

ODSJEK ZA PSIHOLOGIJU  
FILOZOFSKI FAKULTET

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

**Zrinka Katarina Stamać**

*PROVJERA TOČNOSTI STEREOTIPA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI*

DIPLOMSKI RAD

ZAGREB, 2003.

MENTOR: dr. sc. Željka Kamenov

|  |    |
|--|----|
| <b>UVOD</b> .....  | 5  |
| 1.1. FENOMEN FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI.....  | 5  |
| 1.1.1. TKO JE FIZIČKI ATRAKTIVAN?.....   | 6  |
| 1.1.2. MJERENJE FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI.....   | 7  |
| <b>1.2. OSNOVNE KARAKTERISTIKE FENOMENA UTJECAJA FIZIČKE</b><br><b>ATRAKTIVNOSTI</b> .....   | 10 |
| 1.2.1. PRISUTNOST FENOMENA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI TIJEKOM CIJELOG<br>ŽIVOTA.....              | 11 |
| 1.2.2. SUPTILNOST FENOMENA UTJECAJA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI.....                               | 11 |
| 1.2.3. PROCES SOCIJALIZACIJE.....  | 12 |
| <b>1.3. TEORIJE KOJE OBJAŠNJAVAJU FENOMEN UTJECAJA FIZIČKE</b><br><b>ATRAKTIVNOSTI</b> ..... | 13 |
| 1.3.1. IMPLICITNE TEORIJE LIČNOSTI.....  | 13 |
| <b>1.4. ISTRAŽIVANJA FENOMENA UTJECAJA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI</b> ...15                       |    |
| 1.4.1. JESU LI ATRAKTIVNE OSOBE PERCIPIRANE DRUGAČIJE OD<br>NEATRAKTIVNIH OSOBA?.....        | 18 |
| 1.4.2. IMAJU LI ATRAKTIVNE OSOBE RAZLIČITE KARAKTERISTIKE OD<br>NEATRAKTIVNIH OSOBA?.....    | 19 |
| <b>CILJ I PROBLEMI</b> .....   | 21 |
| <b>METODA RADA</b> .....   | 22 |
| <b>PRVI DIO ISPITIVANJA</b> .....  | 22 |
| 3.1.1. INSTRUMENTI.....  | 22 |
| Problemni test (A).....  | 22 |
| Rosenbergova skala samopoštovanja.....   | 23 |
| Skala društvenosti.....  | 24 |
| 3.1.2. ISPITANICI.....   | 24 |
| 3.1.3. POSTUPAK.....   | 25 |
| <b>DRUGI DIO ISPITIVANJA</b> .....   | 26 |
| INSTRUMENTI.....   | 26 |
| Procjena karakteristika osoba na fotografijama.....  | 26 |
| ISPITANICI.....  | 26 |

|   |           |
|---|-----------|
| POSTUPAK.....   | 27        |
| <b>REZULTATI I RASPRAVA.....</b>  | <b>28</b> |
| POVEZANOST FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI I PROCJENA OSOBINA<br>LJUDI.....   | 29        |
| POVEZANOST FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI I PROCJENA OSOBINA, AKO SE<br>KONTROLIRA FAKTOR SIMPATIČNOSTI.....   | 31        |
| POVEZANOST PROCIJENJENIH OSOBINA INTELIGENCIJA, DRUŠTVENOST I<br>SAMOPOŠTOVANJE I REALNIH REZULTATA ISPITANIKA<br>POSTIGNUTIH NA TESTU I UPITNICIMA.....                                  | 32        |
| POVEZANOST PROCIJENJENE FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI I STVARNIH<br>OSOBINA.....  | 34        |
| IZVORI PRISTRANOSTI I POGREŠKE.....   | 38        |
| ZAVRŠNO RAZMATRANJE.....  | 39        |
| <b>ZAKLJUČAK.....</b>   | <b>43</b> |
| <b>LITERATURA.....</b>  | <b>44</b> |
| <b>PRILOZI.....</b>   | <b>46</b> |
| PRILOG 1 – ROSENBERGOVA SKALA SAMOPOŠTOVANJA.....   | 47        |
| PRILOG 2 - SKALA DRUŠTVENOSTI.....  | 48        |
| PRILOG 3 – POZIV NA SUDJELOVANJE U ISTRAŽIVANJU.....  | 49        |
| PRILOG 4 – PROCJENA KARAKTERISTIKA OSOBA NA<br>FOTOGRAFIJAMA.....   | 50        |
| PRILOG 5 – UPUTA U DRUGOM DIJELU ISPITIVANJA.....   | 51        |
| Prilog 6 - Korelacije fizičke atraktivnosti i simpatičnosti i procjene ostalih osobina ovisno o<br>stupnju atraktivnosti i simpatičnosti (N=18).....                                      | 52        |
| PRILOG 7a – PARCIJALNE KORELACIJE FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI I PROCJENA<br>OSTALIH OSOBINA AKO SE IZUZME FAKTOR SIMPATIČNOSTI<br>OVISNO O STUPNJU ATRAKTIVNOSTI I SIMPATIČNOSTI<br>(N=18)..... | 53        |
| PRILOG 7b – PARCIJALNE KORELACIJE SIMPATIČNOSTI I PROCJENA OSTALIH<br>OSOBINA AKO SE IZUZME FAKTOR FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI<br>OVISNO O STUPNJU ATRAKTIVNOSTI I SIMPATIČNOSTI<br>(N=18)..... | 54        |

*PROVJERA TOČNOSTI STEREOTIPA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI*

**Sažetak:**

Ovo istraživanje je pokušaj empirijske provjere točnosti stereotipa fizičke atraktivnosti. Ispitivanje se sastojalo od dva dijela: u prvom dijelu su prikupljeni realni podaci o inteligenciji, društvenosti i samopoštovanju 36 studenata prve godine psihologije, te njihove fotografije, a u drugom dijelu je 529 srednjoškolaca procjenjivalo osobine tih osoba prikazanih na fotografijama, na 6 bipolarnih skala. Rezultati pokazuju da su simpatičnost i društvenost pozitivno povezane s fizičkom atraktivnosti; fizički atraktivnije osobe su procijenjene kao simpatičnije i društvenije. Kada se izuzme faktor simpatičnosti društvenost je i dalje značajno povezana sa atraktivnosti; povezanost je u istom smjeru. Osim toga ispitivali smo postoji li povezanost između realnih rezultata ispitanika i procjena koje su dobili od skupine procjenjivača. Značajna povezanost dobivena je za inteligenciju, ali ne i za društvenost i samopoštovanje. Procjene ovih osobina procjenjivane su za atraktivnije ispitanike, dok su njihovi realni rezultati bili neovisni o atraktivnosti. Slično je dobiveno i za simpatičnost, no u ovom se slučaju pokazalo da su realni rezultati na testu inteligencije simpatičnijih ispitanika viši. Iako su rezultati djelomično potvrdili pretpostavke, važni su jer smo približili situaciju realnim životnim situacijama.

**Ključne riječi:** stereotip fizičke atraktivnosti, simpatičnost, inteligencija, društvenost, samopoštovanje, procjene, rezultati na testovima.

## I. UVOD

### 1.5. FENOMEN FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI

U socijalnoj interakciji, uz spol, prva osobina koju primjećujemo je fizički izgled osobe. Fizički izgled ima izrazit utjecaj na stvaranje prvog dojma, pa je stoga tako važan (Patzner, 1985.).

Znanstvena istraživanja fenomena fizičke atraktivnosti započela su 60-tih godina. Mnoga od njih su pokazala da fizička atraktivnost igra značajnu, ali skrivenu ulogu u međuljudskim odnosima. Fizička atraktivnost utječe na percepciju i ponašanje prema nekoj osobi. Općenito, što je neka osoba atraktivnija, drugi ju pozitivnije percipiraju i pozitivnije se odnose prema njoj, a karakteristično je da će ona imati uspješniji osobni i profesionalni život (Patzner, 1985.). Ovaj fenomen naziva se fenomenom fizičke atraktivnosti.

Fenomen fizičke atraktivnosti pokriva opsežan pojam koji se slaže sa stereotipom fizičke atraktivnosti – “Što je lijepo, to je i dobro”. Ovaj stereotip je osnova dokazanoj činjenici da je atraktivnost povoljna za osobu.

Većina ljudi ne priznaje utjecaj ovog fenomena na njihove stavove i ponašanje. Te iste osobe u eksperimentalnoj situaciji u kojoj je prikriveno ispitivanje utjecaja fizičkog izgleda pokazuju suprotno ponašanje, tj. ovaj fenomen utječe na njihove stavove i ponašanje (Patzner, 1985.).

Za društvo, i općenito ljudsku rasu, razumijevanje utjecaja fizičke atraktivnosti je vrlo značajno. Charles Darwin je prvi ukazao na važnost istraživanja utjecaja fizičkog izgleda jer su njegova proučavanja pokazala da je fizička atraktivnost igrala značajnu ulogu kroz čitavu povijest ljudske rase (Darwin, 1952; prema Patzner, 1985.). Antropološki podaci ukazuju da su pozitivne osobine povezane s fizičkom atraktivnosti od početka povijesti.

Ipak, društvo veću važnost daje komunikaciji, a ljudi koji komuniciraju se u većini slučajeva mogu i vidjeti. Poznavanje fizičkog izgleda je vrlo važno jer je fizički izgled prvi i najočitiiji element uočen u gotovo svakoj komunikaciji. Dakle, fizička atraktivnost je jedna od glavnih komponenti uspješne komunikacije.

Nepriznavanje činjenice neće umanjiti značaj ove diskriminacije, već će povećati pristranost koja već postoji.

#### 1.1.1. TKO JE FIZIČKI ATRAKTIVAN?

Što čini ljude lijepima? Odgovor na to pitanje izbjegli su i znanstvenici i filozofi iako interes za to područje postoji već stoljećima. Donedavno, mnogi istraživači koji su se bavili efektima atraktivnosti, izbjegavali su istraživanja podražajnih dimenzija ljepote. Razlog tome je osjetljiva priroda problema i nekoliko dobro usvojenih standarda o ljepoti i preferencijama atraktivnosti (prema Langlois i sur., 1990). Tako se npr. pretpostavljalo da su standardi ljepote kulturološki određeni. Također, općenito se smatralo da je standard ljepote samo djelomično naučen u djece izložene medijima i kulturi u kojoj žive.

Međutim, međukulturalna istraživanja su pokazala da postoji velika međusobna povezanost u procjenama atraktivnosti (prema Langlois i sur., 1990). Osim toga, istraživanja na dojenčadi ukazuju da kad se djeci staroj 3 – 6 mj. pokažu slike odraslih osoba, koje su procijenjene kao atraktivne i neatraktivne, preferiraju atraktivna lica. Prema tome, čak i prije ikakvog izlaganja kulturalnim standardima ljepote, dojenčad pokazuje ponašanja koja u osnovi imaju njihovo procjenjivanje i preferenciju za atraktivna lica (prema Langlois i sur., 1990).

Određena istraživanja sugeriraju da je simetričnost i mladolikost lica to što ga čini atraktivnim (Cunningham i sur. 1995). Iako mladolikost ili osmjeh mogu lice učiniti atraktivnijim, ne čine ga nužno atraktivnim. Langlois i suradnici (1990) u svom su istraživanju ustanovili da je karakteristika nužna da se neko lice percipira kao atraktivno ta da je konfiguracija lica bliska prosjeku populacije. Ova hipoteza je nastala iz dviju teorija: Darwinove teorije prirodne selekcije i teorije prototipova proizašle iz kognitivne psihologije.

### **Teorija prirodne selekcije C. Darwina**

1800-tih Darwin je pronašao da nema jedinstvenog standarda ljepote među ljudima u različitim dijelovima svijeta (Darwin, 1952; prema Patzer, 1985). Smatrao je da će svaka rasa imati svoj idealni standard ljepote. Kasnije je Darwin zaključio da postoji veće slaganje o fizičkoj atraktivnosti među ljudima čak i različitih rasa.

Fizičke karakteristike koje se nalaze u prosjeku populacije trebale bi se preferirati i trebale bi opstati tijekom evolucije. Prosječne karakteristike populacije se preferiraju nad ekstremnim karakteristikama. Zbog tog razloga, osobe fizičkih karakteristika bližih prosjeku populacije trebale bi se preferirati u odnosu na osobe s ekstremnim karakteristikama.

### **Teorija prototipova**

Prototip je definiran kao centralna tendencija u populaciji. Veliki broj istraživanja je pokazao da su prototipovi uvijek preferirani nad neprototipovima. Prema tome, prototipna lica, koja se percipiraju kao poznati i najbolji primjeri svoje kategorije, trebala bi također biti preferirana.

Obje teorije smatraju da bi prosječna facijalna struktura trebala biti preferirana i da se te preferencije mogu javiti jako rano u životu.

Langlois i suradnici (1990) su u svojem istraživanju lica muških i ženskih studenata digitalizirali i matematički uprosječili na kompjuteru, te su ih potom dali na procjenu. Pokazalo se da postoji značajna razlika u procjeni atraktivnosti uprosječenih lica i individualnih lica koja su služila u uprosječivanju. Uprosječena lica procijenjena su kao atraktivnija. Ovdje ne govorimo o terminu prosječan kao osoba prosječnog izgleda, već prosječnost svake od crta lica. Kada su lice atraktivnog ženskog modela usporedili s licem nastalim uprosječivanjem 32 fotografije žena, crte lica su se gotovo preklapile (Langlois i sur., 1990).

Iz toga slijedi da je prosječnost osnovna i nužna karakteristika atraktivnog lica. Prosječnost nije jedina karakteristika lica, ali bez nje nijedno lice ne bi bilo atraktivno.

### **1.1.2. MJERENJE FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI**

Direktna veza između fizičke atraktivnosti i većine osobina možda ne postoji. Ali, ljudi znajući ili ne znajući, tvore jake pretpostavke o tim karakteristikama, zasnovane samo na informacijama proizašlim iz fizičkog izgleda osobe. Krajnji rezultat je prednost za one koji su fizički atraktivniji i nedostatak za one koji su fizički neatraktivniji. Razumijevanje utjecaja fizičke atraktivnosti važno je u svim međuljudskim odnosima. Međutim, fizička atraktivnost nije kvantitativna mjera.

