

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra psychologie

VLIV INTOXIKACE ALKOHOLEM NA
VNÍMÁNÍ FYZICKÉ ATRAKTIVITY
ALCOHOL INTOXICATION EFFECT ON PERCEPTION OF
PHYSICAL ATTRACTIVENESS



Bakalářská práce

Autor: **Mgr. Petra Machátová**

Vedoucí práce: **PhDr. Daniel Dostál, Ph.D.**

Olomouc

2022

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu své práce PhDr. Danielovi Dostálovi, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady, trpělivost, vstřícnost a čas při konzultacích. Zároveň bych chtěla poděkovat mé rodině za jejich pomoc během psaní mé práce. Také děkuji všem dobrovolníkům, kteří se ochotně zapojili do výzkumu.

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou prací na téma: „*Vliv intoxikace alkoholem na vnímání fyzické atraktivity*“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis

OBSAH

Číslo	Kapitola	Strana
	OBSAH	3
	ÚVOD	5
	TEORETICKÁ ČÁST	6
1	Alkoholické nápoje	7
	1.1. Definice a složení	7
	1.2. Vstřebávání a odbourávání ethanolu	7
	1.3. Účinky alkoholu na lidské tělo	8
	1.4. Účinky alkoholu na psychiku	11
	1.5. Metody indikace alkoholu v těle	12
2	Fyzická atraktivita	14
	2.1. Definice pojmu	14
	2.2. Aspekty fyzické atraktivity.....	15
	2.2.1 Obecná atraktivita těla.....	15
	2.2.1 Atraktivita tváře.....	17
	2.3. Význam fyzické atraktivity	19
3	Vliv alkoholu na vnímání atraktivity	21
	3.1. Vliv konzumace alkoholu na hodnocení atraktivity tváře	21
	3.2. Spotřeba alkoholu zvyšuje hodnocení atraktivity tváře opačného pohlaví: možná třetí cesta k rizikovému pohlavnímu styku.....	22
	3.3. Posudek účinku konzumace alkoholu na hodnocení atraktivity.....	24
	3.4. Intoxikace alkoholem snižuje schopnost rozlišovat asymetrii: příčina zvýšeného vnímání atraktivity tváře po konzumaci alkoholu?	25
	3.5. Může být krása ignorována? Implicitní test tzv. efektu pivních brýlí	26
	3.6. Konzumace alkoholu a vnímání atraktivity v přirozeném prostředí	26
	3.7. Vnímání fyzické atraktivity u abstinujících a intoxikovaných alkoholem: metaanalýza.....	27
	3.8. Další studie	28
	VÝZKUMNÁ ČÁST	29
4	Výzkumný problém	30
5	Pilotní studie v přirozených podmínkách	31
	5.1. Typ výzkumu a použité metody	31
	5.1.1 Design výzkumu a testové metody.....	31
	5.1.1.1. Dotazník AUDIT	32
	5.1.1.1. Stupnice VAS	33
	5.2. Formulace hypotéz ke statistickému testování	34
	5.3. Sběr dat a výzkumný soubor	34

5.3.1	Výzkumný soubor	34
5.3.2	Etické hledisko a ochrana soukromí.....	35
5.4.	Práce s daty a její výsledky	35
6	Laboratorní experiment.....	39
6.1.	Design experimentu a testové metody.....	39
6.1.1	Dotazník STAI	39
6.2.	Formulace hypotéz ke statistickému testování	40
6.3.	Výzkumný soubor	40
6.4.	Průběh experimentu.....	41
6.5.	Práce s daty a její výsledky	42
7	Diskuze	45
8	Závěr.....	49
9	Souhrn	50
	LITERATURA.....	52
	PŘÍLOHY.....	58

ÚVOD

Stalo se Vám, že jste se v baru seznámili s pohledným mužem či ženou, ale na další schůzce se Vám jevil dotyčný či dotyčná o něco méně atraktivnější nebo dokonce úplně nesympaticky? Pravděpodobně jste podleli tzv. efektu pивních brýlí. Teorie tohoto fenoménu se zakládá na tezi, že konzumace alkoholických nápojů zvyšuje hodnocení atraktivity opačného pohlaví. Opravdu to funguje? Za jakých podmínek? Působí stejně na muže i ženy? V následujících kapitolách se na tyto otázky pokusím odpovědět.

Protože je tento efekt spojen se situačním kontextem, rozhodla jsem se tuto teorii ověřit nejprve v přirozeném prostředí, kde se lidé běžně chodí bavit, seznamovat a při té příležitosti pijí alkohol. Ve vybraných barech, restauracích a klubech vytipuji osoby odhadem spadající do věkového období mladé dospělosti (zhruba od 20 – 35 lety) a nechám je ohodnotit soubor fotografií. Výzkumný problém budu rovněž zkoumat v laboratorních podmínkách.

V teoretické části se zaměřím na téma alkohol a jeho působení na organickou i mentální stránku lidského těla. Podstatné budou i metody detekce alkoholu v těle. Druhým okruhem mého zájmu bude fyzická atraktivita, její prvky a samotný význam. V závěru Vás seznámím s provedenými zahraničními studiemi, které souvisejí s alkoholem a hodnocením atraktivity.

TEORETICKÁ ČÁST

1 ALKOHOLICKÉ NÁPOJE

V této kapitole se budu věnovat obecně složením alkoholickým nápojům, jejich účinkům na lidský organismus a psychiku. Podrobně budou popsány jednotlivá stádia opilsti a na závěr metody měření alkoholu v těle.

1.1. Definice a složení

Za alkoholický nápoj se obecně považuje jakýkoliv nápoj, který obsahuje více než 0,5 % etanolu (zákon č. 65/2017 Sb.). Hlavní složkou alkoholických nápojů je alkohol neboli odborně etylalkohol, chemicky ethanol (C_2H_5OH). Je to bezbarvá kapalina s ostrou alkoholovou vůní, dobře mísitelná s vodou a řadíme ji mezi psychotropní látky, z důvodů jejího působení na nervový systém (Kvapilík & Svobodová, 1985). Kvůli chemickým reakcím, které v těle vstřebávání a zpracování ethanolu způsobuje, navozují alkoholické nápoje pocity uvolnění a euforických stavů, případně při větších dávkách naopak útlum celého organismu, nevolnost, ztrátu vědomí, či dokonce otravu, která může být i život ohrožující (Zvěřina, Janhuba, Emmerová, Racek, & Špičák, 2012).

1.2. Vstřebávání a odbourávání ethanolu

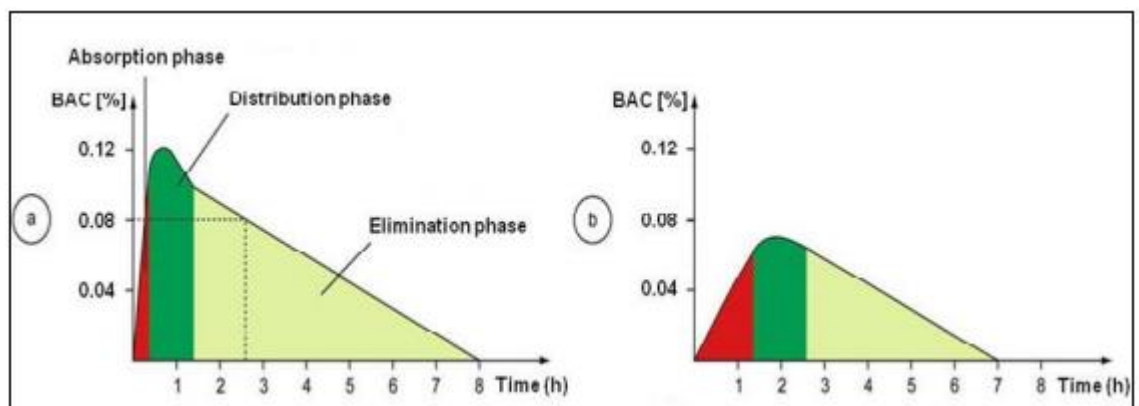
Specifikem ethanolu je to, že se z velké většiny metabolizuje (tedy vstřebává přímo do organismu). Pouze 5 – 10 % etanolu je vyloučeno z těla prostřednictvím dýchání, případně vyloučeno močí, zbytek se do organismu dostává obvykle především trávící soustavou, a to v zásadě skrze celou její délku. Prvotní vstřebávání alkoholu do organismu nastává již při prvním kontaktu alkoholu v dutině ústní, nicméně nejvíce je alkohol vstřebáván do těla v tenkém střevě (Griffith, 2004). Z tohoto místa se ethanol dostává do krve, to se projeví zhruba po 30 až 90 minutách, kdy je dosaženo maximální koncentrace ethanolu v krvi po požití alkoholu. Následně putuje do jater, srdce a dále do celého těla. Míra koncentrace alkoholu v jednotlivých orgánech závisí na jejich prokrvení, nejvíce je zasažen mozek, játra a ledviny. Rovněž vstřebávání ethanolu do organismu je individuální, záleží na obsahu žaludku, míru prokrvení sliznice a také na druhu a koncentraci alkoholického nápoje. Nápoje vypité na lačno, s vyšším obsahem alkoholu, koncentrované nebo s obsahem oxidu uhličitého se vstřebávají rychleji (viz obrázek 1). Naproti tomu ledové a sladké nápoje jsou

vstřebávají pomaleji. Pokud je alkoholický nápoj konzumován bezprostředně po jídle, může se část ethanolu navázat na bílkoviny v potravě a nevstřebat se vůbec (Heller, Pecinová, & Zima, 2011).

Odbourávání ethanolu v organismu probíhá konstantně v jaterních buňkách a nelze ho příliš ovlivnit. Rychlost, jakou se organismus zbavuje ethanolu, závisí především na tom, jakým enzymovým systémem je daný jedinec vybaven, ten se liší u pohlaví a jednotlivých ras (Ehrmann, 2006). U příležitostně pijících mužů je odbouráno za hodinu přibližně 100 mg ethanolu na kilogram tělesné hmotnosti u žen pouze 85 mg. Naopak u chronických alkoholiků je vylučování ethanolu významně urychleno (Kasper, 2015).

Obrázek 1 graficky zobrazuje časový průběh vstřebávání a odbourávání alkoholu v organismu s jídlem a bez. Procentuální podíl alkoholu v krvi je zde vyjádřeno jednotkou BAC, hodnota je 10 x nižší než v jednotkách promile (např. BAC 0,04 % znamená 0,04 g alkoholu na 100 ml krve) (Schnabel, E., 2011).

Obrázek 1: Absorpce a eliminace alkoholu v těle



(a – podání jedné dávky alkoholu bez jídla, b – podání ve více dávkách s jídlem, kresba převzata z Schnabel, E., 2011, s. 21).

1.3. Účinky alkoholu na lidské tělo

Alkohol má sice především negativní účinky na lidské tělo, ale v určitém množství mu naopak může i prospět. Například studie Americké lékařské společnosti tvrdí, že víno v omezených dávkách snižuje riziko srdečních onemocnění, či přímo snižuje riziko úmrtí na srdeční infarkt u věkové skupiny 55 – 64 let o 30 – 50 % (Nešpor, 2011). Protektivní účinky alkoholu konzumovaného v menším množství také potvrdila studie prováděná v Německu.

Při konzumaci do 20 g alkoholu denně byl zjištěn pozitivní dopad na koronární cévy a tím i nižší riziko prodělání srdečního infarktu (Kasper, 2015). Do jisté míry může mít alkohol pozitivní účinek také na pohlavní styk, člověk požitím alkoholu ztrácí zábrany, zvyšuje sebevědomí, a také popouští uzdu větší sexuální fantazii, což jsou faktory, které mohou mít za následek intenzivnější a příjemnější prožití sexuálních zážitků (Řehan, 1994). Nicméně i tak se v lékařských kruzích považuje prakticky jakékoliv množství alkoholu za rizikové (Kvapilík & Svobodová, 1985).

Studie také prokázaly, že dlouhodobá zvýšená konzumace alkoholu výrazně ovlivňuje fyzický vzhled jeho uživatele. To se obvykle projevuje předčasným stárnutím pleti a její obecnou zhoršenou kvalitou a zvýšeného výskytu vrásek (Řehan, 1994). Dermatologové jsou schopni podle stavu kůže rozpoznat některé příznaky onemocnění spojené se zneužíváním alkoholu. Nejčastěji se vyskytující kožní projevy typické pro zvýšené užívání alkoholu jsou kožní angiomy, které se objevují převážně na horní polovině těla. Žloutenka, která se projevuje zbarvením kůže, sliznice a především očního bělma, jsou sekundárními znaky vyvolané jaterní cirhózou. Často se vyskytuje tzv. hyperpigmentace neboli tmavé skvrny a hematomy. Mohou se také vytvářet nejrůznější orální změny, záněty nehtů a v krajním případě i rakovina kůže. Neobvyklá reakce, jež může nastat po požití ethanolu je kopřivka, ta se může projevit už do několika minut po konzumaci. Bylo rovněž prokázáno, že alkohol zhoršuje kožní onemocnění jako jsou psoriáza nebo seborea (Liu, Lien, & Fenske, 2010).

