

Richmond, V. P., & McCroskey, J. C. (2004). *Nonverbal behavior in interpersonal relations*. Pearson Education.

Roberts, S. C., Saxton, T. K., Murray, A. K., Burriss, R. P., Rowland, H. M., & Little, A. C. (2009). Static and dynamic facial images cue similar attractiveness judgements. *Ethology*, 115(6), 588–595. <https://doi.org/10.1111/j.1439-0310.2009.01640.x>

Rubenstein A. J. (2005). Variation in perceived attractiveness: differences between dynamic and static faces. *Psychological science*, 16(10), 759–762. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2005.01610.x>

Řehan, V. (2007). *Sociální psychologie: studijní texty pro distanční studium*. Olomouc: UP.

Saegert, S., Swap, W., & Zajonc, R. B. (1973). Exposure, context, and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25(2), 234–242. <https://doi.org/10.1037/h0033965>

Scott, I. M. L., Pound, N., Stephen, I. D., Clark, A. P., & Penton-Voak, I. S. (2010). Does masculinity matter? The contribution of masculine face shape to male attractiveness in humans. *PLOS ONE*, 5(10), e13585. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0013585>

Sell, A., Lukazsweski, A. W., & Townsley, M. (2017). Cues of upper body strength account for most of the variance in men's bodily attractiveness. *Proceedings. Biological sciences*, 284(1869), 20171819. <https://doi.org/10.1098/rspb.2017.1819>

Senko, C., & Fyffe, V. (2010). An evolutionary perspective on effective vs. ineffective pick-up lines. *The Journal of Social Psychology*, 150(4), 471–480.

Sheldon, W. A. (1954). *Atlas of men: A guide for somatotyping the adult male at all ages*. Harper & Brothers.

Scheib, J. E., Gangestad, S. W., & Thornhill, R. (1999). Facial attractiveness, symmetry and cues of good genes. *Proceedings. Biological sciences*, 266(1431), 1913–1917. <https://doi.org/10.1098/rspb.1999.0866>

Schwarz, S., & Hassebrauck, M. (2012). Sex and age differences in mate-selection preferences. *Human Nature*, 23(4), 447–466. <https://doi.org/10.1007/s12110-012-9152-x>

Singh, D. (1995). Female judgment of male attractiveness and desirability for relationships: Role of waist-to-hip ratio and financial status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(6), 1089–1101. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.6.1089>

Skopek, J., Schmitz, A., & Blossfeld, H.-P. (2011). The gendered dynamics of age preferences - empirical evidence from online dating. *Zeitschrift für Familienforschung*, 23(3), 267-290. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-456714>

Slaměnik, I. (2008). *Sociální psychologie*. Grada.

Stephen, I. D., Coetzee, V., & Perrett, D. I. (2011). Carotenoid and melanin pigment coloration affect perceived human health. *Evolution & Human Behavior*, 32(3), 216-227. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2010.09.003>

Stephen, I. D., Scott, I. M. L., Coetzee, V., Pound, N., Perrett, D. I., & Penton-Voak, I. S. (2012). Cross-cultural effects of color, but not morphological masculinity, on perceived attractiveness of men's faces. *Evolution and Human Behavior*, 33(4), 260–267. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2011.10.003>

Stirrat, M., & Perrett, D. I. (2010). Valid facial cues to cooperation and trust: Male facial width and trustworthiness. *Psychological Science*, 21(3), 349–354. <https://doi.org/10.1177/0956797610362647>

Strzałko, J. (2003). Sexual selection: Women's preferences for the male physique. *Anthropologie (Brno)*, 41(1-2), 87–91.

Šmahel, David & Veselá, M. (2006). Interpersonal attraction in the virtual environment. *Československá psychologie*. 50. 174-186

Štěrbová, Z., Třebický, V., Havlicek, J., Tureček, P., Varella, M., & Varella Valentova, J. (2017). Father's physique influences mate preferences but not the actual choice of male somatotype in heterosexual women and homosexual men. *Evolution and Human Behavior*, 39. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2017.09.002>

Talbot, D. (2023). Beyond desirable in North America: An examination of actual and ideal body preferences, and body attractiveness preferences in a heterosexual sample of men and women from the USA. *Discoveries in Psychology*, 3, 42. <https://doi.org/10.1007/s44202-023-00108-z>

Tarín, J. J., & Gómez-Piquer, V. (2002). Do women have a hidden heat period? *Human reproduction*, 17(9), 2243–2248. <https://doi.org/10.1093/humrep/17.9.2243>

Tavel, P. (2007). *Vybrané kapitoly ze sociální psychologie*. Olomouc: UP

Terry, R. L., & Davis, J. S. (1976). Components of facial attractiveness. *Perceptual and Motor Skills*, 42(3, Pt 1), 918. <https://doi.org/10.2466/pms.1976.42.3.918>

Thornhill, R., & Møller, A. P. (1997). Developmental stability, disease and medicine. *Biological Reviews*, 72(4), 497–548. <https://doi.org/10.1017/s0006323197005082>

Tracy, J. L., & Beall, A. T. (2011). Happy guys finish last: The impact of emotion expressions on sexual attraction. *Emotion*, 11(6), 1379–1387. <https://doi.org/10.1037/a0022902>

Vávra, V. (1990). *Mluvíme beze slov*. Panorama.