Dakle, fizička atraktivnost nije podložna direktnom mjerenju. Postavlja se pitanje kako znanstvenici definiraju i manipuliraju varijablom fizičke atraktivnosti da bi mogli proučavati njezin efekt. Ne postoji jasan odgovor na pitanje tko je fizički atraktivan, no ipak postoji slaganje u procjenama ljudi. Zbog toga se znanstvenici za mjerenje fizičke atraktivnosti koriste metodom konsenzusa. Metoda konsenzusa se zasniva na pretpostavci da su procjene ljudi neizbježno subjektivne, ali da su zasnovane na geštalt principima percepcije

osoba. Dakle, nije bitno da li je determinanta atraktivnosti pojedina karakteristika lica ili cijelo lice, bitno je da su procjene ljudi zasnovane na cjelokupnom izgledu. Ako veliki broj sudaca neku osobu procijeni fizički atraktivnom, ta osoba se smatra reprezentativnom za taj stupanj fizičke atraktivnosti za potrebe istraživanja (Adams,1977; prema Patzer, 1985). Ova metoda je suprotna društvenom vjerovanju, tj. iako ljudi smatraju da je ljepota subjektivna, istraživanja su pokazala da se ljudi slažu u procjeni fizičke atraktivnosti osoba.

Iako je definicija fizičke atraktivnosti nejasna, znanstvenici su razvili pouzdan konstrukt koji se koristi pri proučavanju fenomena utjecaja fizičke atraktivnosti. Ljudi su sposobni razlikovati stupnjeve na kontinuumu fizičke atraktivnosti, a njihove procjene se slažu s procjenama drugih sudaca i konzistentne su u vremenu. Stoga se takve procjene mogu pouzdano koristiti kao mjera fizičke atraktivnosti osoba.

### **Postupak mjerenja**

Mjerenje fizičke atraktivnosti se provodi na dva moguća načina: metodom prisilne distribucije ili metodom slobodne procjene. Prema metodi prisilne distribucije osoba mora određeni broj slika staviti u unaprijed određene kategorije koje pokrivaju normalnu distribuciju. Ipak, u najvećem broju slučajeva koristi se metoda slobodne procjene, gdje suci procjenjuju osobe duž kontinuumu koji se proteže od ekstremno niske do ekstremno visoke fizičke atraktivnosti. Obično se koriste fotografije koje se prikazuju na dijaprojektoru ili se daju u ruke na procjenu. Procjenjivačima daju fotografije na promatranje nekoliko sekundi, nakon čega osobu treba procijeniti na skali Likertovog tipa koja obično sadrži 5 do 11 točki. Takve se procjene kasnije koriste kao intervalni podaci i služe za procjenu aritmetičke sredine i standardne devijacije za svaku osobu koja je bila procijenjena. Potom se izabiru fotografije odgovarajuće aritmetičke sredine i najmanje standardne devijacije kako bi predstavljale svoju kategoriju fizičke atraktivnosti. Parametrijskim statističkim metodama provjerava se da li se procjene osoba koje smo stavili u istu kategoriju značajno razlikuju. Bitno je napomenuti da se u većini istraživanja koristi samo jedna osoba kao predstavnik svoje kategorije (Patzner, 1985).

Iako se smatra da je procjena ljepote individualna, dobivena je značajna povezanost u procjenama atraktivnosti. Osim toga, pouzdanost procjena fizičke atraktivnosti je visoka ( $r = 0.70$ ), što ukazuje na zadovoljavajuću pouzdanost i upotrebljivost podataka kao mjere fizičke atraktivnosti. Procjene su konzistentne bez obzira na spol, dob, razinu obrazovanja,



geografsku lokaciju i socioekonomski status sudaca (Berscheid i sur.,1971; prema Patzer, 1985).

U istraživanjima fizičke atraktivnosti uglavnom se koristi eksperiment, kako bi se ustanovila uzročno-posljedična veza. Nekoliko je razloga zbog kojih je primjereno koristiti eksperiment:

- prijašnja istraživanja u području socijalne psihologije pokazala su da se ovakva metoda može koristiti bez da se ugrozi unutarnja ili vanjska valjanost
- eksperiment omogućava analizu interakcija između varijabli
- istraživanja ukazuju na uzročno-posljedičnu vezu između fizičke atraktivnosti i drugih varijabli
- ljudi nisu svjesni ili nisu spremni priznati utjecaj kojeg na njih ima fizički izgled, stoga nam eksperimentalni nacrt može poslužiti da se prikrije manipulacija varijablom fizičke atraktivnosti.

U istraživanju fizičke atraktivnosti postoje i nedostaci, iako su oni zanemarivi u usporedbi s prednostima i saznanjima dosadašnjih istraživanja. Jedan od glavnih problema je nedovoljno poznavanje samog konstrukta fizičke atraktivnosti. Međutim, metoda konsenzusa za sada predstavlja dobar alat za ispitivanje fenomena fizičke atraktivnosti (Patzer, 1985).

### **Samoprocjene nasuprot procjenama drugih ljudi**

Istraživanja su pokazala da procjene fizičke atraktivnosti ovise o stupnju poznavanja osobe. Procjenjivači se dijele u tri kategorije:

- osobe koje procjenjuju same sebe
- osobe koje procjenjuju poznanici (od bračnog partnera do poznanika)
- osobe čiju fizičku atraktivnost procjenjuju nepoznate osobe

Zato što ne postoji apsolutna mjera fizičke atraktivnosti procjene nepoznatih osoba logično su prava mjera. Pouzdano se može pretpostaviti da su procjene nepoznatih osoba objektivne i nepristrane. Ovu mjeru možemo koristiti kao standard s kojim se mogu usporediti ostale procjene. Korelacija dobivena usporedbom samoprocjena fizičke atraktivnosti i

procjena stranaca je vrlo niska ( $r=0.22$ ). Pokazalo se da su samoprocjene izrazito netočne u usporedbi s procjenama stranaca (Balban, 1981; prema Patzer, 1985). Netočnost samoprocjena najčešće je u smjeru precijenjenosti. Dakle, iako vlada mišljenje da ljudi podcjenjuju vlastiti izgled, istraživanja su pokazala da ljudi većinom precijenjuju svoj izgled. Precijenjenost je ovisila i o stupnju fizičke atraktivnosti. Procjene osoba koje su od strane drugih procijenjene kao fizički atraktivne bile su točnije od procjena manje atraktivnih osoba koje su bile precijenjene. I muškarci i žene koji su procijenjeni fizički atraktivnima nisu davali značajno veće samoprocjene od sudaca, dok su manje atraktivni i muškarci i žene davali značajno veće samoprocjene od onih koje su im davali suci. Muškarci su precijenjivali svoj izgled više od žena u usporedbi sa procjenama stranaca. Ovaj podatak suprotan je pretpostavci da žene više precijenjuju svoj izgled od muškaraca. Objašnjenje ovih rezultata je da žene dobivaju više povratnih informacija o svojem izgledu, pa svoje mišljenje uspoređuju s tuđim i tako ga ispravljaju (Balban, 1981; prema Patzer, 1985).

Kad se uspoređuju i procjene poznanika, pokazalo se da je redoslijed od najveće do najmanje procjene: procjena bračnog partnera, samoprocjena, procjena stranaca. Ovi podaci nisu u skladu s prihvaćenim mišljenjem da ljudi sebe vide onakvima kakvi jesu ili ružnije (Putzer, 1985).

## **1.2. OSNOVNE KARAKTERISTIKE FENOMENA UTJECAJA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI**

Osnovne karakteristike fenomena utjecaja fizičke atraktivnosti uključuju: prisutnost tijekom cijelog života, suptilnost i proces socijalizacije (Putzer, 1985). Temeljno načelo ovog fenomena je stereotip kojeg je Dion (1972) izrazila rečenicom: “Što je lijepo, to je i dobro”. Istraživanja su pokazala da su osobe veće fizičke atraktivnosti percipirane kao socijalno poželjnije, da žive bolje živote i da imaju sretnije brakove i bolja zaposlenja od osoba manje fizičke atraktivnosti (Dion i sur. 1972). Generalno, smatra se da imaju zanimljiviji i atraktivniji život.

Pokazalo se da je fenomen utjecaja fizičke atraktivnosti prisutan i kod muškaraca i kod žena. S povećanjem fizičke atraktivnosti i kod muškaraca i kod žena povećava se njihova socijalna poželjnost.

### **1.2.1. PRISUTNOST FENOMENA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI TIJEKOM CIJELOG ŽIVOTA**

Mnoga istraživanja su pokazala da se ovaj fenomen pojavljuje u različitim situacijama i dobnim skupinama. Većina istraživanja provedena je na mlađim osobama, ali veliki se broj bavio i ostalim dobnim skupinama. Time je pokazano da je fenomen fizičke atraktivnosti prisutan tijekom cijelog života (Dushenko i sur., 1978; prema Patzer, 1985).

Pokazalo se da novorođenčad dobiva različiti tretman ovisno o fizičkoj atraktivnosti. Čak i mlađa djeca procjenjuju ljepšu djecu kao društveniju od ružnije (Dion, 1972).

Što se tiče školske dobi pokazalo se da se ljepšu djecu procjenjuje kao sposobniju u školskim zadacima, bolju u socijalnim odnosima i bolje prilagođenu. Roditelji od atraktivnije djece očekuju da budu popularnija, društveno uspješnija i da se bolje ponašaju (Adams i LaVoie, 1974; prema Patzer, 1985).

Ovaj efekt se nastavlja i nakon djetinjstva. Fizički atraktivne osobe srednjih godina procjenjuju se kao iskrenije, društvenije, većeg samopoštovanja i većeg profesionalnog statusa (Adams i Huston, 1975; prema Patzer, 1985).

U kontaktu s nekom osobom prva i najizraženija karakteristika koju primjećujemo je njezin fizički izgled. Ni jedna druga čovjekova karakteristika nije tako očita, osim spola i rase. Fizički izgled je jaka neverbalna poruka i pridonosi stvaranju prvog dojma. Ova karakteristika ostavlja svoj utjecaj i nakon prvog dojma i u dugoročnim odnosima. Informacije o nečijoj inteligenciji, kompetentnosti, obrazovanju i bogatstvu su od većeg značenja od fizičkog izgleda, ali nisu nam odmah dostupne. No i kad su nam poznate ove informacije su pod utjecajem prvog dojma stvorenog na temelju fizičkog izgleda (Patzner, 1985).

### **1.2.2. SUPTILNOST FENOMENA UTJECAJA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI**

Suptilnost fenomena utjecaja fizičke atraktivnosti je njegova uznemirujuća karakteristika. Dovoljno je samo uzeti u obzir staru izreku da djela govore više od riječi. Ljudi neprestano izjavljuju da fizički izgled neke osobe nema nikakvog utjecaja na njih, njihove prosudbe i njihovo ponašanje. Međutim, eksperimentalna istraživanja pokazuju da prosječna osoba jako podcjenjuje utjecaj kojeg fizička atraktivnost ima na nju. Bez obzira da li je ta

suptilnost rezultat obrane, ambivalencije ili neznanja, njeno postojanje je dobro dokumentirano (Patzner, 1985).

Na globalnoj razini moguće je primijetiti da su ljudi opsjednuti ljepotom. Velika količina vremena, novaca i truda utrošena je na uljepšavanje, kozmetiku, plastične operacije. Iako su troškovi uljepšavanja tako veliki, mi odbijamo priznati da je fizička ljepota važna. Na individualnoj razini kontradikcija je isto tako očita. Studenti od kojih je otvoreno traženo da navedu koje su im osobine bitne kod osobe s kojom će izaći, fizički izgled su naveli pri kraju. Međutim, eksperimentalna istraživanja pokazala su da je fizička atraktivnost karakteristika koja je dominirala u izboru partnera. Ta karakteristika je dominirala i nad inteligencijom, socijalnim vještinama i karakterom partnera čak i nakon prvog kontakta (Walster i sur., 1966; prema Patzner, 1985).

### **1.2.3. PROCES SOCIJALIZACIJE**

Diskriminacija po atraktivnosti u velikom broju slučajeva nadjačava diskriminaciju po spolu, rasi ili vjeri. Bez obzira na kontekst i na dob, društvo teži vidjeti fizički atraktivnije ljude kao bolje od neatraktivnih. Ovaj implicitni stereotip stvorio je ozbiljne implikacije u zapošljavanju, pružanju pomoći, odabiru partnera, odabiru političara, pa čak i u razvoju ličnosti (Patzner, 1985).

Posljedica toga je različito odnošenje tijekom cijelog života prema ljudima različitog fizičkog izgleda. Glavna razlika u diskriminaciji po spolu i rasi i diskriminaciji po fizičkom izgledu je da su po spolu i rasi zakonom zabranjene dok po fizičkom izgledu nije. A glavna sličnost je što sve tri diskriminacije započinju u djetinjstvu (Patzner, 1985). Djeca su od rođenja upoznata s realnošću različite fizičke atraktivnosti. Novorođenčad koja je procijenjena kao fizički atraktivnija dobiva više osmjeha, dodira i pažnje (Langlois i sur., 2000). Ovo rano iskustvo usađuje diskriminaciju po fizičkom izgledu. To je također početak procesa socijalizacije u kojem se usvaja i razvija fenomen utjecaja fizičke atraktivnosti.

Najnevinije bajke sadrže priču o zloj vješnici ili maćehi koje su ružne i dobrim princezama koje su lijepe. Od samog početka učimo djecu da je ružno grijeh, a da je lijepo vrlina i da ružno pače želi postati lijepi labud. Tijekom djetinjstva dijete prima uvijek iste društvene poruke eksplicitno i implicitno kroz knjige, filmove, televiziju i reklame. Takva iskustva prenositi će se kroz socijalizaciju i kroz ljudski životni ciklus, prenošena i sankcionirana iz generacije u generaciju.

Ovo ukazuje na suprotnosti vezane uz fenomen utjecaja fizičke atraktivnosti koje su najočitije kad se ponašanje uspoređi sa riječima.

### **1.3. TEORIJE KOJE OBJAŠNJAVAJU FENOMEN UTJECAJA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI**

Psiholozi se ovim područjem bave već 40 godina, no i dalje nedostaje teorija koja objašnjava sve efekte koji se javljaju kod fenomena fizičke atraktivnosti. Također, veliki broj istraživanja proveden je bez teorijske podloge. U području romantičnih odnosa teorija odabira partnera (mating selection) unutar evolucijske teorije prilično dobro objašnjava različite kriterije pri odabiru partnera kod muškaraca i kod žena. Međutim, većina osoba s kojima dolazimo u kontakt nisu potencijalni partneri, a i fenomen fizičke atraktivnosti pokazao se i izvan konteksta odabira partnera.