Alkohol obsahuje převážně pouze sacharidy a buď žádné nebo pouze minimální množství esenciálních živin tzv. prázdné nosiče energie, které tělu nedodávají potřebné živiny. Pravidelná či chronická konzumace alkoholu tedy může vést paradoxně ke dvěma opačným účinkům. Jedním z nich může být obezita, způsobená konzumací alkoholu v menších dávkách spolu s jídlem. V tomto případě funguje alkohol jako adiční prvek, tím, že zvyšuje kalorický obsah jídel (Kasper, 2015). Na straně druhé může dojít k podvýživě organismu, tzv. substitučnímu působení, pokud daná osoba užívá alkohol na úkor běžné stravy. Tento trend se vyskytuje zejména u žen (Mudra & Rušavý, 2004).

Užívání alkoholu rovněž negativně ovlivňuje kvalitu spánku, především pak užívání alkoholu ve večerních hodinách. Může se sice zdát, že jedna nebo dvě sklenky alkoholu před spánkem pomohou rychleji a zdánlivě lépe usnout, avšak velmi rychle dochází ke zvýšení tolerance a nutnosti zvyšovat dávky potřebné pro navození hypnotického účinku (Řehan, 1994). Alkohol negativně ovlivňuje kvalitu samotného spánku, dochází ke změně poměru

REM/ nREM spánku a dochází tak k narušení REM fáze. Pravidelné pití alkoholu tak může vést ke spánkovým poruchám nebo příčině nespavosti. To také potvrzuje studie Moskowitze a Fiorentina, jež prokázala zkrácení doby spánkové latence již při požití velmi malé dávky alkoholu (0,1 ‰) (Zvěřina et al., 2012).

Rakovina sama o sobě představuje celosvětově hlavní příčinu úmrtí. Ačkoliv nejsou přesně známé mechanismy, jakými přesně alkohol ovlivňuje vznik rakovinného bujení, bylo již prokázáno, že užívání alkoholu má vliv na vznik přinejmenším na sedmi druhů rakoviny – dutiny ústní, hltanu, hrtanu, jícnu, jater tlustého střeva a konečníku a prsu (Bagnardi et al., 2015). Podle statistik WHO je alkohol příčinou 4,2 % úmrtí na rakovinu, přičemž v Evropě je toto číslo ještě vyšší – udává se až 6 % úmrtí na rakovinu je zapříčiněno alkoholem (WHO, 2018).

Nadměrné užívání alkoholu může být původcem celé řady dalších zdravotních komplikací a onemocnění. Častý je například vznik a rozvoj žaludečních vředů, osteoporóza, osteonekróza, atrofie svalů, chudokrevnost, postižení slinivky břišní atd. Alkohol také vede ke zvýšení krevního tlaku, což má (mimo jiné) za následek také rozvoj různých srdečních chorob (Nešpor, 2011; Kvapilík & Svobodová, 1985). Mezi obvykle nejvíce postižené orgány však patří trávicí trakt a játra. U jater hrozí například riziko vzniku a rozvoje jaterní cirhózy, při které je jaterní tkáň postupně nahrazována tuhou, jizevnatou hmotou, kvůli čemuž přestávají játra plnit svou funkci – tedy vitálně důležitou látkovou výměnu a detoxikaci organismu (Ehrmann, 2006).

Alkohol také nepříznivě ovlivňuje plodnost. Chronická konzumace alkoholu může nepříznivě působit na potenci u mužů, a z dlouhodobého hlediska vede alkohol ke sníženému počtu a kvalitě spermií. U žen může mít za následek sníženou plodnost a poruchy menstruačního cyklu (Muthusami & Chinnaswamy, 2005).

Specifikem nadměrného požívání alkoholu je stav zvaný delirium tremens („*třesoucí se šílenství*“). Jedná se o alkoholové delirium, které je na jakémsi pomezí fyzických a psychických projevů užívání alkoholu. Delirium tremens je v zásadě soubor těžkých abstinčních příznaků u lidí, kteří mají obvykle již těžkou závislost na alkoholu, a kteří přestanou alkohol užívat. Jedná se o velice vážný stav, který člověka ohrožuje na životě (uvádí se až 5 – 15% úmrtnost) (Skála, 1957). Delirium tremens se obvykle projevuje narušením kognitivních funkcí, pocením, křečemi a obvykle také halucinacemi. Mohou se dostavit euforické, nebo naopak depresivní stavy, agresivita či paranoia. Tento stav může

trvat i několik dnů, a život ohrožující je především riziko srdečního nebo dechového selhání, takže je obvykle nutná hospitalizace na jednotce intenzivní péče. Pokud člověk tyto stavy překoná, obvykle si z těchto stavů nic nepamatuje, nebo jen velmi málo (Kvapilík & Svobodová, 1985)

1.4. Účinky alkoholu na psychiku

Účinky alkoholu se samozřejmě neprojevují jen na těle, ale také na mysli. Konzumace alkoholu v omezené míře může mít příznivé účinky nejen na lidské tělo a jednotlivé orgány, ale také i na lidskou psychiku. Jedním z důvodů, proč se z alkoholických nápojů stal natolik rozšířený fenomén, je jejich schopnost navodit příjemné, uvolněné stavy. V menších dávkách dokáže alkohol navodit pocity uklidnění, a dokáže odstranit nervozitu, psychické napětí i úzkost a rovněž se dostavuje zvýšené sebevědomí (Kvapilík & Svobodová, 1985). Prožívání těchto pocitů je však značně individuální a je ovlivněno celou řadou faktorů, jako je osobnost konzumenta, kulturní zázemí či předchozí zkušenosti s alkoholem. Vyšší dávky konzumovaného alkoholu naopak mění euforickou náladu na pokleslou až depresivní (Edwards, 2004). Byla také prokázána spojitost agresivity a konzumace alkoholu, ačkoliv je příčina agresivity multifaktoriální a extrémně složitý jev, určité signifikantní spojitosti uvádí např. studie Bushmana a Coopera (1990) nebo novější Parrotta a Eckhardta (2018).

Řada výzkumných studií se zabývá vlivem alkoholu na vědomí člověka. Pozornost a vigilance osob je výrazněji ovlivněna až při vyšších dávkách alkoholu, studie uvádí hladinu od 0,8 ‰ alkoholu v krvi. Naproti tomu schopnost distribuce pozornosti, zpracování informací a paměť je značně narušena již při velmi nízké hladině alkoholu v krvi, studie uvádějí rozmezí mezi 0,1 – 0,2 ‰. Oslabení psychomotorických dovedností studie uvádí už při 0,4 ‰ v krvi, a se vzrůstající hladinou lineárně stoupá i jejich míra (Zvěřina et al., 2012).

Intoxikace alkoholem se obvykle popisuje podle tzv. klasifikace opilosti. Existuje řada různých klasifikací, některé jsou spíše obecného charakteru a řadí stádia opilosti do tří stupňů – lehká, střední a těžká. Já zde uvedu podrobnější klasifikaci, která se běžně používá v lékařských kruzích (Kalina, 2008).

Excitační fáze opilosti se projevuje do hodnoty 0,99 ‰ alkoholu v krvi. Člověk v této fázi opilosti je hovornější než obvykle, má uvolněnější až euforickou náladu. Dochází k odstranění zábran a zvýšení sebevědomí, naopak se zhoršují kognitivní funkce a sebekritičnost (Kalina, 2008).

Hypnotické stádium opilosti nastává při obsahu alkoholu v krvi v rámci hodnot 1,00 – 1,99 ‰. V tomto stádiu se již projevuje značná náladová labilita – nálada se může ještě zlepšit, nebo může dojít k jejímu zhoršení a celkovému útlumu, které může vést až ke spánku. Může docházet také k nenadálému střídání nálad. Dochází ke snížení zábran, což může vést k nevhodnému chování, agresivitě a v některých případech i sebevražedným tendencím. Psychomotorika je v této fázi opilosti již výrazně ovlivněna – dochází ke snížení koordinace a celkovému zpomalení pohybu. Je také výrazně snížena pozornost a prodlužuje se doba reakčního času (Kalina, 2008; Kvapilík & Svobodová, 1985).

Narkotické stádium se označuje rozmezí 2,00 – 2,99 ‰ alkoholu v krvi nastává stav těžké opilosti. Projevují se počáteční znaky poruchy dechového a oběhového centra. Jedinec má studenou pokožku, nastává hypertenze, tachykardie a hypotermie. Člověk v této fázi opilosti již není dost dobře schopen řeči ani samostatné chůze, může se dostavit stav hlubokého spánku. Projevují se také různé psychické poruchy, sklony k agresivní náladě nebo tendence k sebepoškození (Kalina, 2008).

Asfyktické stádium se označuje, když je hladina alkoholu na úrovni 3,00 – 5,00 ‰. V tomto stádiu vyhasínají primární reflexy a nastává bezvědomí. Pokud se člověk dostane nad hodnotu 4 ‰ alkoholu v krvi, hrozí riziko smrtelné otravy alkoholem, při kterém nastává komatózní stav. Nad 5 ‰ alkoholu v krvi se jedná o smrtelnou dávku zhruba u 50 % lidí následkem selhání centrálního dýchacího a oběhového systému (Kalina, 2008, Marhounová, 1995).

1.5. Metody indikace alkoholu v těle

Existuje celá řada metod měření obsahu alkoholu v těle, přičemž ty nejpřesnější se zakládají na analýze tělních tekutin. Jedná se například o analýzu krve, analýzu moči, analýzu slin, nebo pak analýzu vzorku vlasů či dechovou analýzu (Griffith, 2004).

V případě analýzy krve, která je obecně považována za nejpřesnější metodu měření obsahu alkoholu v těle vyšetřované osoby, je nevýhodou to, že pro její uskutečnění je potřeba kvalitně vybavená laboratoř, a navíc výsledky nejsou známy okamžitě. Přesnost výsledků také ovlivňuje časová prodleva mezi konzumací alkoholu a odběrem krve, z důvodu konstantního odbourávání alkoholu z těla. Naproti tomu analýza moči je naopak patrně tou nejlevnější přesnou variantou měření obsahu alkoholu v těle, přičemž nespornou výhodou je, že při této metodě je možné zjistit přítomnost alkoholu v krvi až sedm dnů

zpětně. Metoda analýzy slin je pak jednou z těch o něco méně spolehlivých a přesných (Kubička, 2011).

Test na základě analýzy vzorku vlasů je velmi praktický, jelikož je bezproblémový, a navíc zbytky ethylů se na složení vlasů dají zjistit i několik měsíců zpětně. Nevýhodou analýzy vzorku vlasů je ale jejich vysoká cena, jelikož se jedná o poměrně novou metodu (Kubička, 2011).

Nejběžněji se v České republice používají zařízení, která slouží ke stanovení koncentrace alkoholu ve vydechovaném plynu, tzv. analyzátory alkoholu v dechu laicky pak alkohol testery. Přístroje u nás měří v jednotkách promile alkoholu v krvi. Jedná se o hmotnostní promile, 1 ‰ představuje 1 g alkoholu na 1 kg krve. Velkou výhodou alkohol testerů je jejich rychlost a snadnost používání. Obsluhovat přístroj je velmi jednoduché, každý se to naučí během krátké doby. Oproti ostatním metodám, tak není zapotřebí specializovaný personál či vybavení. Abychom získali skutečné hodnoty, je potřeba dodržovat toto základní pravidlo. Při měření koncentrace alkoholu v dechu se doporučuje minimálně 15minutová prodleva od poslední konzumace nápojů či potravin s obsahem alkoholu. Tento časový interval je více než dostatečný k tomu, aby nedocházelo k záměně zbytkového alkoholu za alkohol, který je skutečně v krvi, potažmo v dechu testované osoby. V opačném případě by měření vykazovalo vysoké hodnoty koncentrace alkoholu, způsobené alkoholem, který zůstal po konzumaci v horních cestách dýchacích a dutině ústní (Kráal, 2017).

Rovněž se používá metoda výpočtu obsahu alkoholu v těle, která je však ta nejméně přesná, jelikož je založena na zjednodušeném modelu, který nemůže brát v potaz různé odlišnosti konkrétního člověka. Proto se jedná o metodu, která by měla být používána pouze v případech, kdy stačí jen orientační odhad množství alkoholu v těle vyšetřované osoby (Kalina, 2008).

2 FYZICKÁ ATRAKTIVITA

Kapitola se věnuje definici fyzické atraktivity a jejich jednotlivým aspektům, zvláště pak atraktivitě obličeje. Závěr této části se zabývá samotným významem atraktivity pro člověka.

2.1. Definice pojmu

Pojem atraktivita vychází z latinského slova „atrahere“ a znamená přitahovat (Kábrt & Kábrt, 2015). Z hlediska psychologie můžeme atraktivitu chápat jako náklonnost či sympatii. Atraktivita neboli přitažlivost představuje soubor kladných pocitů, jež jsou směřovány k druhému jedinci, součástí je také tendence vyhledávat jeho přítomnost (Hewstone & Stroebe, 2006). Rozlišujeme fyzickou a psychickou atraktivitu mezi nimiž jsou různorodé vztahy, obě však spojuje pojem sympatie (Nakonečný, 2002).