Vybíral, Z. (2009). *Psychologie komunikace*. Portál.

Vykopalová, H. (2000). *Vybrané kapitoly sociální psychologie v kontextu komunikace*. Olomouc: UP.

Walczak, A., & Wiecha, J. (2023). Sexual attraction: Bisexual orientation in males. In T. K. Shackelford (Ed.), *Encyclopedia of Sexual Psychology and Behavior*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-08956-5\\_2152-1](https://doi.org/10.1007/978-3-031-08956-5_2152-1)

Wang, G., Cao, M., Sauciuvenaite, J., Bissland, R., Hacker, M., Hambly, C., Vaanholt, L. M., Niu, C., Faries, M. D., & Speakman, J. R. (2018). Different impacts of resources on opposite sex ratings of physical attractiveness by males and females. *Evolution and Human Behavior*, 39(2), 220–225. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2017.12.008>

Weatherhead, P., & Robertson, R. (1979). Offspring quality and the polygyny threshold: "The sexy son hypothesis". *The American Naturalist*, 113(2), 201-208. <https://doi.org/10.1086/283379>

Wehrle, T., Kaiser, S., Schmidt, S., & Scherer, K. R. (2000). Studying the dynamics of emotional expression using synthesized facial muscle movements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(1), 105–119. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.1.105>

Weiss P. (2009). Sexuální atraktivita a její determinanty. *Psychiatrie pro praxi*, 4, 188–190.

Willis, J., & Todorov, A. (2006). First Impressions: Making Up Your Mind After a 100-Ms Exposure to a Face. *Psychological Science*, 17(7), 592–598. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01750.x>

Winch, R. F. (1955). The Theory of Complementary Needs in Mate-Selection: A Test of One Kind of Complementariness. *American Sociological Review*, 20(1), 52–56. <https://doi.org/10.2307/2088200>

Xie, Z. (2024). The influence of social media on perception of body image and beauty standards on young people. *Transactions on Social Science, Education and Humanities Research*, 5, 143-148. <https://doi.org/10.62051/67rvhh97>

Zebrowitz, L. A., & Montepare, J. M. (2008). Social Psychological Face Perception: Why Appearance Matters. *Social and personality psychology compass*, 2(3), 1497. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2008.00109.x>

## Zoznam skratiek

ANOVA	Analysis of variance
APA	Americká psychologická asociácia
apod.	a podobne
et al.	a ostatní
M	priemer
MD	mean difference
min	minimálne
max	maximálne
n	veľkosť vzorky
napr.	napríklad
p	p-hodnota
resp.	respektíve
SE	standard error
SD	smerodajná odchýlka
t. j.	to jest
tzv.	takzvané



## Zoznam grafov

Graf 1: <i>Sociodemografický dotazník (vek)</i> .....	40
Graf 2: <i>Sociodemografický dotazník (miesto bydliska)</i> .....	41
Graf 3: <i>Sociodemografický dotazník (najvyššie dosiahnuté vzdelanie)</i> .....	42
Graf 4: <i>Sociodemografický dotazník (sexuálna orientácia)</i> .....	43
Graf 5: <i>Sociodemografický dotazník (príťažlivosť)</i> .....	43
Graf 6: <i>Sociodemografický dotazník (nepríťažlivosť)</i> .....	44
Graf 7: <i>Sociodemografický dotazník (nezáujem o partnerský sex)</i> .....	45
Graf 8: <i>Sociodemografický dotazník (nezáujem o akúkoľvek formu sexu)</i> .....	45

## Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: <i>Sociodemografický dotazník (vek)</i> .....	40
Tabuľka 2: <i>Analýza vnútro-subjektových efektov s použitím korekcie sféricity</i> .....	52
Tabuľka 3: <i>Post-hoc analýza správania (behavior) s použitím Tukey korekcie</i> .....	52
Tabuľka 4: <i>Post-hoc analýza hercov (actor) s použitím Tukey korekcie</i> .....	53

## **Zoznam obrázkov**

Obrázok 1: *Prejavy základných emócií v tvári + neutrálny výraz*.....32

## **Zoznam príloh**

Príloha I.: *Post-hoc analýza interakcie behavior\*actor (správanie\*herec)*

Príloha II.: *Deskriptíva*