Osim ove teorije u sklopu evolucijske teorije postoje još dvije teorije: teorija dobrih gena i teorija različitog roditeljskog uloga. Ove evolucijske teorije ne objašnjavaju sve efekte fizičke atraktivnosti. Uz pomoć teorije socijalizacije/socijalnog očekivanja pokušava se objasniti ovaj fenomen kroz utjecaj društva i društvenih normi. Sama činjenica da postoji slaganje u međukulturalnim istraživanjima dovoljna je da sruši pokušaje ove teorije da objasni efekte fizičke atraktivnosti.

Postoji više teorija koje su pokušale objasniti zbog čega je utjecaj fizičkog izgleda tako velik, ali ni jedna nije pokrila sve efekte pronađene istraživanjima. Osim toga, niti jedna teorija nije nastala isključivo kao pokušaj objašnjenja fenomena fizičke atraktivnosti, te postoji potreba za teorijom koja bi u obzir uzela sve sada pronađene efekte. Efekti pronađeni u najvećem broju istraživanja pokušali su se objasniti konstruktom implicitnih teorija ličnosti – načinom na koji ljudi percipiraju druge osobe.

#### **1.3.1. IMPLICITNE TEORIJE LIČNOSTI**

*Implicitne teorije ličnosti* je naziv koji su neki psiholozi dali laičkim shvaćanjima pri prosuđivanju ličnosti drugih ljudi (Petz,1992). Prema tim shvaćanjima neke karakteristike ličnosti “idu zajedno” ili su povezane s čovjekovim izgledom, spolom i sl. Pretpostavlja se da

ljudi donose zaključke o osobinama drugih ljudi s obzirom na nekoliko centralnih karakteristika.

Burner i Taguiri (1954) su uveli termin “jednostavna, implicitna teorija ličnosti” da bi opisali mogućnost da promatrači pretpostave odnose među ljudskim osobinama (Schneider, 1973). Ti zaključci dovode do socijalnih stereotipa, koji dalje utječu na stvaranje “prototipova” ljudi, odnosno socijalnih stereotipa koji se odnose na pojedince (Schneider, 1973). Ljudi često donose zaključke na osnovi malog broja informacija. Pozitivne karakteristike dovode do zaključaka o ostalim pozitivnim karakteristikama, a negativne karakteristike za sobom donose zaključke o negativnim karakteristikama. Ovaj efekt ukazuje na značajnost prvog dojma na daljnje stavove o nekoj osobi, a jedna od prvih karakteristika koju primijetimo kod neke osobe je njen fizički izgled.

Implicitne teorije ličnosti su hipotetičke kognitivne strukture čije su primarne komponente karakteristike ličnosti i stupnjevi do kojih te karakteristike kovariraju (Schneider, 1973). Povezanost takvih teorija i stereotipa o grupnom članstvu očita je kada gledamo na grupno članstvo kao jednu od osobnih karakteristika koju povezujemo s ostalim osobinama pojedinca u takvoj implicitnoj teoriji. Tako npr. ako upoznamo nekog Škota smatrat ćemo da je škrt iako možda nismo imali priliku kod te konkretne osobe vidjeti tu karakteristiku, zbog toga što postoji stereotip da su svi Škoti škrti. Ashmore i Del Boca (1979) definiraju stereotipe kao organizirani skup zaključenih povezanosti između socijalnih kategorija i osobnih karakteristika. Koristeći pristup implicitnih teorija ličnosti ustanovili su povezanost između socijalnih kategorija muških i ženskih i različitih dimenzija percepcije ličnosti. U svom su istraživanju pokazali da ljudi uz muškarce vežu pozitivne intelektualne karakteristike kao analitičnost i negativne socijalne kao krutost, dok se žene povezuju s negativnim intelektualnim karakteristikama kao naivnost i pozitivnim socijalnim kao spremnost na pomoć.

Rosenberg i suradnici (Pennington, 1997) procjenjivali su stupanj povezanosti između percipiranih osobina ljudi. Pokazuje se da osobine padaju u dvije dimenzije: dobro/loše intelektualan i dobro/loše društven. Poznavanje gdje neka od osobina leži na ove dvije dimenzije omogućuje izvođenje predviđanja. Na primjer, ako je neka osoba površna (loše intelektualna i loše društvena), mogli bi predvidjeti da će biti percipirana kao priglupa, isprazna i neodgovorna (loše intelektualna) i tašta, dosadna i nepoštena (loše društvena).

Na ovaj način može se promatrati i stereotip o fizičkoj atraktivnosti proučavajući koje osobne karakteristike ljudi povezuju s fizičkom atraktivnošću. U početku istraživanja smatralo se da se uz atraktivne ljude vežu samo pozitivne osobine. Međutim, ako se odrede različite

dimenzije na kojima se osobe procjenjuju mogu se dobiti značajne razlike. Jedna značajna razlika dobila se kod procjene socijalne i intelektualne kompetentnosti. Atraktivni su procijenjeni kao socijalno kompetentniji, ali ne i intelektualno (Eagly i sur, 1991).

Iz toga možemo zaključiti da je fizička atraktivnost možda jače povezana s određenim dimenzijama implicitne teorije ličnosti.

### **Izvor stereotipa fizičke atraktivnosti**

Shvatiti kako je procjenjivanje ljudi mentalno povezano s fizičkom atraktivnošću, znači uzeti u obzir kako ljudi uče svoje implicitne teorije o ličnosti uključujući i vjerovanja što je povezano s dobrim izgledom. Najznačajnija su dva tipa ulaznih informacija:

- direktno promatranje atraktivnih i neatraktivnih ljudi u socijalnom okruženju
- izlaganje kulturnoj prezentaciji atraktivnih i neatraktivnih ljudi.

S obzirom na direktno promatranje, osobe primjećuju da ljudi koji bolje izgledaju dobivaju pozitivniju reakciju od drugih ljudi; npr. atraktivni ljudi su popularniji u društvu i prema njima se bolje odnose (Langlois i sur., 2000). Tako ljudi mogu zaključiti da su te pozitivne reakcije uzrokovane ne samo lijepim izgledom, nego i ostalim pozitivnim aspektima ličnosti i ponašanja. Atraktivnu osobu okruženu velikim društvom ljudi mogu smatrati odmah zanimljivom i pametnom, a ne razmišljaju o tome da je možda okružena tolikim ljudima samo zato što je atraktivna.

U reklamama atraktivni modeli se nalaze u pozitivnom okruženju (u veselom društvu i u centru pažnje) i s vrijednim stvarima (skupi auti, skupa odjeća). Iako mediji predstavljaju atraktivne ljude kao uspješne u svojoj karijeri, ne zna se koliko je fizička atraktivnost povezana s intelektualnom kompetentnošću.

## **1.4. ISTRAŽIVANJA FENOMENA UTJECAJA FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI**

Većina istraživanja u ovom području, međusobno se razlikuju u metodologiji i hipotezama od kojih polaze. No, većina ih je pokušala odgovoriti na jedno od tri pitanja:

- a) Jesu li atraktivne osobe percipirane drugačije od neatraktivnih osoba?
- b) Postupa li se prema atraktivnim osobama drugačije nego prema neatraktivnim osobama?

- c) Imaju li atraktivne osobe različite karakteristike (osobine ličnosti, vještine, tendencije ponašanja) od neatraktivnih osoba? (Patzner, 1985).

Prvi problem odnosi se na stereotipe stvorene na temelju fizičkog izgleda. Drugo područje, koje se bavi različitim ponašanjima prema osobama različite fizičke privlačnosti, proučava diskriminaciju na temelju izgleda, fenomen koji ovisi i o drugim faktorima uz stereotip fizičke privlačnosti (socijalna uloga, interakcija moći). Treći tip istraživanja usmjeren je na karakteristike atraktivnih i neatraktivnih osoba mjerene testovima ličnosti, samoiskazima ponašanja i promatranjem ponašanja.

Na ova tri pitanja narod već ima odgovore u obliku mudrih izreka koje se prenose iz generacije u generaciju. Tek nedavno je znanost pokušala odgovoriti na ta pitanja. Langlois i suradnici (2000) provjerili su istinitost tri najviše spominjane izreke vezane uz fizički izgled:

1. “Ljepota je u očima promatrača”

Ova popularna poslovice odnosi se na jedinstvo fizičke atraktivnosti. Prema ovoj poslovice različiti ljudi imaju različito mišljenje o tome što je lijepo i ne slažu se u tome tko je lijep, a tko nije. Za ovu se izreku smatralo da je točna, pogotovo kad se govori o različitim kulturama. Smatralo se da različite kulture imaju različite standarde ljepote. Istinitost ove izreke od velikog je značaja jer bez slaganja procjenjivača o tome tko je lijep, a tko nije, ne mogu se provoditi istraživanja efekta fizičke atraktivnosti na percepciju, interakciju i ponašanje. Glavna mjera fizičke atraktivnosti niječe ovu popularnu izreku. U meta-analizi (Langlois i sur., 2000) dobivena je prosječna pouzdanost od  $r = 0,88$  za međuetničko slaganje u procjeni fizičke atraktivnosti. Međukulturalna povezanost je bila još veća i iznosila je  $r = 0,94$ . Obje povezanosti statistički su značajne ( $p < 0,05$ ). Dakle, ovi rezultati pokazuju da izreka “Ljepota je u očima promatrača” nije točna. Procjenjivači se slažu u svojim procjenama, kako odrasli tako i djeca. Ovi podaci dovode u pitanje pretpostavku da je viđenje ljepote kulturno određeno i da predstavlja samo medijima nametnute standarde.

2. “Ne sudi knjigu po koricama”

Ova izreka poziva ljude da zanemare vanjski izgled i da sude na temelju sadržaja. Postavlja se pitanje da li se ljudi vode po toj izreci ili je to samo ideal? Ako se ljudi ponašaju u skladu s izrekom, ne bi se našao nikakav značajan efekt fizičke atraktivnosti na prosudbu i



ponašanje prema nekoj osobi. Atraktivnost ne bi trebala utjecati na interakciju ljudi koji se već poznaju jer imaju više informacija od same atraktivnosti na temelju kojih mogu stvarati mišljenje o nekoj osobi. Ipak, veliki broj istraživanja pokazao je efekt kojeg fizički izgled ima na stvaranje dojma o nekoj osobi i to samo na osnovi fotografije (Eagly i sur., 1991). Osim toga, rađena su i istraživanja u kojima se proučavao utjecaj atraktivnosti u stvarnoj interakciji, a ne samo na temelju fotografije. Takva su istraživanja također pokazala veliki efekt fizičke atraktivnosti. U meta-analizi (Langlois i sur., 2000) dobiven je podatak da je 75% atraktivne djece, u usporedbi s 25% neatraktivne djece procijenjeno iznad prosjeka u svim ponuđenim kategorijama. To nam govori da ljudi ipak sude po koricama, čak i kad imaju druge podatke na temelju kojih mogu suditi. Ovaj efekt ide puno dalje od same procjene. U istoj meta-analizi pokazalo se da se atraktivnije osobe u prosjeku tretiraju značajno bolje od neatraktivnih osoba. Iako ljudi možda toga nisu svjesni, efekti atraktivnosti ne ograničavaju se samo na stvaranje mišljenja nego i na ponašanje prema nekoj osobi. Efekti atraktivnosti bili su iste jačine i kod osoba koje se jako dugo poznaju.

Istraživanja su konzistentno pokazala da se ljudi ne ponašaju u skladu sa ovom poslovicom. Temeljeno jedino na fizičkom izgledu ljudi stvaraju opsežna mišljenja o promatranoj osobi. Osim toga ljudi upućuju razne neverbalne poruke u obliku pozitivnih ili negativnih reakcija, npr. smiješak, gesta, pogled ili pokret glavom. Tim reakcijama izražava se društveno (ne)prihvatanje osobe ili ponašanja (Patzner, 1985).

### 3. "Ljepota je površna"

Ova izreka govori da nema povezanosti vanjskog izgleda i ponašanja i ličnosti osobe. Rezultati istraživanja su pokazali da atraktivnija djeca posjeduju više pozitivnih karakteristika, popularnija su, bolje su prilagođena i osjećaju se kompetentnija u intelektualnim zadacima (Langlois i sur., 2000). Kod odraslih je dobiveno da atraktivnije osobe doživljavaju više uspjeha u poslu, popularnije su, imaju više seksualnih iskustava i boljeg su fizičkog zdravlja (Langlois i sur., 2000).

Ovi rezultati pokazuju da su ove tri izreke mitovi, a ne stvarnost, tj. da ljepota nije samo u očima promatrača, ljudi prosuđuju (i ponašaju se) na temelju fizičke atraktivnosti i ljepota nije površna.

#### **1.4.1. JESU LI ATRAKTIVNE OSOBE PERCIPIRANE DRUGAČIJE OD NEATRAKTIVNIH OSOBA?**

Meta-analiza Eagly-a i suradnika (1991) pruža nam najbolji pregled istraživanja u ovom području. Obradili su samo istraživanja u kojima ispitanici nisu imali nikakvu informaciju o osobi osim fizičkog izgleda da bi utvrdili u kojoj mjeri ljudi zaključuju o osobinama ličnosti na temelju fizičkog izgleda. Zavisne varijable svrstali su u 6 kategorija: Socijalna kompetencija (popularan, društven, sklon zabavi), intelektualna kompetencija (inteligentan, znanstven, racionalan, domišljat), integritet (čast, poštenje, vjernost, iskrenost), briga za druge (osjećajan, empatičan, skroman, velikodušan), prilagodba (sreća, prilagođenost, zrelost, samopoštovanje, zdravlje), potentnost (snaga, moć, dominantnost, asertivnost). Smatralo se da je ovaj fenomen izraženiji, tj. da atraktivnost osobe navodi ljude na zaključak o dobroti promatrane osobe. Međutim, autori ove meta-analize pronašli su i neke iznimke. Pokazalo se da stereotip fizičke atraktivnosti nije tako jak i općenit kako pretpostavlja izreka "Što je lijepo, to je i dobro". Pokazalo se da ispitanici atraktivnijim osobama pripisuju poželjnije osobine ličnosti i predviđaju više uspjeha u društvenom i profesionalnom životu u odnosu na neatraktivne osobe. Ipak, prosječna veličina ovog efekta je umjerena i varira od istraživanja do istraživanja. Ovaj stereotip je najizraženiji na dimenzijama socijalne kompetencije i ekstraverzije, umjeren je za intelektualnu kompetenciju i prilagodbu, a vrlo mali na dimenzijama briga za druge i integritet. Osim toga, pokazalo se da se stereotip fizičke atraktivnosti vrlo često veže uz egocentričnost, što je negativna osobina.