Fyzickou atraktivitu však nelze dost dobře definovat. Onen kýžený „ideál krásy“ lze aplikovat jen ve velmi obecném smyslu, který je obvykle sdílený v nějaké určité skupině obyvatel. Ideál krásy je však prakticky u každého člověka v nějaké rovině odlišný. V tomto směru se tedy lze spokojit pouze s tím, že pro každou osobu je atraktivní to, co se dané osobě líbí (Fialová, 2006).

Vnímání atraktivity se obecně považuje za subjektivní záležitost, stejnou osobu lze vnímat různě ve zcela odlišných situacích (například v restauraci a jinak v pracovním prostředí). Toto však vyvrátila metaanalýza, kterou provedla Langlois et al. (2000). Došli k závěru, že atraktivitu si člověk nestanovuje každý sám, ale existuje určité všeobecné pojetí tělesné atraktivity, podle které jedinec soudí a jedná s druhými lidmi. Ti, co jsou vyhodnoceni jako fyzicky přitažlivější, jsou více oblíbení a je s nimi lépe zacházeno.

Svou roli v posuzování atraktivity hrají také předsudky. Například vůči osobám, které lze považovat za obecně atraktivní, má mnoho lidí četné předsudky, jako například povýšenost, arogance, povrchnost, či například marnivost, což však zdaleka vždy nemusí být pravdou. Rovněž četné mohou být i předsudky o velmi atraktivních ženách, jelikož řada lidí snižuje jejich zásluhy a postavení z toho důvodu, že jich nedosáhli kvůli svým schopnostem, ale právě především kvůli své atraktivitě. Díky tomu se pak do jisté míry mohou některým osobám velmi atraktivní lidé jevit jako naopak méně atraktivní (Výrost & Slaměník, 2008).

Když se ale vrátíme k samotnému pojmu „fyzická atraktivita“, který už je specifictější, jelikož zahrnuje výhradně fyzické (vizuální) vlastnosti dané osoby. I ta je ovšem v řadě ohledů klamavá. Mnoho lidí může například na základě fotografie označit nějakou osobu za atraktivní, ale když jí pak uvidí „na živo“, už jim tolik atraktivní nepřipadá, případně naopak (Poněšický, 2008).

2.2. Aspekty fyzické atraktivity

Jednotlivé fyzické aspekty jsem rozdělila do dvou podkapitol, v první se budu obecně zabývat tělesnou přitažlivostí a druhá podkapitola se zaměřuje jen na část těla a tou je lidská tvář, která bývá uváděna jako vůbec nejdůležitější prvek při posuzování fyzické atraktivity.

2.2.1 Obecná atraktivita těla

Obvykle je však fyzická atraktivita posuzována podle obecného souhrnu řady různých tělesných aspektů – výška postavy, tělesná váha, poměr pasu a boků, barvou vlasů, věkem, držení a postojem těla, a u žen například ještě velikostí a tvarem poprsí (Výrost & Slaměnik, 2008).

Je však také potřeba zmínit fakt, že ideál především ženské krásy se měnil nejen napříč staletími, ale také napříč jednotlivými kulturami. Obvykle však jsou tyto vjemy chápány především s podvědomým vzhledovým vnímáním plodnosti žen. Například u nás ve střední Evropě (a obecně můžeme říct, že i v celé Evropě) považujeme za ideál krásy štíhlé, sportovní postavy. Naproti tomu v řadě oblastí Afriky i Asie je ideálem krásy postava, kterou bychom v Evropě považovali za obézní. I v tomto případě můžeme poznamenat, že se jedná o podvědomé vnímání potencionální reprodukce (Etcoff, 2002).

Například právě v řadě oblastí Afriky a Asie panuje relativní nedostatek potravin. To tedy pravděpodobně znamená, že daná osoba, která má nadváhu, žije v prostředí, kde je naopak potravin dostatek. To už tedy může být vnímáno jako určitá záruka toho, že v případě úspěšné reprodukce nebude její potomstvo v tomto ohledu strádat. Ale naopak v Evropě panuje relativní hojnost všeho, takže v tomto směru není tento aspekt natolik důležitý, a tedy hraje při podvědomém výběru partnera pro reprodukci mnohem méně výraznou roli (Barrett, Dunbar, & Lycett, 2007).

Vědci však v posledních desetiletích již přišli s teorií určitého univerzálního tělesného poměru, který je obecně vnímán jako atraktivní, a to jak u žen, tak i u mužů. U žen

se jedná o tzv. WHR index (*Waist-to-Hip Ratio*), tedy poměr mezi pasem a boky, přičemž čím větší je tento poměr, tím se zvyšuje atraktivita dané ženy u mužské populace. I v tomto případě se však jedná o jakési podvědomé vnímání možné plodnosti u žen. Pokud je totiž žena již těhotná, tento poměr se výrazně zmenšuje. Pokud však žena těhotná není, je tento poměr větší, což je pro muže jistý ukazatel toho, že žena je „dostupná“ k reprodukci (Singh, 1993; Weiss, 2009).

Mezi další fyzické rysy, jež představují fenotypovou kvalitu ženy, tedy zvyšují její atraktivnost u mužů patří velikost a symetrie prsou Manning (1997). Procento tělesného tuku a tón pleti, přičemž opálenější pleť je brána jako atraktivnější (Smith, Cornelissen, & Tovée, 2007). Velikost chodidel, kdy muži preferují spíše menší velikosti, než je průměr (Fessler et al., 2005).

Také BMI (*Body Mass Index*), tedy index tělesné hmotnosti, může být v jistém směru brán v potaz. Avšak v současnosti je již BMI spíše jakýmsi druhořadým nástrojem. Důvodem je jeho nízká výpovědní hodnota, která je postavena výhradně jen na tělesné hmotnosti, jelikož nebere v potaz distribuci této hmotnosti jako takové (Swami & Furnham, 2008). Podle studie Jintu Fana se ukazuje, že lepším faktorem pro hodnocení fyzické atraktivnosti těla je tzv. VHI (*Volume Height index*) česky index objem-výška. Výpočet VHI se provádí tak, že vydělíme objem těla v metrech krychlových druhou mocninou výšky v metrech. VHI se zdá být lepším ukazatelem tělesné zdatnosti. Například sportovci, jež mají výbornou fyzickou kondici, mohou mít relativně vysoké BMI, stejně jako někteří obézní lidé (Fan, Dai, Liu, & Wu, 2005).

Ve spojitosti s mužským ideálem tělesné krásy se používá SHR index (*Shoulder-to-Hip Ratio*), což je v zásadě poměr ramen k pasu. Případně je možné narazit také na pojem WCR (*Waist-to-Chest Ratio*), tedy poměr pas-prsa. Je možné naopak zase vnímat jako zvýšenou míru svalstva jedince, což je pro ženy podvědomě atraktivnější, jelikož je větší šance, že silnější muž dokáže lépe ochránit ženu, a tedy i jejich případné potomky (Hughes & Gallup, 2003).

Výraznou roli také hraje celková tělesná výška. Ženy si ve výrazné většině příkladů volí za partnery muže, kteří jsou vyšší než ony samy. Důvodem je především podvědomé vnímání síly, a potencionální ochrany před nebezpečím (Matějů et al., 2017).

Výzkum A. F. Dixsona a jeho kolegů se zabýval tělesnou konstitucí mužské postavy s využitím Sheldonovy konstituční typologie, jež definuje tělesnou konstituci ve vztahu k množství svalové hmoty, tělesné výšky a tělesného tuku. Výsledkem je třídimenziální systém, s úrovní ektomorfní (štíhlost), mezomorfní (svalnatost) a endomorfní (tloušťka). Autoři došli k závěru, že nejvíce atraktivní jsou považovány tzv. mezomorfní mužské postavy, jež jsou spojeny s fyzickou zdatností, silou a zdravím (Dixson et al., 2003). Hönekopp (2007) došel ve svém výzkumu k podobným výsledkům tedy, že svalnatější mužské postavy jsou hodnoceny jako atraktivnější.

Vnímání fyzické atraktivity má však také i rovinu společenskou. U mnoha lidí může už jen prostý fakt, že jsou ve společnosti spatřeni po boku atraktivní osoby, vytvářet dojem vyššího sociálního statusu, jež může vést k větší sebedůvěře, což pak samo o sobě může v důsledku naopak znamenat zvýšení jejich vlastní vnímané atraktivity u jiných (Výrost & Slaměnik, 2008).

2.2.1 Atraktivita tváře

Není pochyb o tom, že lidská tvář je jedním z nejdůležitějších aspektů samotné fyzické atraktivity, která bývá sama o sobě posuzována odděleně od samotné postavy. Každý je samozřejmě schopen sám posoudit, zda mu ten či onen obličej přijde atraktivní či nikoliv. Otázkou však nicméně je, podle jakých měřítek lidé posuzují atraktivitu tváře?

Stejně jako při hodnocení samotné postavy, tak i v případě tváře lidé podvědomě hodnotí biologické kvality daného jedince. Jedná se například o symetrii obličeje, mužské a ženské rysy v obličejí (pohlavně dimorfní znaky) a také například kvalita pleti (Fialová & Krch, 2012).

Co se vnímání symetrie obličeje týče, ta představuje jeden ze základních prvků atraktivity obličeje. Čím je tvář symetričtější, tím více se jeví jako atraktivní. Důležitý je zde také aspekt tzv. flukтуаční asymetrie. Definic tohoto pojmu je několik, avšak obecně můžeme říct, že se jedná o drobné, nahodilé rozdíly ve tváři, které mohou být způsobeny různými negativními jevy – působením patogenů, vývojovou nestabilitou a podobně. Tím že tyto drobné odchylky narušují celkovou symetrii obličeje, zároveň také snižují jeho celkovou atraktivitu. Plně symetrická tvář tak může být chápána jako genetická kvalita odolávat nežádoucím vlivům. To opět potvrzuje prostý fakt, že atraktivita je ve své podstatě podvědomé měřítko pro nalezení jedince s co nejzdravějšími geny (Blažek & Trnka, 2009).

Mezi další výrazné činitele atraktivity obličejů patří již zmíněné pohlavně dimorfní znaky. Ty jsou známy velmi dobře z živočišné říše, ačkoliv u lidí nejsou zdaleka tak výrazné, jako u jiných živočišných druhů. I zde jsou výrazné rozdíly mezi vnímáním atraktivity u žen a u mužů (Weiss, 2009). Muži obvykle u žen považují za atraktivní ty rysy, které jsou často ikonické pro dětské rysy, jako jsou menší nos, výrazné kulaté oči, kulaté tváře či kratší brada. I v tomto ohledu se nejedná o náhodu, tyto rysy jsou totiž spojeny s mladším dospělým věkem, kdy je žena nejplodnější, takže i zde se jedná o podvědomou snahu vyhledávat nejvhodnějšího partnera k reprodukci (Cunningham, 1986)

Naproti tomu vnímání těchto znaků u žen není zdaleka tak zřejmé. Studie, kterou provedl Jones et al. (2008), uvádí, že preference žen v otázce atraktivity mužských obličejů se systematicky mění během menstruačního období. Ženy, žijící v dlouhodobém partnerském vztahu dávají přednost mužům s maskulinními rysy v obličejích během probíhající ovulace. Příčinou je hledání partnera s kvalitní genetickou výbavou a zajištění zdravého potomstva. Naopak v průběhu neplodných dnů ženy preferují tváře s převažujícími feminními znaky, které lze chápat jako citlivější, a tedy vhodnější při výchově potomků.

Nemalou roli samozřejmě hraje také samotná kvalita a vzhled pleti v obličejích. Zde lze posuzovat barvu, texturu, pružnost – vše lze označit za projevy zdravotního stavu jedince a jeho stáří. Rovněž se s věkem objevují vrásky a snižuje se obecně kvalita kůže. Svou roli mohou také hrát různé ekzémy, vyrážky, akné, či jiné různé kožní anomálie či infekce. Všechny tyto aspekty mohou výrazným způsobem ovlivňovat atraktivitu samotné tváře (Etcoff, 2002).

Dalším velmi výrazným prvkem na tváři (přesněji celé hlavy) jsou pak vlasy. Vlasy, respektive jejich účes, může také velmi ovlivnit celkový dojem z tváře jako takové. I zde se totiž může aplikovat, respektive rozšířit symetrie tváře – symetricky učesané vlasy mohou ještě více umocnit symetrii tváře. Především pak muži preferují ve většině případů ženy s dlouhými vlasy, což opět má spojitost s přirozeným a zdravým vývojem lidského těla, kde ztráta vlasů rovněž indikuje to, že tělo strádá (například se mu nedostává potřebných minerálů) (Blažek & Trnka, 2009).

U mužů (respektive u vnímání mužské atraktivity ženami) pak také mohou výraznou roli hrát i vousy. Studie autorů Neavese a Shieldse (2008) se věnovala tématu vousům z pohledu atraktivity. Jako obecně nejatraktivnější se jevila mužská tvář s mírným strništěm, následně pak střední délka vousů a posléze delší délka vousů. Jako nejméně atraktivní byly

hodnoceny hladká tvář a vousy. Vousy mohou být také v některých případech hodnoceny jako atraktivní z toho důvodu, že představují výhradně maskulinní prvek, který vyžaduje adekvátní míru testosteronu, který je rovněž znakem přirozeného vývoje mužské postavy. Tato studie se však zabývala atraktivitou různé míry vousů na mužské tváři, nikoliv tím, zda je atraktivnější mužská tvář s vousy nebo bez. Tomuto tématu se však věnovala studie Dixsona, Leeho, Sherlocka a Talamase (2017), zjistili že ženy považují za atraktivnější tváře s plnovousy oproti hladce oholeným. Potvrdili spojitost mužských vousů s mužností (maskulinitou) a sociální dominancí.

Svou roli v atraktivitě tváře samozřejmě představují také vlastní rozměry tváře, ale také poměry a vzdálenosti – například vzdálenost mezi pravým a levým okem, poměr nosu a také jeho poměrové umístění k ústům, a dalším prvkům (Šrámková et al., 2016). V zahraniční literatuře se můžeme setkat s pojmem fWHR (*facial width-to-height ratio*), který nám udává poměr obličejové výšky a šířky. Předešlé výzkumy prokázaly spojitost mezi tvarem obličeje a hladinou testosteronu během vývoje jedince. Vyšší fWHR u mužů může být spojena s vyšší hladinou testosteronu a zvýšenou agresivitou (Carré, McCormick, & Mondloch, 2009).

2.3. Význam fyzické atraktivity

Není pochyb o tom, že v rámci atraktivity hrají zcela zásadní roli biologické vlivy. Jakýmsi niterním a podvědomým cílem každého člověka je snaha rozmnožit se a předat svou genetickou informaci dále. Proto si lidé obvykle na základě jistých pozorovatelných fyziologických predispozic vybírají ideálního partnera se zdánlivě kvalitními geny. A to je ve své základní podstatě princip samotné atraktivity jako takové (Etcoff, 2002).

Jinými slovy fyzickou atraktivitu je možné chápat jako jakýsi podvědomý nástroj, kterým je člověk směřován k nalezení si partnera, který je zdravý, v přiměřeném věku, a především který je schopen reprodukce. Na základě atraktivity si tak člověk posléze vybírá vhodnou osobu pro vztah a předání svých genů na potomky (Poněšický, 2003).

Může se také zdát, že téma fyzické atraktivity hraje výraznější roli u mužů než u žen, což je však pravda jen z části. Atraktivita hraje u obou pohlaví přibližně stejnou roli, jen s tím rozdílem, že u žen je vnímání fyzické atraktivity u jejich partnera postupně spíše upozaděno, a to ve prospěch osobnostních a jiných rysů. Naopak u mužů hraje fyzická

atraktivita jejich partnerů podobnou roli i z dlouhodobého hlediska (McNulty, Neff, & Karney, 2008)

Fyzická atraktivita je také v jistém směru pro výběr partnera výraznější, než je tomu u ostatních aspektů dané osoby – například povaha, inteligence, či vzdělání. Důvodem je především to, že biologické aspekty jsou vnímány jako ty základní, a hlavně také prvotní. Vzhled dané osoby je totiž patrný již na první pohled, ale naopak její ostatní aspekty (jako například již zmíněná povaha) je potřeba teprve poznat (Swami & Furnham, 2008).

3 VLIV ALKOHOLU NA VNÍMÁNÍ ATRAKTIVITY

V této kapitole budu hledat odpověď na otázku týkající se příčinné souvislosti mezi konzumací alkoholu a vnímáním atraktivity sledovaného objektu (živého či neživého). Ačkoliv je téma alkoholu velmi široké a výzkumů o něm byla provedena celá řada, spojení s fyzickou atraktivitou je velmi netradiční a počet publikovaných studií jen velmi málo. V následujících řádcích podrobněji popíšu několik studií, které se oběma fenomény zabývaly.

3.1. Vliv konzumace alkoholu na hodnocení atraktivity tváře

Tým psychologů Bristolské univerzity pod vedením dr. Marcuse R. Munafa v roce 2008 provedl laboratorní experiment, při kterém se našli dokázat, že alkohol u konzumentů zvyšuje hodnocení atraktivity tváří opačného pohlaví.

Výzkumu se účastnilo celkem 84 participantů (42 mužů a 42 žen) heterosexuální orientace. Při výběru participantů byli všichni shodně podrobeni rozhovoru. Výzkumníci shromáždili data ohledně fyzického a psychického stavu a sexuální orientace. Kritériem pro vyloučení byly nedobrý fyzický a psychický stav, drogová či alkoholová závislost, jiná než heterosexuální orientace. Další podmínkou byla 24h abstinence před provedením experimentu, ten byl rozdělen do 2 částí.

Na prvním setkání byli participanté náhodně rozděleni do dvou skupin, ve kterých se podával alkoholický nápoj nebo placebo. Na začátku měli participanté za úkol vyplnit následující dotazníky – AUDIT – závislost na alkoholu, Eysenckův osobnostní dotazník EPQ-R, dotazník pro měření úzkostnosti STAI State a STAI Trait a stupnice VAS pro měření nálady, úzkosti a touhy. Po vyplnění následovala konzumace doneseného nápoje, a vyplnění post testu STAI a VAS a začalo vlastní hodnocení atraktivity u celkem 40 obrazových materiálů. Na fotografiích se shodným pozadím bylo vyobrazeno 20 mužských a 20 ženských obličejů ($M_{\text{věk}} = 21$ let). Hodnocení probíhalo pomocí 7 bodové škály od velmi neatraktivní po velmi atraktivní.

Následovalo druhé setkání, jež proběhlo za 24 hodin, účastníci zde hodnotili atraktivitu u stejné série fotografií. Po-té byli tázáni, zda si byli vědomi, že nápoj obsahuje alkohol a rovněž byli výzkumníky informováni o účelu daného experimentu.

Analýza dat probíhala ve dvou fázích. Pro první fázi byl použit smíšený model 2x2x2 ANOVA (faktory – druh nápoje – alkohol/placebo, pohlaví participanta – muž/žena, pohlaví na fotografii muž/žena). Účelem bylo zjistit, zda se liší hodnocení účastníků ve skupině s placebem a ve skupině s alkoholem. Druhá fáze analýzy byla udělána za účelem zjištění, zda má předchozí konzumace alkoholu vliv na pozdější hodnocení atraktivity (druhý den experimentu). Ve druhé fázi byla data analyzována samostatně pro hodnocení mužských a ženských tváří v rámci lineární regrese, přičemž v prvním kroku byl zadán interakční člen nápoj a pohlaví. V přítomnosti významné interakce nápoje a pohlaví byly následné analýzy stratifikovány podle pohlaví.

Výsledky výzkumu ukázaly, že hodnocení atraktivity bylo vyšší ve skupině, kde se podával alkohol ve srovnání se skupinou s placebem, $F(1, 80) = 4,35$, $p = 0,040$), zároveň nebylo prokázáno, že by se hodnocení lišilo mezi muži a ženami. Rovněž nebyl prokázán vliv pohlaví subjektů na hodnotících fotografiích. Celkově participanty ze skupiny, ve které byl v nápoji přítomen alkohol, hodnotili fotografie jako atraktivnější oproti skupině, kde se podávalo placebo. Účinky konzumace alkoholu na hodnocení atraktivity přetrvávají až 24 hodin po konzumaci, ale pouze u mužských účastníků, pouze při hodnocení ženských tváří (Parker, Penton-Voak, Attwood, & Munafò, 2008).

3.2. Spotřeba alkoholu zvyšuje hodnocení atraktivity tváře opačného pohlaví: možná třetí cesta k rizikovému pohlavnímu styku

Výzkum, jež prováděli výzkumníci z univerzity v Glasgow (Barry T. Jones, Andy P. Thomas a Jessica Piper) a St. Andrews (Ben C. Jones) ve Velké Británii, byl velmi podobný předchozímu. Neprobíhal však v laboratorním prostředí, ale v prostorách Kampusu. Cílem bylo vyhodnocení teze, zdali přiměřená konzumace alkoholu má vliv na vnímání atraktivity mužů a žen. Do tohoto výzkumu, který se skládal ze tří jednotlivých experimentů se zapojilo celkem 80 dobrovolníků z řad vysokoškoláků. Zastoupení počtu pohlaví participantů bylo vyrovnané. Kritéria pro vyloučení byla následující, jiná orientace než heterosexuální, participant poznal známou tvář mezi hodnoceným obrazovým materiálem, případně

odhadnul cíl výzkumu. V každém experimentu hodnotili participantů celkem 118 fotografií (z toho 59 tvořilo mužskou tvář) na sedmi bodové škále (1 velmi nepřítažlivý, 4 neutrální, 7 velmi přítažlivý). Výzkumníci zohlednili i to, zdali participant v daný den požil alkohol (a jaké množství) nebo abstinovat. Přesné množství však nebylo zjišťováno, opírali se pouze o samotnou výpověď participantů.

Hypotetický základ spočíval na tezi, podle které krátkodobé vztahy spočívající pouze na pohlavním styku a posílené konzumací alkoholu, kladou větší důraz na fyzickou přítažlivost partnera, než jak je tomu u dlouhodobých vztahů. Podle autorů je nejdůležitějším kritériem při určení, zdali je osoba atraktivní, vzhled obličeje.

Výzkum měl celkem tři fáze a cílem každého z experimentů byl monitoring hodnocení atraktivity fotografií prostřednictvím participantů, kteří buď požili nebo nepožili alkohol. V rámci experimentu 1 bylo zkoumáno, jestli se přítažlivost obličeje zvyšuje v souvislosti s přiměřenou konzumací alkoholu. V experimentu 2 se hodnotila výraznost obličeje a v experimentu 3 se hodnotila přítažlivost objektů bez tváře, konkrétně se jednalo o náramkové hodinky.

Po vyloučení 14 studentů, kteří nesplnili předpoklady pro pokračování ve studii, byla získaná data analyzována prostřednictvím designu 2 x 2 x 2 ANOVA. Výzkumníci dospěli k následujícím závěrům. Z experimentu 1 vyplývá, že participantů, kteří konzumovali alkohol dávali vyšší hodnocení než ti, jež žádný alkohol nepožili ($M = 3,95$ a $3,47$; $F(1, 76) = 12,61$, $p < 0,01$). Konkrétně ženy, které požily alkohol, hodnotily mužské tváře výš než ženy, které abstinovaly ($M = 3,98$ a $3,32$; $F(1, 76) = 5,76$, $p < 0,05$). Stejně tak muži, jež konzumovali alkohol dávali vyšší hodnocení ženským tvářím, než abstinující muži ($M = 4,09$ a $3,49$; $F(1, 76) = 4,78$, $p < 0,05$).

Experiment 2, proběhl stejným způsobem jako experiment 1, jen s novými participanty a místo atraktivity se hodnotila výraznost lidské tváře. Autoři výzkumu vybrali výraznost z toho důvodu, že mezi přítažlivostí a výrazností existuje negativní korelace. Po analýze dat z této části vyplynulo, že alkohol nijak neovlivnil hodnocení výraznosti. Avšak výsledky podporují tezi, že alkohol zvyšuje hodnocení přítažlivosti pouze tváří opačného pohlaví.

Z experimentu č. 3, který se týkal neživých předmětů, vyplynulo, že alkohol při jejich hodnocení nehraje žádnou roli.

Výsledek experimentů potvrdil hypotézu efektu pivních brýlí, tedy že konzumace alkoholu má vliv na vyšší hodnocení atraktivity opačného pohlaví, jak u žen, tak i mužů. Autoři svůj výsledek opřeli o teorii, kdy mozkové struktury nucleus accumbens a ventrální

striatum (obojí je součástí bazálních ganglií) pravděpodobně zprostředkovávají úsudky o přitažlivosti opačného pohlaví a jsou zvláště aktivní po požití alkoholu (Jones, Jones, Thomas, & Piper, 2003).

3.3. Posudek účinku konzumace alkoholu na hodnocení atraktivity

Laboratorní experiment, jež vedli Xiong Chen, Xiaoyu Want, Dong Yang a Youguo Chen, byl inspirován fenoménem zvaným „*beer goggles effect*“ (česky efekt pivních brýlí), který ovlivňuje hodnocení atraktivity osob. Výzkum spočíval na hypotéze, podle které alkohol hraje roli při hodnocení objektu jako vysoce atraktivního. Pokud by vlivem konzumace alkoholu hodnotili participanti živé i neživé objekty jako atraktivní, bylo by pak podle autorů možné tento fenomén hodnotit jako univerzální jev.

Pro tuto studii bylo osloveno 103 dobrovolníků (58 žen, 45 mužů; všichni vysokoškolští studenti), jež měli povinnost 24 hodin před výzkumem nekonzumovat alkohol. Po příchodu do laboratoře byli participanti, jež potvrdili předchozí abstinenci, požádáni o vyplnění dotazníků AUDIT, STAI a VAS. Poté byli náhodně rozděleni do dvou skupin, jedna skupina požila 300ml alkoholický nápoj v poměru 0,5g na kg hmotnosti participanta, druhá placebo ve stejném množství. Obě skupiny pak hodnotily atraktivnost u fotografií, jež zachycovaly buď lidské tváře, anebo krajinu, pomocí devíti bodové škály (velmi neatraktivní až po velmi atraktivní). Oba druhy fotografií byly na základě předchozího hodnocení v pilotní studii rozděleny do 3 kategorií (nízká, střední a vysoká atraktivita). Po 20minutovém hodnocení participanti dokončili post-test STAI-S a VAS, z důvodu posouzení kolísání jejich nálady.