Osim toga, snaga stereotipa varira ovisno o informacijama koje imamo o osobi. U realnim životnim situacijama imamo puno informacija o osobi, pa je izgled puno manje bitan. Tako kad percipiramo prijatelje, poznanike, članove obitelji i kolege fizički izgled nije tako bitan kao kad percipiramo nepoznate osobe. Nadalje, nije se pokazala razlika u percepciji muških i ženskih osoba.

Ranija istraživanja pokazala su da ljudi fizički atraktivnije osobe percipiraju kao osobe sa socijalno poželjnijim karakteristikama nego neatraktivne osobe. Pretpostavlja se da će porotnici svoje mišljenje o optuženicima zasnivati na halo efektu izvedenom iz fizičke atraktivnosti i da će njihove presude biti u korist fizički atraktivnih (Feingold i Mazzella, 1998). Meta-analiza Eagly-ja i suradnika (1991) pokazuje da procjenjivači fizički atraktivnima ne pripisuju bolji karakter i pouzdanost (osobinu najvažniju u percepciji optuženika) nego neatraktivnima. Nalazi koji pokazuju da su atraktivni optuženici tretirani puno blaže od neatraktivnih za mnoge tipove zločina mogu se objasniti uzajamnim odnosom

tri varijable: fizičkom atraktivnošću, simpatičnosti i prosudbama optuženika. Ako fizička atraktivnost utječe na simpatičnost optuženika i simpatičnost utječe na postupanje prema optuženicima, onda je efekt atraktivnosti na procjene barem djelomično posredovan simpatičnošću (Feingold i Mazzella, 1994). Dakle, postavlja se pitanje kakav je efekt atraktivnosti na procjene ako se parcijalizira simpatičnost.

#### **1.4.2. IMAJU LI ATRAKTIVNE OSOBE RAZLIČITE KARAKTERISTIKE OD NEATRAKTIVNIH OSOBA?**

Jesu li ljudi različitog stupnja atraktivnosti stvarno različiti ili su samo različito percipirani pa se različito odnosimo prema njima?

Moguće je da povezanost između unutarnjih karakteristika i izgleda postoji zbog toga što određene crte ličnosti utječu na izgled (Dion i sur., 1972). Tako npr. mirne, opuštene osobe mogu imati manje bora nego napete osobe. Osim toga kulturalni stereotipi o vrstama ličnosti koje se povezuju uz lijepe i ružne osobe mogu oblikovati ličnosti tih pojedinaca. Mnogi su uočili da se pojam o sebi razvija na osnovu mišljenja drugih. Prema tome, ako se neku fizički atraktivnu osobu stalno tretira kao osobu punu vrlina, ona može takvom i postati.

Nalazi ovog tipa istraživanja najčešće se interpretiraju proročanstvom koje samo sebe ispunjava i znom istine.

#### **Proročanstvo koje samo sebe ispunjava**

Ovaj izraz označava činjenicu da se dosta često događa da se ostvare očekivanja ili predviđanja nekog pojedinca ili skupine, zato što su ponašanja ili način života i rada tog čovjeka ili skupine stvorili uvjete da do takvog ishoda dođe (Petz, 1992). Mnogi faktori mogu podržati naše stereotipno mišljenje i spriječiti nas u ispravljanju pogrešnog prvog dojma kojeg smo stekli o nekoj osobi. Prvi i najznačajniji faktor je da socijalni stereotipi mogu utjecati na procesiranje informacija na način da opravdaju i učvrste stereotip. Dajemo preveliki značaj informacijama koje potvrđuju naše stereotipno mišljenje zato što se takve informacije lakše opaze, pamte i lakše ih se dosjetimo (Mayers, 1993).

Osobe od kojih očekujemo da će postići više, s vremenom će više i postizati. To se može objasniti djelovanjem na motivaciju osobe ili pružanjem pomoći u svladavanju nekog cilja. Primjer za to su učenici od kojih nastavnici očekuju da postignu više. Takve učenike će

nastavnici više motivirati i posvećivat će im više pažnje, više će s njima raditi. To sve dovodi do boljeg uspjeha učenika.

Različita količina kontakata koje imamo s atraktivnim i neatraktivnim osobama doprinosi učvršćivanju stereotipa jer smanjuju vjerojatnost da ćemo ustanoviti da li se te osobe uistinu razlikuju u karakteristikama koje stereotipiziramo.

### **Zrno istine**

Postoji i pokušaj objašnjenja povezanosti fizičke atraktivnosti i uspjeha u životu na način da tu postoji zrno istine, tj. da je fizički izgled povezan i s nekim drugim karakteristikama koje dovode do uspjeha. Na primjer, fizička atraktivnost je možda povezana s inteligencijom ili nekim drugim karakteristikama koje dovode do boljeg uspjeha. Moguće je da su atraktivniji pojedinci genetički obdareni većim mogućnostima, ili da je njihova okolina u prošlosti na njih djelovala na način da su razvili veće intelektualne sposobnosti.

Dosadašnja istraživanja su pokazala da postoji povezanost fizičke atraktivnosti i procjena osobina, te da postoji povezanost između realnih osobina i procjena tih osobina na temelju fotografija. Međutim, većina istraživanja je provedena na ekstremima. Nas je interesiralo postoji li ta povezanost ako se koriste fotografije svih ispitanika koji pokrivaju cijelu skalu fizičke atraktivnosti, tj. svi ispitanici, a ne samo ekstremno atraktivni i neatraktivni. Time bismo situaciju približili realnim životnim situacijama u kojima se ne pojavljuju samo ekstremno atraktivni i neatraktivni ljudi.

## II. CILJ I PROBLEMI

Ovim istraživanjem željeli smo provjeriti postoji li povezanost između procijenjene fizičke atraktivnosti osoba, procijenjenih osobina (samopoštovanja, simpatičnosti, društvenosti, uspjeha i inteligencije) i stvarnih osobina (samopoštovanja, društvenosti i inteligencije):

*1. Ispitati postoji li povezanost između procijenjene fizičke atraktivnosti i procijenjenih osobina.*

Pretpostavljamo da će ispitanici, osobama koje smatraju fizički atraktivnijima, pripisivati bolje osobine. Dakle, da će smatrati da su atraktivnije osobe inteligentnije, simpatičnije, društvenije, uspješnije i višeg samopoštovanja, nego neatraktivnije osobe.

*2. Ispitati postoji li povezanost između procijenjene fizičke atraktivnosti i procijenjenih osobina, ako se kontrolira faktor simpatičnosti.*

Pretpostavka je da ako kontroliramo faktor simpatičnosti nećemo pronaći povezanost između procijenjene fizičke atraktivnosti i ostalih osobina koje ispituujemo.

*3. Ispitati postoji li povezanost između procijenjenih osobina inteligencija, društvenost i samopoštovanje i realnih rezultata ispitanika postignutih na testu i upitnicima.*

Pretpostavka je da postoji povezanost između procijenjenih osobina ispitanika i rezultata koje su postigli na testu i upitnicima.

*4. Ispitati postoji li povezanost između procijenjene fizičke atraktivnosti i stvarnih osobina postignutih na testovima i upitnicima.*

Pretpostavka je da nema povezanosti između procjena fizičke atraktivnosti i stvarnih osobina ispitanika.

### **III. METODA RADA**

Cilj ovog istraživanja bila je empirijska provjera točnosti stereotipa fizičke atraktivnosti. S obzirom na postavljene probleme, bili su nam potrebni realni rezultati ispitanika na testu inteligencije i skalama društvenosti i samopoštovanja i njihove fotografije, te procjene drugih ispitanika o osobinama osoba prikazanih na fotografijama. Zbog toga se naše istraživanje sastojalo od dva dijela: prvi dio se odnosio na prikupljanje realnih rezultata i fotografiranje ispitanika, a drugi na procjene osobina. Dakle, bile su nam potrebne i dvije skupine ispitanika: ispitanici koji su ispunjavali test i skale i koje smo fotografirali, a drugu skupinu čine procjenjivači.

#### **3.1. Prvi dio ispitivanja**

##### **3.1.1. Instrumenti**

Ukratko ćemo opisati instrumente korištene u ovom predispitivanju:

##### **3.1.1.1. Problemni test (A)**

Za određivanje općih intelektualnih sposobnosti osoba koristili smo Problemni test (A) (Z. Bujas, S. Szabo i V. Kolesarić, 1981; prema Sobota, 1998) od 70 zadataka koji su većinom sastavljeni od verbalnih elemenata, a manji broj se temelji na grafičkim i numeričkim znakovima.

Test je konstruiran s namjerom ispitivanja osjetljivosti za probleme. Prema riječima autora testa, premda je osjetljivost za probleme važna komponenta složene intelektualne sposobnosti koju zovemo inteligencijom, dosadašnji testovi inteligencije ne samo da je ne uzimaju za predmet mjerenja, nego opširnom uputom, primjerima, a katkad i prethodnim uvježbavanjem, nastoje u cijelosti isključiti djelovanje te komponente na rezultate. U Problemnom testu zadatak je ispitanika da sam otkrije problem, a ako to uspije, onda zbog jednostavnosti problema nije više poteškoća riješiti otkriveni problem. Da bi se ovaj princip postigao, uputa koja se daje ispitaniku prije rješavanja zadataka sadrži samo opće informacije, bez detalja o tome kako treba postupiti pri rješavanju pojedinog zadatka. Zbog raznolikosti

zadataka neznatna je mogućnost da ispitanik, pošto je riješio jedan zadatak, po istom principu riješi još nekoliko zadataka.

Test se primjenjuje individualno ili grupno, a ispitanici svoje odgovore upisuju u testovnu knjižicu sa zadacima. Vrijeme rada ograničeno je na 45 minuta, a s obzirom da je uputa kratka, čitava primjena traje oko 50 minuta.

Koncepcija postupka standardizacije postavljena je u dogovoru s autorima testa. Cilj standardizacije bio je dobivanje normi za primjenu Problemnog testa na populaciji učenika završnih razreda srednjih škola u Republici Hrvatskoj. Tako aritmetička sredina ovog testa primijenjenog na populaciji učenika iznosi 34,26 (=12,04), dok na populaciji učenika dobivamo aritmetičku sredinu 35,90 (=12,21). Pokazalo se da postoji statistički značajna razlika između ove dvije skupine ispitanika ( $F=25,77$ ,  $p<0,01$ ).

### **3.1.1.2. Rosenbergova skala samopoštovanja**

U pokušaju operacionaliziranja samopoštovanja, sukladno svojim teorijskim postavkama te shvaćanjima Jamesa i Coleya da pojedinac posjeduje opći osjećaj samovrijednosti koji nadilazi samoevaluacije u specifičnim područjima života, Rosenberg je 1965. godine konstruirao Skalu samopoštovanja (Prilog 1; Rosenberg Self - Esteem Scale - RSE). Pretpostavio je postojanje globalnog samopoštovanja, odnosno onog što pojedinac misli o sebi kao o ličnosti, koje je sastavljeno od povezanih aspekata samopoimanja (prema Lacković-Grgin, 1994).

Skala sadrži deset tvrdnji, pet definiranih u pozitivnom smjeru, a pet u negativnom.

U originalu, Rosenbergova je skala konstruirana pomoću Guttmanove metode skaliranja. No, nakon Crandallove adaptacije počela se koristiti kao skala Likertova tipa sa četiri ili pet stupnjeva (Lacković-Grgin, 1994).

RSE godinama je upotrebljavana u istraživanjima i tretirana je kao jednodimenzionalna skala koja pouzdano mjeri globalno samopoštovanje. Nakon faktorske analize skale, 1980-ih godina, nekolicina je autora ustanovila da se na različitim uzorcima ne dobivaju uvijek jednofaktorska rješenja, već dvofaktorska pa čak i trofaktorska.

Potaknut tim nalazima, Goldsmith (prema Bezinović, 1988; Lacković-Grgin, 1994) 1986. godine provodi konfirmatorne faktorske analize i nalazi da je Rosenbergova skala samopoštovanja jednodimenzionalna samo na nekim populacijama. Višedimenzionalna rješenja dobivaju se ukoliko u populaciji dob ispitanika značajno varira. Isto tako, kod

dvofaktorskih rješenja drugi je faktor artefakt metode (izdvaja se pod utjecajem specifične tendencije odgovaranja s obzirom na smjer skale procjene), a ne neki zaseban konstrukt. To potvrđuje i nalaz Bezinovića (1988).

Kratkoća skale i dobra unutrašnja konzistencija (0,74 – 0,89; prema Bezinović, 1988) čine ju prikladnom za ispitivanje i u praktične i u znanstvene svrhe.

Ispitanici za svaku tvrdnju na skali od 1-5 (od “smatram da je tvrdnja u potpunosti netočna” do “smatram da je tvrdnja u potpunosti točna”) iskazuju svoj stupanj slaganja s pojedinom tvrdnjom.

Rezultat na RSE formira se zbrajanjem zaokruženih brojeva uz pojedinu tvrdnju, s tim da se odgovori u 2., 3., 4., 6. i 9. tvrdnji boduju u obrnutom smjeru. Tako minimalan broj bodova na RSE iznosi 0, a maksimalan 40 bodova (Biščanić, 1995). Veći rezultat upućuje na višu razinu samopoštovanja.

### **3.1.1.3. Skala društvenosti**

Za operacionalizaciju društvenosti korišten je dio Skale samomotrenja koji se odnosi na faktor Javni nastup (Velić, Kamenov i Simić, 2000 ). Javni nastup se odnosi na aktivno i samopouzdana reguliranje vlastite ekspresije zbog postizanja određenih ciljeva, pragmatička orijentacija, manipulativno nastojanje (“getting ahead”). Ova skala se sastoji od 9 čestica, a ispitanici su na tvrdnje odgovarali sa točno i netočno. Ukupan rezultat formira se kao zbroj odgovora na svih devet čestica i može varirati u rasponu od 0 do 9. Osoba s visokim rezultatom na ovoj subskali je društvena, socijabilna, samopouzdana, ali i sklona egzibicionizmu, glumi i u osnovi prezentira različitog sebe različitim ljudima.