Z části experimentu, který se zaměřil na hodnocení přitažlivosti lidských tváří, vyplynulo, že participanti, kteří konzumovali alkohol, dali celkově vyšší hodnocení ($M = 5,13$, $SD = 1,23$), než participanti, jež požili placebo ($M = 4,81$, $SD = 1,47$). Zároveň tyto výsledky ukázaly, že efekt alkoholu na hodnocení přitažlivosti se objevuje pouze u málo a středně atraktivních tváří. Konkrétně u tváří s nízkou atraktivitou měli pijáci alkoholu významně vyšší hodnocení atraktivity obličeje ($M = 3,90$, $SD = 0,77$) než placebo pijáci ($M = 3,32$, $SD = 0,97$), $p = 0,001$. Podobně pro tváře se střední atraktivitou bylo zjištěno významně vyšší hodnocení ve skupině s alkoholem ($M = 5,13$, $SD = 0,65$) než ve skupině s placebem ($M = 4,85$, $SD = 0,76$), $p = 0,044$.

Z druhé části výzkumu, která se týkala hodnocení krajin, vyplynulo, že participanti, kteří požili alkohol, dávali vysoká hodnocení ($M = 3,92$, $SD = 1,08$) u málo atraktivních krajin, než participanti, co požili placebo ($M = 3,51$, $SD = 0,97$). Naopak u střední a vysoké atraktivity krajiny nezaznamenali autoři žádné rozdíly. Autoři předpokládají, že důvodem, proč alkohol nejvíce ovlivnil hodnocení méně atraktivních stimulů, je ten, že po požití alkoholu se nesymetrické tvary mění na symetrické a symetrie je vnímána jako ideál krásy ve všech směrech.

Na základě analýzy výzkumných dat, byla potvrzena hypotéza, že konzumace alkoholu vede ke zvýšení hodnocení atraktivity, přičemž nebyl zaznamenán rozdíl mezi hodnocením živých a neživých objektů (Chen, Wang, Yang, & Chen, 2014).

3.4. Intoxikace alkoholem snižuje schopnost rozlišovat asymetrii: příčina zvýšeného vnímání atraktivity tváře po konzumaci alkoholu?

Hypotéze týkající se vnímání asymetrických rysů po požití alkoholu, se věnuje i studie vědců A. Souta, B.M. Bezerra a L. G. Halseyho. Ti ve svém výzkumu vycházeli z předpokladu, že fyzická atraktivita souvisí s obličejovou symetrií. Výzkumníci předpokládali, že za zvýšením hodnocení atraktivity spojené s intoxikací alkoholem stojí částečně snížené schopnosti rozlišovat asymetrii obličeje v důsledku snížení úrovně vizuálního vnímání. Za tímto účelem participanty rozdělily na dvě skupiny – střízlivé ($N = 18$) s hodnotou BAC 0,00 % alkoholu v krvi a alkoholem posilněné s hodnotou BAC vyšší než 0,08 % ($N = 23$).

K experimentu použili soubor jednoduchých obrazů, na každém byly zobrazeny jak symetrické, tak asymetrické geometrické tvary, které byly od sebe odděleny vodorovnou čarou. Pro účely výzkumu byli vybráni participanti pracující v subarktické oblasti, a kteří dobu po práci trávili v baru. Participantům bylo předloženo celkem 26 snímků, z nichž bylo 9 symetrických. Po každém snímku sdělil participant, zda obraz vnímá jako symetrický či nikoli. Z experimentu se výzkumníci snažili eliminovat možnost soustředění, a proto celý test trval dohromady dvě minuty (jeden snímek byl zobrazen po dobu 5 s). Následně bylo participantům změřeno množství alkoholu v krvi za pomoci alkohol testeru.

Při analýze dat byl v každé skupině spočítán počet asymetrických obrazů, které subjekt vnímal jako symetrické. Za pomoci Studentova t-testu byl zjištěn významně vyšší počet chybných vnímání ve skupině, kde participanti požili alkohol ($t(39) = 2,388$, $p = 0,022$, čímž výzkumníci potvrdili hypotézu, že konzumace alkoholu snižuje schopnost detekovat

asymetrii. Autoři předpokládají, že podobný princip funguje i u vnímání tváří. Nicméně dodávají, pro tuto hypotézu jsou zapotřebí další studie, které by byly prováděny s jiným obrazovým materiálem (Souto, Bezerra, & Halsey, 2008).

3.5. Může být krása ignorována? Implicitní test tzv. efektu pивních brýlí

Výzkum vedený výzkumníky z Edge Hill University se opět týkal zkoumání efektu pивních brýlí. Z důvodů co největší eliminace subjektivního hodnocení, zvolili výzkumníci implicitní metodu Posnerova cueingového testu, jež se využívá k měření prostorové pozornosti. Za tímto účelem oslovili celkem 129 (74 žen, 55 mužů) heterosexuálních studentů vysokých škol v prostředí barů a restaurací mezi 18 a 22 h. Ti měli za úkol určit a označit orientaci prezentovaného písmene T na obrazovce bez ohledu na ostatní podněty, které jim byly prezentovány. Tyto rušivé podněty představovalo 80 atraktivních a neatraktivních tváří, jež byly zbaveny vlasů a oblečení. Vybraní participanty byli rozděleni do dvou skupin podle toho, zda byli vyhodnoceni jako střízliví (BAC 0,00 mg / l), (n = 47) nebo slabě intoxikovaní (BAC 0,01 až 0,09 mg / l), (n = 80). Testování probíhalo individuálně v prostředí baru a netrvalo déle než 10 minut. Výzkumníci předpokládali, že efekt atraktivních tváří se projeví v délce reakčního času, protože je budou od úkolu rozptylovat.

Analýza dat pomocí ANOVy však neprokázala žádný významný rozdíl, ve výkonu úkolu v závislosti na tom, zda byly jako rušivé prvky prezentovány atraktivní, neatraktivní nebo žádné tváře. Výzkumníci taky dospěli k závěru, že problematika tohoto fenoménu je mnohem komplexnější a může být ovlivněna různými faktory, např. vyšší tolerancí respondenta na alkohol (Monk et al., 2020).

3.6. Konzumace alkoholu a vnímání atraktivity v přirozeném prostředí

Výzkumníci z Bristolské univerzity zopakovali svůj předchozí experiment, který se zaměřoval na zkoumání vztahu mezi konzumací alkoholu a vnímáním přitažlivosti lidské tváře a krajiny. Tuto studii ovšem ozvláštnili tím, že nebyla provedena v laboratorních podmínkách, nýbrž v přirozených podmínkách veřejných prostranství, tedy v barech a restauračních zařízeních. Tato studie si také stanovila dva další cíle, a to: 1) zkoumat

proveditelnost rozsáhlé studie, v přirozeném prostředí, kde dochází ke konzumaci alkoholu a za 2) řešit limity předchozích studií.

Experiment byl proveden na třech různých místech současně. Participanti měli hodnotit atraktivitu mužských a ženských obličejů a krajin, a to poté, co se podrobili dechové zkoušce, která vyhodnotila obsah alkoholu v jejich organismu. Do experimentu výzkumníci zahrnuli celkem 40 fotografií obličejů (20 mužských tváří a 20 ženských tváří) a 20 fotografií krajin přírodního rázu. K hodnocení podnětů byla použita škála od 1 do 7 (1 velmi neatraktivní a 7 velmi atraktivní). Kromě toho participanti hodnotili, jak si myslí, že je alkohol ovlivňuje a museli odpovědět i na otázku (ano/ne), zda alkohol podle jejich názoru ovlivňuje sexuální vzrušení.

Výzkumníci si kladli za cíl zajištění co největšího počtu participantů a zároveň se snažili, aby zastoupení počtu osob z jednotlivých veřejných míst (barů a restauračních zařízení), byl vyrovnaný. Celkem bylo do výzkumu zapojeno 311 osob, přičemž 35 z nich bylo po celou dobu střízlivých.

Navzdory důkladnému postupu však proběhlá analýza dat nevedla k žádným významnějším závěrům, které by naznačovaly souvislost mezi konzumací alkoholu a vnímáním atraktivity monitorovaných objektů. Autoři výzkumu shrnuli možné příčiny, proč tomu tak je. Výsledky experimentu mohly být ovlivněny tím, že převážná většina participantů požíla jen menší množství alkoholu. Limitem výzkumu byla také skutečnost, že výzkumníci nerozlišovali sexuální orientaci participantů, stejně tak úroveň požitého alkoholu (Maynard, Skinner, Troy, Attwood, & Munafò, 2015).

3.7. Vnímání fyzické atraktivity u abstinujících a intoxikovaných alkoholem: metaanalýza

Metaanalýza, který provedli Molly A. Bowdring a Michael A. Sayette, měla za cíl vyhodnotit míry atraktivnosti přítomné osoby jednotlivými respondenty. K vyhledání relevantních výzkumných studií byly využity databáze Scopus and PsycInfo. Do metaanalýzy byly zahrnuty experimentální a kvazi-experimentální výzkumy, které zkoumaly hypotézu, jež se týkala vyššího hodnocení atraktivity způsobené konzumací alkoholických nápojů. Cílem autorů bylo zahrnout do své studie co nejvíce relevantních zdrojů (tedy i výzkumy v jiných jazycích, výzkumy s omezenými daty atd.). Avšak vzhledem k problematickému charakteru anti-placeba, nebyly studie, jež s tímto efektem pracovaly do přehledu zahrnuty.

Autorům použité databáze vyseletovaly v první fázi celkem 2 522 článků, přičemž jen 16 z nich splňovaly nastavená kritéria (dostatek použitých dat, vyselektování duplikovaných článků atd). Těchto 16 studií, mezi nimiž jsou zahrnuty i všechny zde uváděné (vyjma Souto, Bezerra, & Halsey, 2008 a nejnovější Monk et al., 2020) bylo podrobena dalšímu zkoumání.

Na základě analýzy výzkumů dospěli autoři k závěru, že konzumace alkoholu může mít malý efekt na vnímání přitažlivosti u osob opačného pohlaví. Naproti tomu analýzou výzkumů, které se zaměřovaly na osoby stejného pohlaví, nebyla nalezena žádná významná korelace mezi vnímáním přitažlivosti a konzumací alkoholu.

Provedená metaanalýza naznačuje, že celkově sice může dojít k malému účinku intoxikace na vnímání přitažlivosti, ale zároveň varuje, že relativní nedostatek studií a značná variabilita používaných metodik mohou snižovat sílu, na kterých je položeno toto tvrzení (Bowdring & Sayette, 2018).

3.8. Další studie

V USA provedli Gladue a Delaney studii v přirozeném prostředí. V průběhu večera nechali návštěvníky baru několikrát ohodnotit přítomné osoby stejného i opačného pohlaví. Současně měli zhodnotit atraktivitu několika tváří na fotografiích. Po celou dobu si účastníci zaznamenávali vypitý druh a množství alkoholu, přesné měření však provedeno nebylo. Výsledky ukázaly, že návštěvníci barů opačného pohlaví se postupem času stali atraktivnějšími, ale fotografie lidí opačného pohlaví nikoli. Autoři však dodávají, že faktor alkoholu hraje pouze třetinovou roli (Gladue & Delaney, 1990). Ke stejným výsledkům přišli také autoři replikační studie, jež byla provedena v Austrálii a potvrdila částečný vliv alkoholu na zvýšené hodnocení atraktivity opačného pohlaví (Johnco, Wheeler, & Taylor, 2010).

Neave, Tsang a Heather (2008) provedli obdobnou studii jako Jones et al. (2003) s tím rozdílem, že se odehrávala v laboratorním prostředí s kontrolovaným podáváním alkoholických nápojů. Výsledky studie nepotvrdily, že by požití alkoholu zlepšilo hodnocení tváří opačného pohlaví.