### **3.1.2. Ispitanici**

Ispitivanje smo proveli na studentima prve godine psihologije. Kao ispitanike smo uzeli studente prve godine psihologije zbog dostupnosti i naivnosti ispitanika, ali pod pretpostavkom da se ne razlikuju od normalne populacije s obzirom na korištene varijable.

U prvom dijelu ispitivanja sudjelovalo je 46 ispitanika (37 studentica i 9 studenata). Za formiranje upitnika korištenog u ispitivanju koristili smo podatke samo ispitanica zbog premalog broja muških ispitanika. Istraživanja pokazuju da varijabla spol utječe na rezultate,



pa bi obrada trebala biti odvojena za muške i ženske ispitanike, a to nismo bili u mogućnosti učiniti.

Osim toga iz daljnje obrade izbačeni su rezultati jedne ispitanice jer su predstavljali aberantni rezultat.

Dakle, instrument korišten u ispitivanju sastavljen je na temelju fotografija 36 ispitanica koje su sudjelovale u prvom dijelu ispitivanja.

### **4.1.3. Postupak**

Prvi dio ispitivanja je proveden na studentima prve godine psihologije Filozofskog fakulteta. Kako se radi o etički osjetljivom pitanju, prije samog istraživanja održan je kratki sastanak sa svim studentima i zamoljeni su za suradnju. Ispitivačica je ukratko objasnila koji će sve biti njihovi zadaci (prilog 3). Zatim su studenti pozvani da razmisle o mogućnosti svoga sudjelovanja u takvom istraživanju i dođu za nekoliko dana na ispitivanje ako su suglasni.

Ispitanici su grupno rješavali Problemni test, a nakon isteka vremena predviđenog za rješavanje ovog testa (45 minuta), ispunili su ostale dvije skale (Skalu društvenosti i potom Skalu samopoštovanja). Prije početka rješavanja svakog pojedinog testa ili skale ispitivačica je sa ispitanicima pročitala uputu za svaki instrument.

Nakon toga, ispitanici su pojedinačno odlazili kod pomoćne ispitivačice koja ih je fotografirala digitalnim fotoaparatom.

## **4.2. Drugi dio ispitivanja**

### **4.2.1. Instrument**

#### **Procjena karakteristika osoba na fotografijama**

Upitnik korišten u drugom dijelu ispitivanja je instrument kojim se ispituje dojam o osobama prikazanim na fotografijama. Sastavljen je od pet fotografija osoba fotografiranih u prvom dijelu ispitivanja. Da bismo izbjegli promjene u rezultatu zbog dosade i pada koncentracije svaki ispitanik je davao procjene za samo pet osoba prikazanih na fotografijama, a ne svih 36 osoba. Fotografije su za svakog ispitanika rotirane po slučaju čime smo izbjegli utjecaj redoslijeda zadavanja fotografija na procjene koji može dovesti do promjene rezultata zbog procjene fizičke atraktivnosti u odnosu na prethodnu sliku, a ne u apsolutnom smislu. Svaka fotografija (dimenzija 7 x 5 cm) nalazila se na posebnom listu papira A4 formata i ispod nje nalazilo se 6 skala procjena tipa semantičkog diferencijala (prilog 4). Od ispitanika se tražilo da procijeni osobu na fotografiji na skalama: fizički atraktivna - fizički neatraktivna, simpatična - nesimpatična, inteligentna - neinteligentna, uspješna u školi - neuspješna u školi, društvena - nedruštvena i visokog samopoštovanja – niskog samopoštovanja. Osim fotografija rotirane su i skale i pozitivne i negativne strane bipolarnih pridjeva.

Instrument tipa semantičkog diferencijala zahtjeva procjenu, na skalama sa sedam stupnjeva, objekta stava (osobe ili stvari) na brojnim bipolarnim skalama pridjeva (prema Pennington, 1997). Od ispitanika se jednostavno traži da označi jedan od navedenih brojeva između bipolarnih pridjeva koji odgovara onome što oni misle o osobi prikazanoj na fotografiji.

### **4.2.2. Ispitanici**

Drugi dio ispitivanja proveden je u tri zagrebačke gimnazije na učenicima drugih i trećih razreda. Sveukupno je ispitano 529 učenika (222 učenika i 307 učenica). Iz daljnje obrade su izbačeni rezultati osoba koje su pojedinom ispitaniku bile poznate i nepotpuni

upitnici (samo za fotografiju koja je poznata (N=37) ili fotografiju za koju nedostaju podaci (N=6)). Dakle, obrađeni su podaci svih 529 ispitanika, ali su izuzete iz obrade poznate i nepotpuno odgovorene fotografije. Svaka od 36 fotografija procjenjivana je 69 – 77 puta.

### **3.2.3. Postupak**

Ispitivanje je provedeno grupno u svakom razredu, u učionici na početku sata (prvih 10 – 15 minuta). Ispitivačica je podijelila upitnike, te potom zajedno s ispitanicima pročitala uputu (Prilog 5). Nakon toga ispitanici su počeli ispunjavati upitnik. Ispitivanje je bilo anonimno. Kada su svi ispitanici bili gotovi sa zadatkom, ispitivačica je ukratko objasnila svrhu istraživanja, koje su pretpostavke i odgovorila je na postavljena pitanja.

#### IV. REZULTATI I RASPRAVA

Statistička obrada prikupljenih podataka provedena je pomoću statističkog programa SPSS verzija 9.0. U obradu podataka uključene su procjene 529 ispitanika (222 učenika i 307 učenica).

Prije nego što počnemo sa raspravom dobivenih rezultata s obzirom na postavljene probleme osvrnut ćemo se na statističke parametre za svaku procjenjenu osobinu. U tablici 1. prikazani su rezultati koje smo dobili.

Tablica 1 – Statistički parametri za procjene osobina

|                      | aritmetička sredina | standardna devijacija | minimum | maksimum |
|----------------------|---------------------|-----------------------|---------|----------|
| fizička atraktivnost | 3,79                | ,978                  | 1,77    | 5,82     |
| simpatičnost         | 4,34                | ,712                  | 2,75    | 5,85     |
| inteligencija        | 4,73                | ,367                  | 4,16    | 5,60     |
| uspjeh u školi       | 4,84                | ,381                  | 4,03    | 5,81     |
| društvenost          | 4,65                | ,777                  | 2,61    | 6,18     |
| samopoštovanje       | 4,43                | ,662                  | 2,58    | 5,45     |

Iz tablice 1. vidimo da su procjene fizičke atraktivnosti, simpatičnosti, društvenosti i samopoštovanje pokrili i pozitivni i negativni dio skale, tj. da su osobama na fotografijama pripisivane i dobre i loše osobine. Na skalama inteligencija i uspjeh u školi sve osobe su procjenjivane iznad broja 4 što je predstavljalo srednju izraženost osobine. Dakle sve osobe su procjenjene kao inteligentne i uspješne, a niti jedna osoba nije procjenjena kao neinteligentna i neuspješna.

#### 4.1. POVEZANOST FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI I PROCJENA OSOBINA LJUDI

Pretpostavljamo da će ispitanici, osobama koje smatraju fizički atraktivnijima, pripisivati bolje osobine. Dakle, da će smatrati da su atraktivnije osobe inteligentnije, simpatičnije, društvenije, uspješnije i višeg samopoštovanja, nego neatraktivnije osobe.

Da bismo odgovorili na postavljeni problem, izračunali smo Pearsonove koeficijente korelacije fizičke atraktivnosti i ostalih osobina za svaku od 36 osoba. Potom smo preko Fisherovih z-vrijednosti izračunali prosječne korelacije. Dobiveni rezultati prikazani su u tablici 2.

Tablica 2 – Korelacije fizičke atraktivnosti i simpatičnosti i procjena ostalih osobina (N=36)

|                      | fizička atraktivnost | simpatičnost | inteligencija | uspjeh u školi | društvenost | samo-poštovanje |
|----------------------|----------------------|--------------|---------------|----------------|-------------|-----------------|
| fizička atraktivnost | 1,000                | 0,485**      | 0,235         | 0,160          | 0,465**     | 0,290           |
| simpatičnost         |                      | 1,000        | 0,325*        | 0,220          | 0,390*      | 0,190           |

\*\* - razina značajnosti 0,01

\* - razina značajnosti 0,05

Rezultati su pokazali da je fizička atraktivnost statistički značajno povezana ( $p < 0,01$ ) sa simpatičnosti i sa društvenosti. Dobivene su pozitivne korelacije srednje veličine (Petz, 1997). To znači, što je veći rezultat na skali fizičke atraktivnosti, veći je i na dvije navedene skale, tj. fizički atraktivnije osobe procjenjivane su simpatičnijima i društvenijima.

Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s našom pretpostavkom. Rezultati prijašnjih istraživanja (Dion, 1981, 1986; Basili, 1981; prema Eagly i sur, 1991) pokazali su da su sve navedene osobine značajno povezane s fizičkom atraktivnošću. Ovaj stereotip je najizraženiji na dimenzijama socijalne kompetencije i ekstraverzije, umjeren je za intelektualnu kompetenciju i prilagodbu, a vrlo mali na dimenzijama briga za druge i integritet. Osim toga, pokazalo se da se stereotip fizičke atraktivnosti vrlo često veže uz egocentričnost, što je negativna osobina (Eagly i sur, 1991). U našem istraživanju povezanost je značajna sa

društvenošću, što spada u socijalnu komponentu, ali nije se pokazala značajnom povezanost sa samopoštovanjem koje također spada u socijalnu komponentu. No, koeficijent korelacije koji iznosi 0,29 ukazuje na očekivani smjer povezanosti, a uz veći broj ispitanika vjerojatno bi se pokazao i statistički značajnim. Što se tiče kognitivne komponente (inteligencija i uspjeh), nismo dobili značajne korelacije.

Da bismo još preciznije odgovorili na problem promotrili smo rezultat najatraktivnije i najneatraktivnije osobe. Kod najatraktivnije osobe dobivena je statistički značajna pozitivna povezanost fizičke atraktivnosti sa simpatičnosti ( $r=0,385$ ), inteligencijom ( $r=0,380$ ) i društvenosti ( $r=0,604$ ), a kod najneatraktivnije osobe sa simpatičnosti ( $r=0,384$ ), društvenosti ( $r=0,684$ ) i samopoštovanjem ( $r=0,610$ ). To je u skladu s rezultatima koji su dobiveni u drugim istraživanjima. Većina tih istraživanja provedena je na ekstremima, tj. na osobama koje su procijenjene kao ekstremno atraktivne i ekstremno neatraktivne. Dakle, srednji dio skale nije korišten, tj. nisu procjenjivane osobe prosječne atraktivnosti. To bi mogao biti razlog zbog kojeg naši rezultati djelomično odstupaju od pretpostavke.

Također, provjerili smo i povezanost simpatičnosti i ostalih osobina i rezultati pokazuju statistički značajnu ( $p<0,05$ ) pozitivnu povezanost sa inteligencijom i društvenošću (tablica 2). Dakle, pokazalo se da su simpatičnije osobe procjenjivane kao inteligentnije i društvenije od nesimpatičnih, tj. što je osoba procijenjena simpatičnijom, to su i ostale dvije procjene bile veće.

Nalazi iz forenzičke psihologije, koji pokazuju da su atraktivni optuženici tretirani puno blaže od neatraktivnih za mnoge tipove zločina mogu se objasniti uzajamnim odnosom tri varijable: fizičkom atraktivnošću, simpatičnosti i prosudbama optuženika. Ako fizička atraktivnost utječe na simpatičnost optuženika i simpatičnost utječe na postupanje prema optuženicima, tako je efekt atraktivnosti na procjene barem djelomično posredovan simpatičnošću (Feingold i Mazzella, 1998). Dakle, postavlja se pitanje kakav je efekt atraktivnosti na procjene ako se parcijalizira simpatičnost.

Dodatno smo ispitanike još prema centralnim vrijednostima podijelili na atraktivne i neatraktivne, te simpatične i nesimpatične. Koristili smo centralnu vrijednost, a ne rezultat 4 na skali što predstavlja sredinu, tj. prosječnu atraktivnost i simpatičnost. Smatram da je opravdanije koristiti centralnu vrijednost zbog fenomena blagi-strogi procjenjivač (kasnije objašnjeno u prigovorima i pogreškama istraživanja). Rezultati pokazuju da je kod sve četiri skupine fizička atraktivnost statistički značajno povezana sa simpatičnosti, te kod skupine atraktivnih osoba i sa društvenosti (Prilog 6). Ostale korelacije su se pokazale statistički neznačajnima.

#### 4.2. POVEZANOST FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI I PROCJENA OSOBINA, AKO SE KONTROLIRA FAKTOR SIMPATIČNOSTI

Drugi naš problem odnosi se na povezanost fizičke atraktivnosti i procjenjivanih osobina, ako se kontrolira faktor simpatičnosti. Pretpostavka je da ako kontroliramo faktor simpatičnosti nećemo pronaći povezanost između procijenjene fizičke atraktivnosti i ostalih osobina koje ispitujeemo. Da bismo odgovorili na ovaj problem izračunali smo parcijalne korelacije fizičke atraktivnosti i ostalih osobina izuzevši faktor simpatičnosti. Rezultati su prikazani u tablici 3.

Tablica 3 – *Parcijalne korelacije fizičke atraktivnosti i ostalih osobina ako se kontrolira faktor simpatičnosti (N=36)*

|                      | fizička atraktivnost | inteligencija | uspjeh u školi | društvenost | samo-poštovanje |
|----------------------|----------------------|---------------|----------------|-------------|-----------------|
| fizička atraktivnost | 1,000                | 0,090         | 0,050          | 0,340*      | 0,235           |

\* - razina značajnosti 0,05

Iz tablice vidimo da su sve korelacije manje od korelacija prikazanih u tablici 2. No i kad smo kontrolirali faktor simpatičnosti pokazala se značajnom povezanost fizičke atraktivnosti i procjene društvenosti.