VÝZKUMNÁ ČÁST

4 VÝZKUMNÝ PROBLÉM

Alkohol je jednou z nejužívanějších společensky akceptovatelných drog. Lidé nahlíží na jeho konzumaci jako na rekreační, jež se užívá za účelem oslavy radosti nebo překonání zármutku (Šedivý & Válková, 1988). Užívání alkoholu je vázáno na společenské prostředí, u jedinců stimuluje společenské chování. Ovlivněním mozkové kůry se odbourávají zábrany a nervozita, lidé jsou zvýšeně hovorní, narůstá jim sebevědomí a snadněji navazují sociální vztahy (Kvapilík & Svobodová, 1985). Ve společnosti je známý pojem tzv. pivní brýle, ten pojmenovává stav, kdy se jedinci po konzumaci alkoholu jeví osoby jako atraktivnější. Tento fenomén byl v zahraničí zkoumán v naturalistickém prostředí barů a restaurací i v laboratorních podmínkách a výsledek nebyl jednoznačný. Studie M. R. Munafa (2008) a X. Chena (2014) v laboratorních podmínkách a B. T. Jonese (2003) v přirozeném prostředí, tento efekt potvrdil. Naopak nejnovější studie R. L. Monk (2020) neprokázala vztah mezi konzumací alkoholu a pivními brýlemi, stejně tomu bylo i u druhé Munafovy studie (2015), která rovněž proběhla v přirozených podmínkách. Rozhodla jsem se proto tento fenomén prokázat v českých podmínkách. Cílem této práce je zjistit, zda konzumace alkoholu zvyšuje vnímání atraktivity u opačného pohlaví v přirozeném i laboratorním prostředí. Dále nás zajímá, jestli hraje roli pohlaví hodnotitele a pohlaví hodnoceného subjektu. Očekáváme, že naměřené proměny budou pozitivně korelovat s hodnocením atraktivity tváří opačného pohlaví u mužů i žen, což je v souladu s fenoménem pivních brýlí.

5 PILOTNÍ STUDIE V PŘIROZENÝCH PODMÍNKÁCH

Lidé častěji konzumují alkohol ve společenském prostředí barů, restaurací či diskoték než sami doma. Proto bylo vhodné zkoumat efekt pivních brýlí nejprve v přirozených podmínkách a následně si ho ověřit znovu v umělých laboratorních podmínkách.

5.1. Typ výzkumu a použité metody

K nalezení odpovědí výzkumného cíle jsme zvolili kvantitativní výzkumný design. Výzkumnou část tvoří korelační studie, která zkoumá hypotézy o souvislostech mezi naměřenými proměnnými alkoholu v krvi, pohlavím hodnotících subjektů a pohlavím hodnotitelů.

5.1.1 Design výzkumu a testové metody

Za účelem této studie byl vytvořen online dotazník na webových stránkách, který participanti vyplňovali prostřednictvím iPadu v prostorách zahrádek restaurací a barů. V úvodu dotazníku se mohli participanti seznámit se základními informacemi ke studii. Po udělení souhlasu se zpracováním údajů, vyplnili demografické údaje (věk, pohlaví a sexuální orientace). Pro potřeby studie je nutné do analýzy zahrnout pouze osoby s heterosexuální orientací, proto byla zařazena položka s otázkou sexuální orientace. Dále byly postupně zobrazovány jednotlivé položky dotazníku AUDIT a stupnice VAS s označením nálady (podrobněji viz dále). Následovala expozice fotografií 30 mužských a 30 ženských obličejů, přičemž pořadí bylo náhodně randomizováno. Fotografie lidských tváří byly staženy z internetové stránky <https://generated.photos/>, která nabízí uměle generované tváře volně ke stažení (ukázky k nahlédnutí v příloze). Byly vybrány tváře spadající do období mladé dospělosti s europoidními rysy a neutrálním výrazem. Všechny fotografie měly stejně neutrální pozadí. Participanti hodnotili míru atraktivity na stupnici 1 – 10 (1 – nejméně atraktivní 10 – nejvíce atraktivní). Posledním krokem bylo změření hodnoty alkoholu v dechu participantů pomocí alkohol testeru.

5.1.1.1. Dotazník AUDIT

Screeningový dotazník AUDIT neboli The Alcohol Use Disorders Identification Test v češtině Test identifikace poruch způsobených užíváním alkoholu. Jeho vznik iniciovala Světová zdravotnická organizace (WHO) v 80. letech minulého století, první vydání bylo uveřejněno v roce 1989 a následně aktualizováno v roce 1992. AUDIT slouží jako jednoduchá a rychlá screeningová metoda k odhalení nadměrného požívání alkoholických nápojů. Může se užít buď jako písemný dotazník nebo jako ústní rozhovor. Tato metoda rovněž poskytuje rámec pro intervenci detekovaných osob. Dotazník obsahuje 10 položek, první tři se vztahují k rizikové konzumaci alkoholu. Položky 4, 5, 6 se týkají výskytu možných příznaků závislosti. Zbylé 4 položky zjišťují indikátory škodlivé konzumace alkoholu. Nejedná se o diagnostický nástroj, výsledky neopravňují k vyvození a stanovení formální diagnózy. Metoda rozlišuje 4 úrovně rizika konzumace alkoholu a ke každé je doporučena vhodná intervence (viz. tabulka 1). Mezi výhody tohoto dotazníku patří nejen jeho stručnost a jednoduché použití, ale také konzistentnost s vymezením rizikového pití a alkoholové závislosti dle MKN-10, navíc má testovanou reliabilitu a validitu. Na druhé straně má určité limity v podobě chybějící standardizace pro českou populaci. Využití dotazníku je široké, nejčastěji se používá v primární léčebné péči, ale využívá se také ve školských zařízeních nebo v zaměstnání (Babor, Higgins-Biddle, Saunders, & Monteiro, 2001). Celý dotazník k nahlédnutí v příloze.

Tabulka 1: AUDIT – úroveň rizika a doporučená intervence

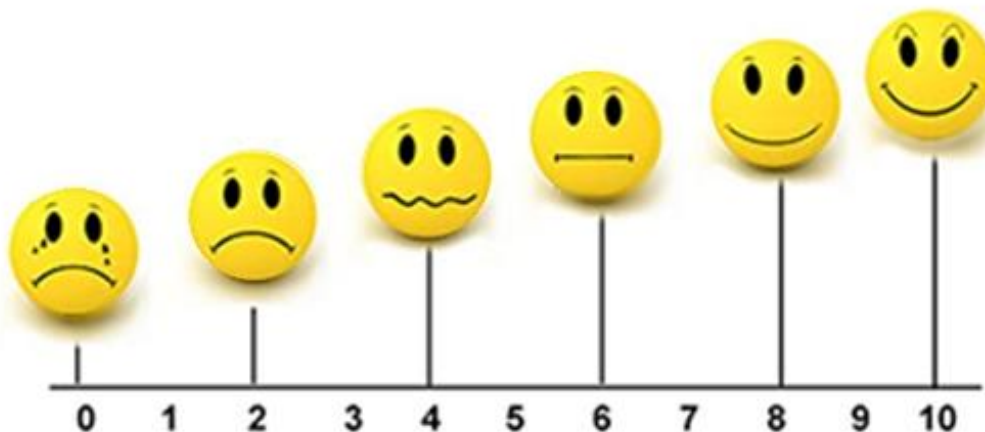
Úroveň rizika	Popis rizika	Intervence	AUDIT skóre
I	Abstinence/nízké riziko pití	Informování klienta ohledně vztahu k alkoholu	0 – 7
II	Střední riziko pití	Poradenství k omezení alkoholu	8 – 15
III	Vysoce rizikové a škodlivé pití	Poradenství k omezení alkoholu a sledování stavu klienta	16 – 19
IV	Závislost	Odeslání ke specialistovi k diagnostickému vyšetření/léčba závislosti na alkoholu	20 – 40

(Převzato a upraveno z Barbor et al., 2001, s. 22)

5.1.1.1. Stupnice VAS

Vizuální analogová škála (VAS) je metrický nástroj, který se snaží změřit charakteristiku nebo postoj, o kterém se předpokládá, že se pohybuje v rámci spojitých hodnot a nelze je snadno přímo měřit. Užívá se v epidemiologickém či klinickém prostředí k měření intenzity a frekvence různých symptomů. Nejčastěji se však využívá jako nástroj k zjištění intenzity bolesti (Gould, Kelly, Goldstone, & Gammon, 2001). Z důvodu jednoduchosti a srozumitelnosti je možné škálu využít u jakékoliv věkové skupiny. Grafická podoba VAS je různorodá, obecně ale pracuje na principu vodorovné úsečky s rozmezím bodů 0 – 10, kdy 0 značí bezbolestný stav a 10 nesnesitelnou bolest (Pokorná, 2013). Za účelem studie jsme vytvořili stupnici pro posouzení aktuální nálady participanta (viz obrázek 2). Stupnice nálady byla prezentována pomocí 10 bodové stupnice spolu s emotikony vyjadřující různé stupeň nálady.

Obrázek 2: Vizuální analogová stupnice nálady



5.2. Formulace hypotéz ke statistickému testování

Hlavním cílem studie bylo zjistit, zda má požití alkoholu vliv na vnímání fyzické atraktivity u opačného pohlaví. V návaznosti na tento cíl byly stanoveny následující hypotézy.

H1: Existuje pozitivní vztah mezi množstvím alkoholu v krvi a hodnocením atraktivity.

H2: Pohlaví hodnotitele souvisí s hodnocením atraktivity.

H3: Existuje souvislost mezi pohlavím osoby na fotografii a hodnocením atraktivity.

5.3. Sběr dat a výzkumný soubor

Sběr dat probíhal během měsíců srpen a září 2021 na území města Ostravy ve venkovních prostorech barů a restauračních podniků v časech od 16–20 h. Odhadem jsme vytipovali osoby, které by mohly věkově spadat do období mladé dospělosti a následně jsme je cíleně oslovovali. Představili jsme jim svou studii a pokud osoby souhlasily s účastí, dostaly iPad prostřednictvím kterého vyplnily dotazník s demografickými údaji, AUDIT a označily svou momentální náladu na stupnici VAS. Následovalo postupné zobrazování fotografií mužských a ženských tváří, jejichž pořadí bylo náhodné. Úkolem participantů bylo ohodnotit atraktivnost každé tváře na stupnici 1 – 10. Po ohodnocení všech fotografií byli participanté podrobeni orientační dechové zkoušce na alkohol pomocí alkohol testeru (zn. AlcoForce MASTER).

5.3.1 Výzkumný soubor

Studie se zúčastnilo celkem 89 participantů, 7 z nich bylo z analýzy vyloučeno z důvodu neúplnosti dat nebo jiné než heterosexuální orientace. Dalších 8 bylo vyloučeno, protože jejich skóre z dotazníku AUDIT byl vyšší než 16, což spadá do 3. nebo 4. úrovně rizika, vymykají se tak oproti ostatním participantům v našem vzorku. Druhým důvodem pro vyloučení je fakt, že častější konzumace alkoholu ovlivňuje (typicky urychluje) proces vstřebání a eliminace alkoholu v těle. Do výsledné analýzy bylo nakonec zahrnuto 74 participantů, z toho 61 % tvořily ženy a 39 % muži.

Tabulka 2 popisuje výzkumný soubor z hlediska věku. V průměru měli naši participanté 23 let. V souboru byl jeden muž, který věkově (40,6 let) neodpovídal kategorii mladé dospělosti, přesto jsme ho z analýzy nevyloučili.

Tabulka 2: Deskriptivní charakteristiky souboru mužů a žen z hlediska věku

Skupina	Počet	Průměr	SD	Minimum	Maximum
Ženy	45	22,4	4,9	18,8	34,0
Muži	29	23,8	3,5	18,8	40,6
Celkem	74	23,0	4,1	18,8	40,6

Tabulka 3 představuje přehled konzumace alkoholu v době měření. Celkově 53 % participantů nepožilo žádný alkohol. U zbylých 47 % alkohol tester detekoval určité množství alkoholu v dechu. Průměrná hodnota naměřených promile byla 0,43. Nejmenší hodnota naměřených promile byla v souboru žen a to 0,11 ‰ a naopak nejvyšší byla u mužů s hodnotou 1,08 ‰.

Tabulka 3: Deskriptivní charakteristiky souboru mužů a žen z hlediska naměřených promile

Skupina	0 ‰	Naměřené ‰	Průměr	SD	Minimum	Maximum
Ženy	24	21	0,39 ‰	0,20	0,11 ‰	0,85 ‰
Muži	15	14	0,48 ‰	0,30	0,16 ‰	1,08 ‰
Celkem	39	35	0,43 ‰	0,25	0,11 ‰	1,08 ‰

5.3.2 Etické hledisko a ochrana soukromí

Participantů se po oslovení mohli sami rozhodnout, zda se studie budou dobrovolně účastnit nebo odmítnout. Byli ubezpečeni, že veškeré údaje budou anonymní a pokud nebudou chtít odpovídat na některou z položek, mohou ji přeskočit, případně zvolit možnost nechci odpovídat. Podrobné informace ohledně účelu a průběhu studie byly rovněž sepsány na úvodní straně webových stránek. Před zahájením spuštění dotazníku a samotného hodnocení bylo nutné odkliknout souhlas se zpracováním osobních údajů.

5.4. Práce s daty a její výsledky

K prozkoumání faktorů, které ovlivňují hodnocení atraktivity jsme zvolili lineární model. Jako závislá proměnná zde vystupovalo hodnocení jednotlivých fotek jednotlivými účastníky studie na škále 1 až 10. Původní datová matice o 74 řádcích byla převedena do formátu long, takže každé udělené hodnocení do analýzy vstupuje jako samotné pozorování.

Nově vzniklá datová matice, na které byl proveden výpočet, tak má 4380 řádků (74 respondentů krát 60 udělených hodnocení). Model obsahoval následující regresory:

1. Pohlaví hodnotitele
2. Pohlaví hodnoceného subjektu
3. Množství alkoholu v krvi (odhadovaný počet promile)
4. Věk hodnotitele – tato proměnná se nevyskytuje v žádné ze stanovených hypotéz, do modelu byla zařazena jako kovariát.
5. Subjektivně posouzená nálada hodnotitele – opět jde o kovariát, který redukuje potenciální vliv emočního stavu na to, jak pozitivní či negativní hodnocení účastník výzkumu uděluje.