Kada pogledamo ponovo rezultate ekstremno ne/atraktivnih osoba, pokazalo se da su kod najatraktivnije osobe inteligencija ( $r=0,309$ ), društvenost ( $r=0,561$ ) i samopoštovanje ( $r=0,240$ ) značajno povezane s fizičkom atraktivnošću. Što se tiče najneatraktivnije osobe značajne su korelacije s društvenosti ( $r=0,635$ ) i samopoštovanjem ( $r=0,575$ ). Dakle, kod najatraktivnije osobe kad se kontrolira faktor simpatičnosti inteligencija i društvenost ostaju i dalje značajno povezane s atraktivnošću na razini od 1%, dok samopoštovanje postaje značajno povezano na razini od 5% iako se povezanost prije nije pokazala. Kad je u pitanju najneatraktivnija osoba povezanost s atraktivnošću je pronađena kod društvenosti i samopoštovanja kao i prije kontroliranja faktora simpatičnosti.

Osim toga provjerili smo povezanost simpatičnosti s procjenama osobina kada se kontrolira faktor fizičke atraktivnosti. Pretpostavka je da su ispitivane osobine više povezane sa simpatičnošću nego sa fizičkom atraktivnosti, dakle trebale bi korelacije biti veće nego kad smo izuzeli iz atraktivnosti faktor simpatičnosti. Dobiveni rezultati prikazani su u tablici 4.

Tablica 4 – *Parcijalne korelacije simpatičnosti i ostalih osobina ako se kontrolira faktor fizičke atraktivnosti (N=36)*

|              | simpati-<br>čnost | inteligencija | uspjeh u<br>školi | društvenost | samo-<br>poštovanje |
|--------------|-------------------|---------------|-------------------|-------------|---------------------|
| simpatičnost | 1,000             | 0,235         | 0,160             | 0,210       | 0,045               |

Kao što vidimo iz tablice 4, sve korelacije su se pokazale statistički neznajnim, što znači da kada se kontrolira faktor fizičke atraktivnosti nema povezanosti simpatičnosti i ostalih ispitivanih osobina. Isto je dobiveno i kod najatraktivnije i kod najneatraktivnije osobe, tj. nema povezanosti simpatičnosti i procjenjivanih osobina.

Također smo provjerili povezanosti kad se kontroliraju faktori simpatičnosti i atraktivnosti kod četiri skupine ispitanika (atraktivne, neatraktivne, simpatične i nesimpatične) i pokazalo se da nema statistički značajnih povezanosti (prilog 7).

#### **4.3. POVEZANOST PROCIJENJENIH OSOBINA INTELIGENCIJA, DRUŠTVENOST I SAMOPOŠTOVANJE I REALNIH REZULTATA ISPITANIKA POSTIGNUTIH NA TESTU I UPITNICIMA**

Ponajprije smo željeli prikazati statističke parametre dobivene na testu inteligencije i skalama samopoštovanja i samomotrenja. U prvom djelu ispitivanja smo prikupili i obradili rezultate 36 ispitanica. U tablici 5. prikazani su dobiveni rezultati.



Tablica 5 – Statistički parametri dobiveni u prvom djelu ispitivanja

|                      | aritmetička sredina | standardna devijacija | minimum | maksimum |
|----------------------|---------------------|-----------------------|---------|----------|
| Skala samopoštovanja | 41.72               | 5.84                  | 20      | 50       |
| Skala društvenosti   | 5.61                | 2.98                  | 0       | 9        |
| Problemni test       | 54.31               | 6.01                  | 41      | 62       |

Rezultati na problemnom testu su viši od rezultat dobivenih u populaciji zbog selekcioniranog uzorka ( $M_{\text{populacija}}=34.26$ ;  $\sigma_{\text{populacija}}=12.04$ ). Rezultati svih ispitanika spadaju u 30% najboljih rezultata u populaciji. Sve tri osobine se normalno distribuiraju u populaciji, pa je opravdano koristiti parametrijske testove pri obradi rezultata.

Postoji li povezanost između realnih rezultata ispitanika i procjena koje su dobili od skupine procjenjivača. Pretpostavka je da postoji povezanost procijenjenih osobina ispitanika i rezultata koje su postigli na testu i upitnicima. Da bismo odgovorili na postavljeni problem izračunali smo Pearsonove koeficijente korelacije između realnih rezultata i procjena za svaku od tri osobine. Dobiveni rezultati prikazani su u tablici 6.

Tablica 6 – Korelacije realnih rezultata i procjena za osobine inteligencija, društvenost i samopoštovanje ( $N=36$ )

|   | INTELIGENCIJA -<br>PROBLEMNI TEST | DRUŠTVENOST –<br>SKALA<br>DRUŠTVENOSTI | SAMOPOŠTOVANJE –<br>SKALA<br>SAMOPOŠTOVANJA |
|---|-----------------------------------|--|---|
| r | 0,432**                           | 0,161                                  | 0,029                                       |

\*\* - razina značajnosti 0,01

Dakle, iz prikazane tablice vidimo da statistički značajna povezanost postoji kada govorimo o inteligenciji, ali ne i na ostale dvije osobine. Srednja pozitivna korelacija ukazuje na to da su osobe sa većim rezultatom na testu inteligencije procjenjivane kao inteligentnije od osoba s manjim rezultatom na testu. Kako je već spomenuto u uvodu, osobe od kojih očekujemo više, više će i postizati. Objašnjenje toga je u djelovanju na motivaciju ili pružanje pomoći u svladavanju nekog cilja. Kao što vidimo iz tablice, povezanosti između realne društvenosti i procijenjene društvenosti, te realnog samopoštovanja i procijenjenog, nisu pronađene.

#### 4.4. POVEZANOST PROCIJENJENE FIZIČKE ATRAKTIVNOSTI I STVARNIH OSOBINA

Jesu li ljudi različitog stupnja atraktivnosti stvarno različiti ili su samo različito percipirani pa se različito odnosimo prema njima? Da bismo odgovorili na postavljeni problem izračunali smo Pearsonove koeficijente korelacije fizičke atraktivnosti i realnih rezultata ispitanika dobivenih na testu i skalama. Rezultati su prikazani u tablici 7.

Tablica 7 - *Korelacije fizičke atraktivnosti i realnih rezultata za osobine inteligencija, društvenost i samopoštovanje (N=36)*

|                         | fizička<br>atraktivnost | problemni<br>test | skala<br>društvenosti | skala<br>samopoštovanja |
|-------------------------|-------------------------|-------------------|-----------------------|-------------------------|
| fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,053             | -0,100                | 0,010                   |

Dakle iz tablice vidimo da nema značajne povezanosti fizičke atraktivnosti i realnih rezultata za ispitivane osobine. To nam govori da atraktivnije osobe nisu realno inteligentnije, društvenije i višeg samopoštovanja od neatraktivnih osoba.

Da bismo detaljnije odgovorili na postavljeni problem t–testom za male nezavisne uzorke smo provjerili postoji li razlika u rezultatima i u procjenama kada ispitanike

podijelimo prema centralnoj vrijednosti na atraktivne i neatraktivne (Petz, 1997). Rezultati su prikazani u tablici 8.

Tablica 8 – Aritmetičke sredine i standardne devijacije za atraktivne i neatraktivne ispitanike i rezultati t-testova između dvije skupine ispitanika za realne rezultate i procjene inteligencije, društvenosti i samopoštovanja (N=18)

|                         |              | M     | $\sigma$ | t       |
|-------------------------|--------------|-------|----------|---------|
| PROBLEMNI TEST          | atraktivni   | 54,94 | 5,06     | 0,630   |
|                         | neatraktivni | 53,67 | 6,53     |         |
| INTELIGENCIJA           | atraktivni   | 4,73  | 0,39     | -0,152  |
|                         | neatraktivni | 4,74  | 0,35     |         |
| SKALA<br>DRUŠTVENOSTI   | atraktivni   | 5,39  | 2,91     | -0,442  |
|                         | neatraktivni | 5,83  | 3,11     |         |
| DRUŠTVENOST             | atraktivni   | 5,22  | 0,44     | 6,300** |
|                         | neatraktivni | 4,09  | 0,61     |         |
| SKALA<br>SAMOPOŠTOVANJA | atraktivni   | 41,00 | 7,58     | -0,737  |
|                         | neatraktivni | 42,44 | 3,42     |         |
| SAMOPOŠTOVANJE          | atraktivni   | 4,81  | 0,42     | 4,194** |
|                         | neatraktivni | 4,05  | 0,64     |         |

\*\* - razina značajnosti 0,01

Iz tablice vidimo da što se inteligencije tiče nema razlike ni u procjenama, ni u realnim rezultatima između atraktivnih i neatraktivnih osoba. To znači da se o inteligenciji ne zaključuje na osnovi izgleda osobe, što je u skladu s našim rezultatima dobivenim kod prvog problema. Naime, pokazalo se da nema povezanosti između atraktivnosti i procijenjene inteligencije. Također vidimo da atraktivniji nisu realno inteligentniji, tj. u realnim rezultatima se statistički ne razlikuju ove dvije skupine ispitanika, kao ni u procijenjenoj inteligenciji. Ovi rezultati nam govore da osobe koje smatramo inteligentnijima ne moraju biti i atraktivnije, tj. da na osnovi atraktivnosti ne zaključujemo o inteligenciji. To je jedno od mogućih objašnjenja.

Kada promotrimo rezultate ostale dvije osobine, vidimo da se realni rezultati ne razlikuju kod atraktivnih i neatraktivnih osoba, ali procjene se statistički značajno razlikuju. Ta razlika je u smjeru da atraktivnije osobe smatramo društvenijima i višeg samopoštovanja iako realno takva razlika ne postoji, tj. realno se te dvije skupine ispitanika ne razlikuju u društvenosti i samopoštovanju.

Znači da su ispitanici točno procjenjivali inteligenciju, a društvenost i samopoštovanje pod utjecajem fizičke atraktivnosti procjenjivane osobe. Ti rezultati su u skladu s našim očekivanjima. Iz tablice 8. vidimo da su ispitanici procjenjivali društvenost i samopoštovanje atraktivnih osoba (atraktivni imaju veće aritmetičke sredine procjena od 4 što predstavlja prosječnu vrijednost, dok je kod neatraktivnih aritmetička sredina procjena oko 4).

Osim toga provjerili smo postoji li povezanost simpatičnosti i realnih rezultata ispitanika dobivenih na testu i skalama. Dobiveni rezultati prikazani su u tablici 9.

Tablica 9 - *Korelacije fizičke simpatičnosti i realnih rezultata za osobine inteligencija, društvenost i samopoštovanje (N=36)*

|              | simpatičnost | problemni test | skala društvenosti | skala samopoštovanja |
|--------------|--------------|----------------|--------------------|----------------------|
| simpatičnost | 1,000        | 0,304          | 0,138              | 0,095                |

Rezultati prikazani u tablici pokazuju da nema statistički značajne povezanosti simpatičnosti i realnih rezultata za ispitivane osobine.

Osim toga, provjerili smo i postoje li razlike u realnim rezultatima i procjenama kada ispitanike prema centralnoj vrijednosti podijelimo na simpatične i nesimpatične. To smo provjerili t–testom za male nezavisne uzorke. Rezultati su prikazani u tablici 10.

Tablica 10 – Aritmetičke sredine i standardne devijacije za simpatične i nesimpatične ispitanike i rezultati t-testova između dvije skupine ispitanika za realne rezultate i procjene inteligencije, društvenosti i samopoštovanja (N=18)

|                         |              | M     | $\sigma$ | t       |
|-------------------------|--------------|-------|----------|---------|
| PROBLEMNI TEST          | simpatični   | 56,56 | 4,78     | 2,383*  |
|                         | nesimpatični | 52,06 | 6,43     |         |
| INTELIGENCIJA           | simpatični   | 4,94  | 0,32     | 3,997** |
|                         | nesimpatični | 4,53  | 0,29     |         |
| SKALA<br>DRUŠTVENOSTI   | simpatični   | 6,00  | 2,95     | 0,779   |
|                         | nesimpatični | 5,22  | 3,04     |         |
| DRUŠTVENOST             | simpatični   | 5,07  | 0,59     | 3,710** |
|                         | nesimpatični | 4,24  | 0,73     |         |
| SKALA<br>SAMOPOŠTOVANJA | simpatični   | 42,17 | 7,00     | 0,451   |
|                         | nesimpatični | 41,28 | 4,57     |         |
| SAMOPOŠTOVANJE          | simpatični   | 4,78  | 0,49     | 3,755** |
|                         | nesimpatični | 4,08  | 0,63     |         |

\*\* - razina značajnosti 0,01

\* - razina značajnosti 0,05

Iz prikazane tablice vidimo da u sve tri osobine postoje statistički značajne razlike u procjenama simpatičnih i nesimpatičnih ispitanika. Smjer razlike je da simpatičnijim osobama pripisujemo bolje ove tri osobine, tj. simpatične osobe smatramo inteligentnijima, društvenijima i višeg samopoštovanja.

Međutim, osim ovih razlika, pronađena je statistički značajna razlika u realnoj inteligenciji između simpatičnih i nesimpatičnih osoba. Pokazalo se da su osobe koje su procijenjene kao simpatičnije inteligentnije od nesimpatičnih osoba. Naime, kao što je prikazano u tablici 9. povezanost simpatičnosti i realne inteligencije nije statistički značajna ( $r=0,304$ ;  $p=0,07$ ), ali koeficijent korelacije ukazuje na očekivani smjer povezanosti, a uz veći broj ispitanika vjerojatno bi se pokazao i statistički značajnim. Rezultati t–testa pokazali su da su simpatične osobe realno inteligentnije od nesimpatičnih. Naravno, ovdje ne možemo

zaključivati o uzročno-posljedičnoj vezi, tj. ne znamo da li veća simpatičnost dovodi do veće inteligencije ili obratno, ali možda bi se ovo moglo djelomično objasniti većom pažnjom koju npr. nastavnici posvećuju simpatičnim učenicima i više ih motiviraju, te više s njima rade. To sve dovodi do boljeg uspjeha učenika.

#### **4.5. IZVORI PRISTRANOSTI I POGREŠKE**

Iako smo dobili rezultate koji djelomično potvrđuju naše hipoteze, moramo imati na umu ograničenja ovog istraživanja. Mogući izvori pristranosti i pogrešaka koji se odnose na našu empirijsku provjeru točnosti stereotipa fizičke atraktivnosti su brojni. Ponajprije se valja kratko osvrnuti na problem uzorka i upotrijebljenog instrumenta.