Mezi prvními třemi regresory můžeme očekávat dynamiku, která nelze popsat prostým součtem regresních vah. Například fakt, že je hodnocená žena, může mít jiný dopad, v závislosti na tom, zda ji hodnotí muž nebo žena a dále na tom, zda je tento muž nebo žena pod vlivem alkoholu nebo není. Z tohoto důvodu jsme do modelu přidali tři interakční členy prvního řádu (tzn. jednotlivé dvojice regresorů vynásobené mezi sebou) a jeden interakční člen druhého řádu (zahrnující všechny tři regresory).

Dále jsme zvažovali zahrnutí výsledku inventáře AUDIT, jelikož častá konzumace alkoholických nápojů, může měnit (typicky snižovat) účinek intoxikace. Tento krok by nicméně ještě více zkomplikoval strukturu modelu, jelikož i tento regresor by musel být zařazen do interakcí. Z tohoto důvodu jsme tento faktor do analýzy nezařadili. Při tomto rozhodnutí jsme přihlédlí také k tomu, že jeho zařazení nevedlo k statisticky významnému zvýšení přesnosti modelu.

Výše uvedený model obsahuje opakovaná měření – každý subjekt zde vystupuje 60krát a každá fotografie je hodnocena dohromady 74krát. Tento fakt je v rozporu s podmínkou nezávislosti jednotlivých řádků datové matice, což znemožňuje provedení testů statistické významnosti. Abychom odstranili tento nedostatek, zahrnujeme do modelu dva náhodné faktory (random effects): regresor proband (74 úrovní) a regresor podnět (60 úrovní). Použitý model je tedy modelem se smíšenými efekty (mixed-effect model), a můžeme jej použít k testování statistických hypotéz.

Výsledný model vysvětluje přibližně 54 % rozptylu závisle proměnné, z toho připadá přibližně 9 % na pevné (nenáhodné) faktory. Co se týče významnosti kovariátů, nebyl pozorován statisticky významný vliv regresoru nálada, $t(72,76) = 0,844$, $p = 0,402$. Na

hranici statistické významnosti byl věk hodnotitele, $t(72,76) = 1,975$, $p = 0,052$, kdy za každý rok, roste průměrné hodnocení 0,07 bodu (tzn. za každých 14 let o cca jeden bod).

Významnost faktorů pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného subjektu, a množství alkoholu v krvi jsme testovali s pomocí testu podmodelu tak, že jsme srovnávali původní model s podmodelem, který vznikl vyloučením všech členů (tzn. hlavního efektu i interakčních členů), které daný regresor obsahovaly. Výsledky shrnuje tabulka číslo 4.

Tabulka 4: Významnost pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného a množství alkoholu v krvi

Regresor	Testová statistika (χ^2)	Stupně volnosti	P-hodnota
Pohlaví hodnotitele	129,62	4	< 0,001
Pohlaví hodnoceného subjektu	140,52	4	< 0,001
Množství alkoholu v krvi	4,54	4	0,338

H1: Existuje pozitivní vztah mezi množstvím alkoholu v krvi a hodnocením atraktivity.

Z výsledků vyplývá, že efekt alkoholu se nepotvrdil. Hypotézu H1 **nepřijímáme**.

H2: Pohlaví hodnotitele souvisí s hodnocením atraktivity.

Pohlaví hodnotitele vysoce signifikantně ($p < 0,001$) koreluje s hodnocením atraktivity. Hypotézu H2 na základě uvedených hodnot **přijímáme**.

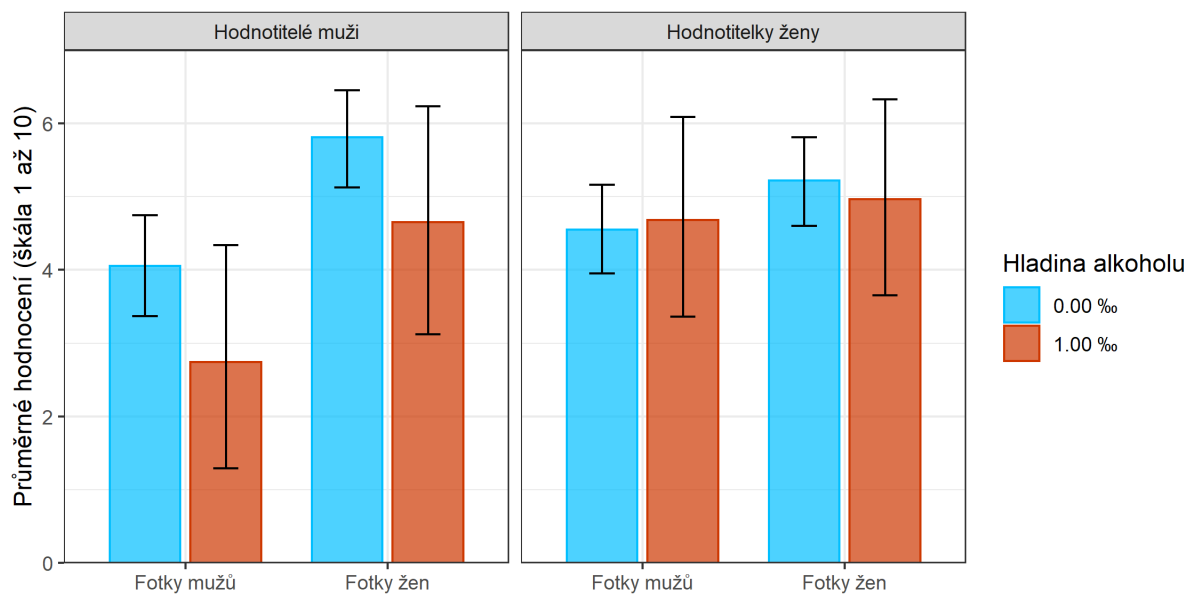
H3: Existuje souvislost mezi pohlavím osoby na fotografii a hodnocením atraktivity.

Z tabulky vyčteme, že hodnota faktoru pohlaví hodnoceného subjektu je rovněž vysoce signifikantní ($p < 0,001$). Hypotézu H3 tedy **přijímáme**.

Z výsledků v tabulce 3 není patrné, které kombinace úrovní regresorů vedou k vyššímu či nižšímu hodnocení atraktivity. Jelikož model obsahuje mnoho interakčních členů, nebyla by tato informace patrná ani tehdy, když bychom vypsali regresní koeficienty. Dáme proto přednost grafickému znázornění výsledků, kdy provedeme odhad střední hodnoty uděleného hodnocení v osmi ukázkových situacích. Vypočítáme očekávané hodnocení pro hodnotitele muže a hodnotitelku ženu, kteří hodnotí jednak muže na fotografii a dále ženu na fotografii, a to celé za dvou různých podmínek – když nepožili žádný alkohol a když mají v krvi přesně 1 promile alkoholu. Co se týče dalších regresorů, nastavíme v těchto osmi hypotetických situacích shodně náladu na průměrnou (tzn. neutrální), věk na

22 let (přibližně mediánová hodnota v souboru). Budeme též předpokládat průměrně přísného hodnotitele a průměrně atraktivní osobu na fotografii (tzn. oba náhodné efekty budou rovny nule). Odhady udělených hodnocení za těchto podmínek včetně 95% konfidenčních intervalů jsou znázorněny v obrázku 3.

Obrázek 3: Střední hodnoty udělených hodnocení v závislosti na pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného a množství alkoholu v krvi



Pozn.: Chybové úsečky značí 95% konfidenční intervaly.

Z grafu na obrázku 3 vidíme, že osoby, které nepožily žádný alkohol hodnotily fotografie jako atraktivnější oproti osobám s naměřenými promile. Hodnotitelky ženy udělovaly obdobné hodnocení oběma typům pohlaví na fotografiích. Držely se přitom středních hodnot v případě požití alkoholu i střízlivosti. Naopak hodnocení mužů se lišilo v závislosti na tom, zda byl na fotografii muž či žena.

6 LABORATORNÍ EXPERIMENT

Studie v přirozených podmínkách nepotvrdila vliv konzumace alkoholu na hodnocení atraktivity. Proto jsme se rozhodli tento jev prozkoumat znovu v kontrolovaném prostředí. Mohli jsme zde eliminovat rušivé vlivy prostředí, skupinové dynamiky a kontrolovat množství konzumovaného alkoholu.

6.1. Design experimentu a testové metody

V rámci experimentu jsme zvolili mezisubjektový design, ve kterém jsme mezi sebou porovnávaly dvě skupiny, kontrolní a experimentální. V průběhu experimentu bylo kontrolní skupině podáváno placebo a experimentální alkoholické nápoje. Po každé konzumaci bylo u všech provedeno měření orientační úrovně alkoholu v krvi za pomoci alkohol testeru. Úkolem participantů bylo hodnocení atraktivity mužských a ženských tváří na 60 fotografiích, které byly náhodně rozčleněny do 3. sérií po 20 obrázcích. Zobrazení probíhalo prostřednictvím iPadu nebo notebooku. Byl použit stejný obrazový materiál jako u předchozí studie v přirozených podmínkách. Hodnocení probíhalo také stejně na 10 bodové škále. Kromě vyplnění demografických údajů, dotazníku AUDIT a nálady na stupnici VAS, přibyl dotazník STAI k měření úzkosti a úzkostlivosti.

6.1.1 Dotazník STAI

Dotazník STAI neboli The State-Trait Anxiety Inventory je nejužívanější sebeposuzovací škála měřící úzkost a úzkostnost. V roce 1963 nástroj zkonstruovali D. Spielberger, R. L. Gorsuch a R. E. Lushene. Autoři vycházeli z modelu osobnosti R. B. Cattela, koncipovali jednak úzkost jako stav, jež odráží aktuální prožívání a konstrukt úzkostnost jako rys osobnosti související s individuální citlivostí k prožívání úzkosti. Výhodou dotazníku je krátká a jednoduchá administrace, vysoká reliabilita i validita a jeho nezávislost na depresi. Slovenský překlad společně s česko-slovenskými normami provedli autoři Müllner, Ruisel a Farkaš v roce 1980. Nové normy publikovali autoři Heretik a kolektiv v roce 2009, normy jsou však pouze pro část měřící rys úzkostnosti (Heretik, Ritomský, Novotný, Heretik, & Pečeňák, 2009). Dotazník je rozdělen do dvou sad STAI X-1 měřící aktuální úzkost a STAI X-2 zjišťuje úzkostnost. Obě sady obsahují 20 položek formulovaných ve formě otázek.

Respondenti vyjadřují míru souhlasu ke každé položce prostřednictvím čtyřbodové škály. Tato škála se mezi sadami mírně liší, v první části vypadá takto 1 = vůbec ne, 2 = jen trochu, 3 = dost, 4 = velmi. Ve druhé části zní odpovědi obdobně 1 = téměř nikdy, 2 = někdy, 3 = často, 4 = téměř vždy. Předpokládanou míru úzkosti a úzkostnosti, jež je vyjádřena jako skór, získáme součtem bodů jednotlivých položek. U reverzních položek je bodování převrácené. Čím vyšší je výsledný skór, tím vyšší je úzkostnost dané osoby (Mülner, Ruisel, & Farkaš 1980). Dotazník je k nahlédnutí v příloze.

6.2. Formulace hypotéz ke statistickému testování

Byly stanoveny následující hypotézy.

H1: Osoby, které zkonsumovaly větší množství alkoholu hodnotí figuranty na fotografiích jako atraktivnější.

H2: Hodnocení atraktivity udělená muži se odlišují od hodnocení atraktivity udělených ženami.

H3: Podání alkoholu má jiný dopad na hodnocení atraktivity udělované muži a ženami.

H4: Existují rozdíly mezi tím, jak jsou hodnoceny fotografie žen a fotografie mužů.

6.3. Výzkumný soubor

Experimentu se zúčastnilo 27 participantů, z toho 10 mužů a 17 žen, všichni z řad studentů Palackého univerzity. Výzkumný soubor jsme získali příležitostným výběrem. Nábor dobrovolníků probíhal online výzvou přes univerzitní email a také vyvěšením inzerátu na sociální síti Facebook. Každý z přihlášených dostal před samotným experimentem krátký online dotazník k vyplnění, abychom se ujistili, že participantů budou vyhovovat všem stanoveným kritériím. Mezi nimiž byla heterosexuální orientace, neutrální vztah k alkoholu (zjišťováno pomocí dotazníku AUDIT) a žádné objektivní nebo subjektivní překážky konzumace alkoholu během experimentu. Za účelem přehlednosti byl vytvořen časový harmonogram po hodinách. Přihlášení dobrovolníci se pak sami zapisovali do sdíleného časového rozvrhu, podle jejich možností. Na jednu hodinu se mohli přihlásit maximálně 4 dobrovolníci.