Većina autora (prema Petz, 1992) slaže se u tome da broj od najmanje 30 ispitanika zadovoljava statističke kriterije za “veliki” uzorak, iako neki tvrde da veliki uzorak podrazumijeva najmanje 50 ispitanika. Naime, veliki uzorak jedan je od nužnih preduvjeta za izvođenje preciznih zaključaka. U skladu sa time ispitivana skupina zadovoljava prvi od navedenih kriterija, odnosno čini ju više od 30 ispitanika, no ne zadovoljava drugi kriterij. Prema tome što se tiče veličine uzorka ova skupina ispitanika spada u graničnu skupinu za veliki uzorak.

Slijedeće važno obilježje uzorka jest njegova reprezentativnost za populaciju koja se ispituje. Da bi kriterij reprezentativnosti uzorka bio zadovoljen poželjno bi bilo odabrati ispitanike po principu slučaja, odnosno za svakog člana populacije, koja nas zanima, treba postojati jednaka vjerojatnost da bude izabran u uzorak.

Međutim, ispitivani uzorak ne zadovoljava ovaj kriterij već je to prigodni uzorak. Odabir ispitanika bio je, zapravo, ograničen na ispitanike koji su nam bili dostupni i istovremeno voljni surađivati u ispitivanju ove vrste, što je slijedeći mogući izvor pristranosti. Naime, ispitanici su bili studenti prve godine psihologije koji su pristali ispunjavati test i upitnike, slikati se i koji su pristali da se njihove slike koriste u daljnjem ispitivanju. Osim toga ovaj uzorak je i selekcioniran kada govorimo o inteligenciji što je također jedan od problema u ovom našem ispitivanju. Rezultati postignuti na Problemnom testu spadaju u 30% najboljih rezultata u populaciji, dakle pokriva samo gornji dio skale. Naime, jedan od problema koji smo ispitivali odnosio se na povezanost realnih rezultata i procjena. Naš uzorak sadrži samo osobe visoke inteligencije, a nema ispitanika niske inteligencije, pa prema tome

možemo reći da sve ispitanike koji su procijenjeni na nižem dijelu skale, tj. kao neinteligentni, zapravo podcjenjuju pri procjeni.

Što se tiče uzorka procjenjivača, sudjelovali su srednjoškolci iz 3 zagrebačke gimnazije. Dakle, ovi rezultati se mogu generalizirati na gimnazijalce, ali treba biti oprezan u generalizaciji na srednjoškolce ostalih škola (strukovnih), a pogotovo na ostale dobne skupine.

Velika je vjerojatnost da su ispitanici davali socijalno poželjne odgovore što uvelike smanjuje mogućnost zaključivanja. Većina ljudi ne priznaje utjecaj fenomena fizičke atraktivnosti na njihove stavove i ponašanje. Zbog toga možemo pretpostavljati da nisu davali iskrene odgovore već socijalno poželjne, tj. davali su prosječne procjene (zaokruživali su srednju vrijednost na skali). Smatramo da bi fenomen fizičke atraktivnosti bio izraženiji da su odgovori bile iskreniji, tj. dobili bi veće korelacije.

Također je bitno osvrnuti se na jedan nedostatak kod proučavanja efekta atraktivnosti, a to je procjenjivanje osoba samo na osnovi slike. Osloniti se na procjenu fizičke atraktivnosti samo na osnovi slike moglo bi biti problematično. Na takav način pojednostavljuje se koncept privlačnosti na način da se na njega gleda kao na unidimenzionalan konstrukt. Druge informacije kao što su dinamički ekspresivan stil, atraktivnost cijelog tijela i atraktivnost odjeće utječu na stvaranje dojma o cjelokupnoj atraktivnosti (Patzner, 1985). U realnoj životnoj situaciji stvaramo dojam na osnovi cjelokupnog izgleda, a ne fotografije.

Osim toga treba spomenuti problem osobne jednadžbe procjenjivača, tj. konstantnu pogrešku. To je tendencija procjenjivača da konzistentno daje blage, stroge ili umjerene procjene. Kao što je spomenuto u raspravi, ispitanici su davali nešto pozitivnije procjene od srednje vrijednosti, tj. aritmetičke sredine su bile nešto veće od 4, što nam govori da su procjenjivači bili malo blaži.

#### **4.6. ZAVRŠNO RAZMATRANJE**

Našim smo istraživanjem htjeli empirijski provjeriti točnost stereotipa fizičke atraktivnosti. Fizički izgled ima izrazit utjecaj na stvaranje prvog dojma, pa je zato toliko važan. Ipak, društvo smatra važnijom komunikaciju nego fizički izgled, a ljudi koji komuniciraju se u većini slučajeva mogu i vidjeti. Fizički izgled je prvi i najočitiiji element uočen u svakoj komunikaciji, pa je zato jedna od glavnih komponenti uspješne komunikacije. Mi smo u našem istraživanju pokušali provjeriti postoji li povezanost između fizičke

atraktivnosti i procjena nekih osobina, te postoji li povezanost između tih procjena i realnih rezultata dobivenih na testu i upitnicima. Na prethodnim stranicama smo raspravljali o dobivenim rezultatima tako da smo se posebno osvrnuli na svaki od problema. Sada ćemo pokušati analizirati dobivene rezultate uzimajući ih kao jednu cjelinu.

Istraživanja su pokazala da su osobe veće fizičke atraktivnosti percipirane kao socijalno poželjnije, da žive bolje živote i da imaju sretnije brakove i bolja zaposlenja od osoba manje fizičke atraktivnosti (Dion i sur.,1972). Dakle, smatra se da imaju zanimljiviji i atraktivniji život.

Rezultati našeg istraživanja pokazuju da postoji srednja pozitivna povezanost fizičke atraktivnosti sa simpatičnosti i sa društvenosti, dok se nije pokazala značajna povezanost sa inteligencijom, uspjehom i samopoštovanjem. Dosadašnja istraživanja su pokazala da stereotip fizičke atraktivnosti nije tako jak i općenit kako pretpostavlja izreka “Što je lijepo, to je i dobro”. Ispitanici atraktivnijim osobama pripisuju poželjnije osobine ličnosti i predviđaju više uspjeha u društvenom i profesionalnom životu, ali prosječna veličina ovog efekta je umjerena i varira od istraživanja do istraživanja. Stereotip je najizraženiji na dimenzijama socijalne kompetencije, a umjeren za intelektualnu kompetenciju. Naime, u našem istraživanju se pokazala povezanost samo sa društvenosti. To spada u socijalnu kompetenciju, ali se nije pokazala za samopoštovanje koje je također dio socijalne kompetencije. Što se tiče intelektualne kompetencije, u našem istraživanju se nije pokazala povezanost sa fizičkom atraktivnosti. Dakle, rezultati su djelomično u skladu s istraživanjima. Većina istraživanja je provedena na predstavnicima svake kategorije fizičke atraktivnosti ili na ekstremima, dok su u našem ispitivanju korištene fotografije svih ispitanika iz prvog dijela ispitivanja. Moguće je da je to dovelo do neslaganja s pretpostavkama, jer je veliki broj ispitanika koji su procijenjeni kao srednje atraktivni, tj. pokrivaju srednji dio skale, a malo ih je ekstremnih na toj skali. Kada smo provjerili rezultate za ekstreme (najatraktivnija i najmanje atraktivna osoba), pokazalo se veće slaganje sa našim pretpostavkama.

Naše istraživanje je sličnije realnoj situaciji, tj. u svakodnevnom životu je mali broj ekstremno atraktivnih i neatraktivnih ljudi. Naši rezultati nisu u potpunosti u skladu s očekivanjima, ali pri obradi rezultata ekstremno atraktivne i neatraktivne osobe naše hipoteze su se potvrdile. Naime, dosad provedena istraživanja su bila artificijelna, tj. situacije nisu bile u skladu s realnim situacijama već su korištene fotografije samo atraktivne i neatraktivne osobe (bez prosječno atraktivnih).

Druga naša pretpostavka kaže da, ako kontroliramo faktor simpatičnosti, neće biti povezanosti između atraktivnosti i ostalih osobina. Međutim, rezultati u našem istraživanju



nisu u skladu s ovom hipotezom. Naime, kad se izuzme faktor simpatičnosti, naši rezultati i dalje pokazuju povezanost fizičke atraktivnosti i društvenosti. Osim toga provjerili smo i kakve ćemo rezultate dobiti kada izuzmemo faktor atraktivnosti, i pokazalo se da nema povezanosti simpatičnosti i ostalih osobina. Dakle, ovi nalazi nisu u skladu s literaturom, tj. nije se pokazalo da je simpatičnost “odgovorna” za pozitivnije procjene osobina. Istraživanja su pokazala da je efekt atraktivnosti na procjene barem djelomično posredovan simpatičnošću, međutim to se kod nas nije potvrdilo.

Treće pitanje koje smo si postavili bilo je, postoji li povezanost između realne i procijenjene inteligencije, društvenosti i samopoštovanja. Rezultati našeg istraživanja pokazuju da postoji povezanost između realne i procijenjene inteligencije, ali ne i kod društvenosti i samopoštovanja. Dakle, pokazalo se da su inteligentniji ljudi dobivali i više procjene, tj. da su osobe koje su procijenjene kao inteligentnije stvarno postizale bolje rezultate na Problemnom testu koji nam je predstavljao mjeru inteligencije.

Jesu li ljudi različitog stupnja atraktivnosti stvarno različiti ili su samo različito percipirani pa se različito odnosimo prema njima? Četvrti problem bavio se ovim pitanjem. Mnogi autori su uočili da se pojam o sebi razvija na osnovu mišljenja drugih. Dakle, ako se neku atraktivnu osobu stalno tretira kao osobu punu vrlina, ona može takvom i postati. Rezultati našeg istraživanja pokazuju da nema značajne povezanosti fizičke atraktivnosti i realnih rezultata dobivenih na testu inteligencije i skalama društvenosti i samopoštovanja.

Također smo provjerili postoje li razlike u procjenama i realnim rezultatima kada ispitanike podijelimo na atraktivne i neatraktivne, te simpatične i nesimpatične. Što se inteligencije tiče nema razlike ni u procjenama, ni u realnim rezultatima između atraktivnih i neatraktivnih osoba. To bi moglo značiti da se o inteligenciji ne zaključuje na osnovi izgleda osobe, što je u skladu s našim rezultatima dobivenim kod prvog problema. Pokazalo se da nema povezanosti između atraktivnosti i procijenjene inteligencije. Osim toga atraktivniji nisu realno inteligentniji, tj. u realnim rezultatima se statistički ne razlikuju ove dvije skupine ispitanika. Ovi rezultati nam govore da osobe koje smatramo inteligentnijima ne moraju biti i atraktivnije, tj. da na osnovi atraktivnosti ne zaključujemo o inteligenciji.

Rezultati dobiveni za društvenost i samopoštovanje pokazuju da se atraktivni i neatraktivni realno ne razlikuju u te dvije osobine, ali procjene se statistički značajno razlikuju. Pokazalo se da atraktivne osobe procjenjuju kao društvenije i višeg samopoštovanja iako ta razlika realno ne postoji, tj. realno se te dvije skupine ispitanika ne razlikuju u društvenosti i samopoštovanju. Također, rezultati su pokazali da su atraktivne osobe precijenjene u procjeni društvenosti i samopoštovanja.

Osim toga, rezultati našeg istraživanja pokazuju da nema značajne povezanosti simpatičnosti i realnih rezultata dobivenih na testu inteligencije i skalama društvenosti i samopoštovanja.

Kada su ispitanici podijeljeni prema simpatičnosti, rezultati pokazuju razlike u procjenama kod sve tri osobine. Osim toga, pokazalo se da postoji razlika u realnoj inteligenciji između simpatičnih i nesimpatičnih ispitanika. Ovi rezultati se mogu objasniti tako da osobe koje smatramo inteligentnijima s vremenom postaju inteligentnije zbog djelovanja na motivaciju ili pružanje pomoći. Nastavnici će više motivirati simpatične učenike i posvećivat će im više pažnje, više će s njima raditi. To sve dovodi do boljeg uspjeha učenika. Osobe od kojih očekujemo da će postići više, s vremenom će više i postizati. Što se tiče društvenosti i samopoštovanja, također realne razlike ne postoje između simpatičnih i nesimpatičnih, ali se simpatične precjenjuje u procjenama ove dvije osobine.

Dakle, rezultati našeg istraživanja su pokazali da postoji statistički značajna povezanost fizičke atraktivnosti sa procjenama simpatičnosti i društvenosti, ali ne i s procjenama ostalih osobina. Ako se kontrolira faktor simpatičnosti, fizička atraktivnost je i dalje povezana sa procjenom društvenosti, a s procjenama ostalih osobina nije. Kada smo provjerili povezanost realnih rezultata i procjena osobina, povezanost je pronađena samo kod inteligencije. Pokazalo se da nema značajne povezanosti fizičke atraktivnosti i realnih rezultata ispitanika. Vidimo da su naši rezultati djelomično u skladu s očekivanjima, a razlog tome je vjerojatno taj što nisu korištene samo ekstremno lijepe i ružne osobe kao u drugim istraživanjima, već sve fotografirane osobe. No, time smo približili situaciju realnim životnim situacijama.

## V. ZAKLJUČAK

Cilj ovog istraživanja bio je provjeriti postoji li povezanost između procijenjene fizičke atraktivnosti osoba, procijenjenih osobina (samopoštovanja, simpatičnosti, društvenosti, uspjeha i inteligencije) i stvarnih osobina (samopoštovanja, društvenosti i inteligencije).

Dobiveni rezultati djelomično potvrđuju naše hipoteze. Rezultati su pokazali da je fizička atraktivnost statistički značajno povezana sa procjenom simpatičnosti ( $r=0,485$ ) i s društvenosti ( $r=0,465$ ). Korelacije su pozitivne, što znači ako je veći rezultat na skali fizičke atraktivnosti, veći je i na dvije navedene skale, tj. fizički atraktivnije osobe procjenjivane su simpatičnijima i društvenijima. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s našom pretpostavkom.

Drugi naš problem odnosi se na povezanost fizičke atraktivnosti i procjenjivanih osobina, ako se kontrolira faktor simpatičnosti. Kad smo izuzeli faktor simpatičnosti pokazala se značajnom povezanost fizičke atraktivnosti i društvenosti ( $r=0,34$ ). Pretpostavka da ako izuzmemo faktor simpatičnosti nećemo pronaći povezanost između procijenjene fizičke atraktivnosti i ostalih osobina koje ispitujeemo nije potvrđena.

Pretpostavka je da postoji povezanost procijenjenih osobina ispitanika i rezultata koje su postigli na testu i upitnicima. Statistički značajna povezanost postoji kada govorimo o inteligenciji ( $r=0,432$ ), ali ne i za ostale dvije osobine. Pozitivna korelacija ukazuje na to da su osobe sa većim rezultatom na testu inteligencije procjenjivane kao inteligentnije od osoba s manjim rezultatom na testu.

Nema značajne povezanosti fizičke atraktivnosti i realnih rezultata ispitanika. Procjene društvenosti i samopoštovanja procjenjivane su za atraktivnije ispitanike, dok su njihovi realni rezultati bili neovisni o atraktivnosti. Osim toga, simpatičniji su procjenjivani kao inteligentniji, društveniji i višeg samopoštovanja, no pokazalo se da su realni rezultati na testu inteligencije simpatičnijih ispitanika značajno viši.

## VI. LITERATURA

1. ASCHMORE R. D. & DEL BOCA F. K. (1979). *Sex Stereotypes and Implicit Personality Theory: Toward a Cognitive – Social Psychological Conceptualization*. *Sex Roles*, 5, 219-248.
2. BEZINOVIĆ, P. (1988). *Percepcija osobne kompetentnosti kao dimenzija samopoimanja*. Doktorska disertacija. Filozofski fakultet. Zagreb.
3. BIŠĆANIĆ, L. (1995). *Istraživanje povezanosti samopoštovanja i sociometrijskog statusa*. Diplomski rad. Filozofski fakultet. Zagreb.
4. CUNNINGHAM M. R., ROBERTS A. R., BARBEE A. P., DRUEN P. B. & WU C. H. (1995). *Their Ideas of Beauty Are, on the Whole, the Same as Ours: Consistency and Variability in the Cross – Cultural Perception of Female Physical Attractiveness*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 261–279.
5. DION K., BERCHEID E. & WALSTER E. (1972). *What is beautiful is good*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
6. EAGLY A. H., ASHMORE R. D., MAKHIJANI M. G. & LONGO L. C. (1991). *What Is Beautiful Is Good, But...: A Meta- Analytic Review of Research on the Physical Attractiveness Stereotype*. *Psychological Bulletin*, 110, 109-128.
7. FEINGOLD, A. (1992). *Good-looking people are not what we think*. *Psychological Bulletin*, 111, 2, 304-341.
8. FEINGOLD, A. & MAZZELLA R. (1998). *Gender differences in body image are increasing*. *Psychological Science*, 9, 3, 190-195.
9. LACKOVIĆ-GRGIN, K. (1994). *Samopoimanje mladih*. Naklada Slap. Jastrebarsko.
10. LANGLOIS J. H. & ROGGMAN L. A. (1990). *Attractive Faces are Only Average*. *Psychological Science*, 1, 115.-121.

11. LANGLOIS J. H., KALAKANIS L., RUBENSTEIN A. J., LARSON A., HALLAM M. & SMOOT M (2000). *Maxims or Myths of Beauty? A Meta-Analytic and Theoretical Review*. Psychological Bulletin, a26, 390-423.
12. MYERS D. G. (1993). *Social Psychology*. Mc Graw-Hill, Inc.
13. PATZER G. L. (1985). *The Physical attractiveness Phenomena*. Plenum Press, New York.
14. PENNINGTON D. C. (1997). *Osnove socijalne psihologije*. Naklada Slap. Jastrebarsko.
15. PETZ B. (1992). *Psihologijski riječnik*. Prosvjeta. Zagreb.
16. PETZ B. (1997). *Osnove statistike za nematematičare*. Slap. Jastrebarsko.
17. SCHNEIDER D. J. (1973). *Implicit Personality Theory: A Review*. Psychological Bulletin. 79, 294-309.
18. SOBOTA I. (1998). *Problemni test (A): Priručnik*. Hrvatski zavod za zapošljavanje. Zagreb.
19. VELIĆ, R.; KAMENOV, Ž. I SIMIĆ, O. (2000). *Što se krije pod pojmom «samomotrenje»? Prilog analizi Snyderova konstrukta*. Suvremena psihologija 3, 1-2, 79-98.

## **VII. PRILOZI**



## Prilog 2 - Skala društvenosti

### Skala S M S - II

#### UPUTA:

Dolje napisane tvrdnje odnose se na Vaše osobne reakcije na niz različitih situacija. Među tim tvrdnjama nema dvije jednake i zato prije odgovaranja razmotrite pažljivo svaku tvrdnju. Ako je tvrdnja TOČNA ili UGLAVNOM TOČNA kada je u pitanju Vaše ponašanje, zaokružite slovo T, a ako je tvrdnja NETOČNA ili UGLAVNOM NETOČNA zaokružite slovo N. Važno je da odgovorite na svaku tvrdnju, i to što iskrenije možete.

|    |   | <i>Odgovori</i> |
|----|---|-----------------|
| 1. | <b>Teško mi je imitirati ponašanje drugih.</b>  | T N             |
| 2. | <b>Mogu improvizirati razgovor čak i o temama o kojima gotovo ništa ne znam.</b>                        | T N             |
| 3. | <b>Vjerojatno bih bio/bila dobar/ra glumac/ica.</b>   | T N             |
| 4. | <b>U grupi ljudi rijetko sam u centru pažnje.</b>   | T N             |
| 5. | <b>Nisam baš naročito uspješan/na u nastojanju da se svidim drugima.</b>                                | T N             |
| 6. | <b>Nikad nisam bio/bila uspješan/na u igrama poput pantomime ili improvizirane glume.</b>               | T N             |
| 7. | <b>Teško mi je mijenjati ponašanje da bih udovoljio/la različitim ljudima i različitim situacijama.</b> | T N             |
| 8. | <b>Na zabavama prepuštam drugima da pričaju šale i održavaju atmosferu.</b>                             | T N             |
| 9. | <b>Osjećam se donekle neprikladno u društvu i ne ispadam baš onako kako bi trebalo.</b>                 | T N             |



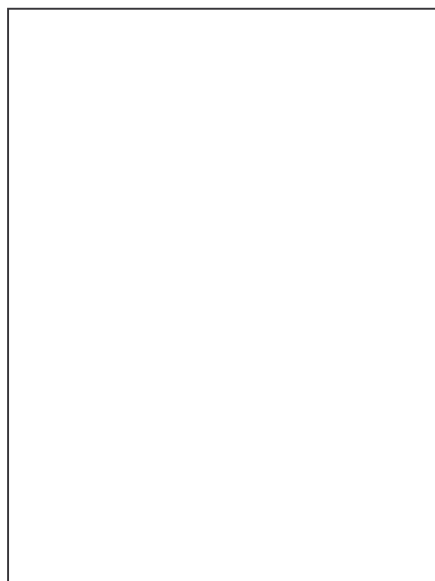
### **Prilog 3 – Poziv na sudjelovanje u istraživanju**

#### **POZIV NA SUDJELOVANJE:**

**Pozivamo vas da sudjelujete u istraživanju iz područja socijalne percepcije u svrhu izrade diplomske radnje. Istraživanja su pokazala da postoji stereotip vezan uz utjecaj fizičke atraktivnosti. Ljudi su skloni pripisivati neke osobine drugim ljudima na temelju fizičkog izgleda. Molimo vas da ispunite neke upitnike i testove, te da nam dozvolite da vas fotografiramo. Ovo je prvi dio ispitivanja koji nam je potreban da bismo sastavili upitnik za drugi dio ispitivanja u kojem će sudjelovati srednjoškolci. Na temelju vaše fotografije, bez rezultata na vašim testovima i bez vaših podataka neki drugi ispitanici (srednjoškolci) će na raznim skalama procjenjivati koliko smatraju da je neka osobina karakteristična za vas. Mi ćemo njihove procjene korelacijski usporediti sa vašim rezultatima postignutim na testovima i upitnicima da bismo provjerili koliko su njihove procjene točne. Istraživanje je anonimno, a vaše rezultate na upitnicima i testovima vidjet će samo eksperimentatori i oni će ostati tajni.**

Zahvaljujemo na sudjelovanju

## Prilog 4 – Procjena karakteristika osoba na fotografijama



|                                   |          |          |          |          |          |          |          |                                  |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------------------------------|
| <i>FIZIČKI<br/>NEPRIVLAČNA</i>    | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <i>FIZIČKI<br/>PRIVLAČNA</i>     |
| <i>USPJEŠNA<br/>U ŠKOLI</i>       | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <i>NEUSPJEŠNA<br/>U ŠKOLI</i>    |
| <i>NEPRIVAĆENA<br/>U DRUŠTVU</i>  | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <i>PRIHVAĆENA<br/>U DRUŠTVU</i>  |
| <i>NESIMPATIČNA</i>               | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <i>SIMPATIČNA</i>                |
| <i>VISOKOG<br/>SAMOPOŠTOVANJA</i> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <i>NISKOG<br/>SAMOPOŠTOVANJA</i> |
| <i>INTELIGENTNA</i>               | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <i>NEINTELIGENTNA</i>            |

## Prilog 5 – Uputa u drugom dijelu ispitivanja

**SPOL:**      M      Ž

### **UPUTA:**

Sudjelujete u istraživanju kojim se ispituje procjena osobina ljudi na osnovi njihovih fotografija.

Na slijedećim stranicama se nalazi po jedna fotografija i ispod nje niz skala omeđenih pridjevima suprotnog značenja. Vaš je zadatak da na svakoj skali procijenite koji bi od dva predložena pridjeva u većoj mjeri odgovarao osobi na fotografiji. Zaokruživanjem određenog broja na skali ukazat ćete u kojoj se mjeri, po Vašem mišljenju, taj pridjev veže uz osobu prikazanu na fotografiji.

Na primjer, jedna skala može izgledati ovako:

**TOPLA      3   2   1   0   1   2   3      HLADNA**

Ako na primjer smatrate da se uz osobu prikazanu na fotografiji više veže pridjev **TOPLA** nego **HLADNA**, zaokružiti ćete jedan od brojeva na lijevoj strani skale. Ako je za Vas prikazana osoba izrazito topla zaokružiti ćete broj 3, ako je manje topla broj 2 ili 1. Isti princip vrijedi ako se odlučite za pridjev hladna, s tim da ćete zaokružiti broj na desnoj strani skale. Nulu (0) ćete zaokružiti kad smatrate da se niti jedan od predloženih pridjeva ne može povezati uz procjenjivanu osobu, odnosno kad smatrate da se oba pridjeva jednako vežu uz tu fotografiju.

Molimo Vas da osobu na fotografiji procijenite na svakoj skali, zaokruživanjem samo jednog broja na toj skali.

Ako vam je neka od prikazanih osoba poznata, ispod fotografije napišite **POZNATA MI JE**.

*Zahvaljujemo na sudjelovanju*

**Prilog 6 - Korelacije fizičke atraktivnosti i simpatičnosti i procjene ostalih osobina ovisno o stupnju atraktivnosti i simpatičnosti (N=18)**

|                     |                         | fizička<br>atraktivnost | simpa-<br>tičnost | inteli-<br>gencija | uspjeh<br>u školi | društve-<br>nost | samo-<br>poštovanje |
|---------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------|-------------------|------------------|---------------------|
| <b>NEATRAKTIVNE</b> | fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,465*            | 0,230              | 0,130             | 0,450            | 0,280               |
|                     | simpatičnost            |                         | 1,000             | 0,290              | 0,160             | 0,390            | 0,190               |
| <b>ATRAKTIVNE</b>   | fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,505*            | 0,245              | 0,190             | 0,480*           | 0,300               |
|                     | simpatičnost            |                         | 1,000             | 0,355              | 0,280             | 0,390            | 0,195               |
| <b>NESIMPATIČNE</b> | fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,475*            | 0,225              | 0,135             | 0,455            | 0,285               |
|                     | simpatičnost            |                         | 1,000             | 0,300              | 0,190             | 0,375            | 0,145               |
| <b>SIMPATIČNE</b>   | fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,495*            | 0,250              | 0,185             | 0,475            | 0,295               |
|                     | simpatičnost            |                         | 1,000             | 0,345              | 0,255             | 0,405            | 0,240               |

\* - razina značajnosti 0,05

**Prilog 7a – Parcijalne korelacije fizičke atraktivnosti i procjena ostalih osobina ako se izuzme faktor simpatičnosti ovisno o stupnju atraktivnosti i simpatičnosti (N=18)**

|                            |                         | fizička<br>atraktivnost | inteligencija | uspjeh<br>u školi | društve-<br>nost | samo-<br>poštovanje |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|-------------------|------------------|---------------------|
| <b>NEATRA-<br/>KTIVNE</b>  | fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,100         | 0,325             | 0,450            | 0,215               |
| <b>ATRA-<br/>KTIVNE</b>    | fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,050         | 0,355             | 0,250            | 0,260               |
| <b>NESIMPA-<br/>-TIČNE</b> | fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,080         | 0,040             | 0,340            | 0,260               |
| <b>SIMPA-<br/>TIČNE</b>    | fizička<br>atraktivnost | 1,000                   | 0,090         | 0,060             | 0,340            | 0,205               |

\* - razina značajnosti 0,05

**Prilog 7b – Parcijalne korelacije simpatičnosti i procjena ostalih osobina ako se izuzme faktor fizičke atraktivnosti ovisno o stupnju atraktivnosti i simpatičnosti (N=18)**

|                            |              | simpati-<br>čnost | inteligencija | uspjeh<br>u školi | društve-<br>nost | samo-<br>poštovanje |
|----------------------------|--------------|-------------------|---------------|-------------------|------------------|---------------------|
| <b>NEA TRA-<br/>KTIVNE</b> | simpatičnost | 1,000             | 0,210         | 0,110             | 0,235            | 0,070               |
| <b>ATRA-<br/>KTIVNE</b>    | simpatičnost | 1,000             | 0,260         | 0,210             | 0,180            | 0,020               |
| <b>NESIMPA-<br/>TIČNE</b>  | simpatičnost | 1,000             | 0,225         | 0,140             | 0,210            | 0,0005              |
| <b>SIMPA-<br/>TIČNE</b>    | simpatičnost | 1,000             | 0,240         | 0,185             | 0,210            | 0,090               |

\* - razina značajnosti 0,05