V průměru měli naši participantů 22,69 let. Další věkové charakteristiky souboru jsou zobrazeny v tabulce 5.

Tabulka 5: Deskriptivní charakteristiky souboru mužů a žen z hlediska věku

Skupina	Počet	Průměr	SD	Minimum	Maximum
Ženy	17	22,32	1,70	20,15	25,33
Muži	10	23,31	3,05	19,23	28,66
Celkem	27	22,69	2,29	19,23	28,66

Pozn. SD = směrodatná odchylka

Tabulka 6 popisuje aktuálně prožívanou úzkost a úzkostnost participantů během experimentu. Část X-1 dostali participanté před začátkem experimentu a X-2 na jeho konci. Pokud srovnáme výsledky podle nových norem vydaných v roce 2009 pro část X-2, které udávají průměrný skóre pro muže je 39,2 a 42,5 pro ženy (Heretik et al, 2009), odpovídají naše získané hodnoty hodnotám naměřených v běžné populaci.

Tabulka 6: Obecné charakteristiky souboru a dotazníku STAI X-1 a STAI X-2

Pohlaví	Ženy				Muži				Celkem	
	M	SD	Min	Max	M	SD	Min	Max	M	SD
STAI X-1	36,5	7,8	25	55	38,6	7,9	30	59	37,3	7,8
STAI X-2	42,7	10,0	25	56	39,3	9,5	28	58	41,0	9,8

Pozn. N = počet, M = aritmetický průměr

6.4. Průběh experimentu

Experiment probíhal 8. listopadu 2021 v pracovní místnosti v prostorách katedry psychologie Palackého univerzity. Participanté přicházeli ve stanovenou hodinu vždy ve skupině po čtyřech. Losem jsme určili, kdo bude patřit do kontrolní (n = 14) a experimentální skupiny (n = 13). Po-té se každý z účastníků posadil na místo vymezené číslem 1–4. Prostřednictvím iPadu nebo notebooku participanté vyplnili dotazník s demografickými údaji (pohlaví, věk, sexuální orientace), následně dotazník AUDIT, náladu na VAS stupnici a dotazník STAI X-1. Následovala expozice 1. série fotografií mužských a ženských tváří. Pořadí fotek bylo generováno náhodně. Hodnocení atraktivity probíhalo na stupnici 1–10 (1 – nejméně atraktivní 10 – nejvíce atraktivní). V dalším kroku dostali všichni stejný kelímek s nápojem. Jedincům v experimentální skupině byl podán 0,25 l vychlazeného toniku s 0,02 l 37,5 % ginu (tj. 6 g ethanolu). Kontrolní skupina dostala 0,25 l toniku. Po konzumaci nápoje jsme měřili čas 15 minut a po-té zahájili měření hladiny alkoholu v krvi za pomoci alkohol testeru. Následně byl zopakován první krok a po dokončení hodnocení atraktivity 2. série fotografií, jsme participantům donesli 2. kelímek ke konzumaci. Nápoj

experimentální skupiny obsahoval 0,25 l toniku a 0,04 l 37,5 % ginu (12 g ethanolu) u kontrolní pouze 0,25 l toniku. Po 15minutové pauze od vypití nápoje bylo znovu provedeno měření hladiny alkoholu. Celkový přehled naměřených promile po první a druhé dávce je zobrazeno v tabulce 7. Nakonec proběhlo poslední hodnocení 3. série fotografií a vyplnění dotazníku STAI-X-2. Před odchodem byli účastníci z experimentální skupiny upozorněni na obsah alkoholu v nápoji (celkově 18 g ethanolu) a hodnotu naměřených promile. Dostali poučení, aby neřídili motorová vozidla a poskytli jsme jim odhadnutou dobu, za kterou by měl alkohol v těle zcela eliminovat.

Tabulka 7: Přehled naměřených promile u účastníků v experimentální skupině

Pohlaví	Po 1. dávce	Po 2. dávce
muž	0,00	0,18
muž	0,00	0,12
žena	0,00	0,19
muž	0,00	0,39
žena	0,00	0,12
muž	0,00	0,22
žena	0,00	0,18
muž	0,00	0,00
žena	0,08	0,00
žena	0,09	0,29
žena	0,09	0,20
žena	0,14	0,24
žena	0,20	0,41

6.5. Práce s daty a její výsledky

Postup analýzy dat byl shodný jako v případě předchozí studie. Byl zvolen lineární model, se závislou proměnnou hodnocení jednotlivých fotografií na škále 1 až 10. Tentokrát model obsahoval následující regresory:

1. Pohlaví hodnotitele
2. Pohlaví hodnoceného subjektu
3. Počet podaných dávek alkoholu (0 až 2)

Vzhledem k omezenému rozsahu souboru a méně proměnlivému prostředí jsme do modelu nezařadili kovariáty věk či nálada. Mezi regresory opět předpokládáme interakce reprezentované čtyřmi interakčními členy. Opět šlo o model se smíšenými efekty s náhodnými faktory regresor proband (27 úrovní) a regresor podnět (60 úrovní).

Výsledný model vysvětluje přibližně 49 % rozptylu závisle proměnné, z toho připadá přibližně 8 % na pevné (nenáhodné) faktory.

Obdobným způsobem jako v předešlém případě jsme ověřili významnost všech tří regresorů. Zvláště jsme dále otestovali významnost interakce pohlaví hodnotitele a počtu podaných dávek alkoholu. Výsledky jsou v tabulce 8.

Tabulka 8: Významnost pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného a množství alkoholu v krvi

Regresor	Testová statistika (χ^2)	Stupně volnosti	P-hodnota
Pohlaví hodnotitele	91,95	6	< 0,001
Pohlaví hodnoceného subjektu	99,94	6	< 0,001
Počet podaných dávek alkoholu	20,08	8	0,010
Interakce pohlaví hodnotitele a počtu podaných dávek alkoholu	8,10	4	0,088

H1: Osoby, které zkonsumovaly větší množství alkoholu hodnotí figuranty na fotografiích jako atraktivnější.

Z tabulky 8 vyplývá, že faktor podané dávky alkoholu signifikantně ($p = 0,010$) souvisí s uděleným hodnocením. Samotný výsledek testu statistické významnosti neříká nic o směru pozorovaných rozdílů. Hodnoty regresních koeficientů a zejména pak vizualizace výsledků v obrázku 4 však nasvědčují v rozporu s naším očekáváním existenci negativní závislosti – lidé po podání více dávek alkoholu měli tendenci hodnotit fotografie jako spíše méně atraktivní. Hypotézu tedy **nepřijímáme**.

H2: Hodnocení atraktivity udělená muži se odlišují od hodnocení atraktivity udělených ženami.

Hodnocení atraktivity udělené muži se signifikantně ($p = 0,088$) liší od hodnocení udělených ženami. Hodnotitelé muži hodnotí fotografie jiných mužů v průměru jako méně atraktivní

než hodnotitelky ženy. Naopak, pokud muž hodnotí fotografii ženy, uděluje v průměru vyšší hodnocení, než jaké by v průměru udělila hodnotitelka žena. Hypotézu můžeme **přijmout**.

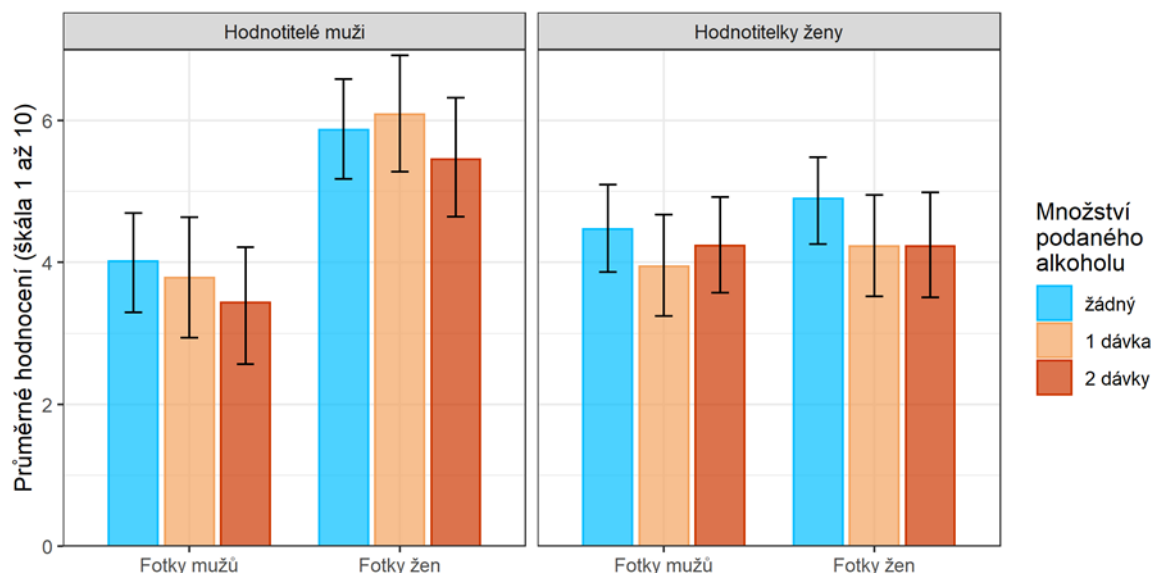
H3: Podání alkoholu má jiný dopad na hodnocení atraktivity udělované muži a ženami.

Výsledek statistického testu v tabulce 8 nepotvrzuje jinou reakci mužů a žen na podání alkoholu. Z grafu na obrázku 4 vidíme, že ač se bodové hodnocení mužských a ženských hodnotitelů odlišuje, konzumace alkoholu přináší podobnou změnu. Jak u mužů, tak i u žen dochází po podání první a druhé dávky v průměru ke snížené hodnocení. Hypotézu **nepřijímáme**.

H4: Existují rozdíly mezi tím, jak jsou hodnoceny fotografie žen a fotografie mužů.

Dle výsledku prezentovaného v tabulce 8 jsou fotografie mužů a žen hodnoceny rozdílně. Jak je patrné z obrázku 4, rozdíl je markantní zejména, jsou-li hodnotiteli muži, kteří udělují ženám v průměru zřetelně vyšší hodnocení. Hypotézu **přijímáme**.

Obrázek 4: Střední hodnoty udělených hodnocení v závislosti na pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného a počet podaných dávek alkoholu.



Pozn.: Chybové úsečky značí 95% konfidenční intervaly.

7 DISKUZE

Cílem této práce bylo ověřit platnost efektu tzv. pivních brýlí, tedy fenoménu, že konzumace alkoholu vede k tomu, že osoby vnímají opačné pohlaví jako atraktivnější. Studie, jež se tímto tématem zabývají, najdeme pouze v zahraničí, a to v omezeném počtu. Navíc výsledky jednotlivých autorů se značně odlišují.

Prvotním záměrem bylo zkoumat vliv alkoholu na hodnocení atraktivity v naturalistickém sociálním prostředí, tedy v restauracích a barech. Částečně jsme přitom vycházeli ze studie Jonese et al. (2003) a Munafa et al. (2015). V prvním případě se efekt pivních brýlí potvrdil v druhém nikoli. Při realizaci studie jsme se proto snažili napravit limity obou předchozích studií. Za prvé participanty jsme oslovovali přímo v restauračních zařízeních, nemuseli nikam odcházet ani se přesouvat, hodnocení probíhalo přímo u jejich stolu. Za druhé jsme sledovali sexuální orientaci hodnotitelů a konečně po ukončení hodnocení, byl všem změřen alkohol v krvi za pomoci alkohol testeru. Po vyřazení 15 osob tvořil náš výzkumný soubor celkem 74 participantů. Za pomoci regresní analýzy jsme došli k závěru, že alkohol nemá vliv na vnímání atraktivity opačného pohlaví $\chi^2(4) = 4,54$; $p = 0,338$. Což je ve shodě se studií, kterou provedli Neave, Tsang a Heather (2008). Došli k závěru, že alkohol má velmi malý nebo žádný vliv na hodnocení atraktivity opačného pohlaví. Studie Gladue a Delaney (1990) nebo novější Halpernfelshera, Millsteina a Ellen (1996) uvádí, že vliv alkoholu a atraktivita v určitých případech negativně koreluje. Vlivem konzumace alkoholu ve větším množství, může docházet ke snížení sexuální touhy a vzrušení u obou pohlaví, v takovém případě hodnocení atraktivity opačného pohlaví klesá. Podobně jako v případě našich výsledků v obou provedených studiích. Rovněž jsou podobné genderové rozdíly ve vnímání a hodnocení atraktivity. Výsledky studie ukazují, že navzdory zvyšující se míře intoxikace vykazovali muži různé hodnocení atraktivity. Ženy se v hodnocení fotografií příliš nelišily. Naše studie v přirozeném prostředí došla k podobným závěrům. Podle obrázku 3 se ženy při hodnocení mužských i ženských subjektů liší jen nepatrně, bez ohledu na konzumaci alkoholu.

Dalším možným důvodem, proč naše studie v přirozených podmínkách nepotvrdila hypotézu, je že v barovém prostředí jsou sexuálně relevantní podněty výraznější, což vytváří podmínky, jež vedou ke zvýšenému vnímání atraktivity opačného pohlaví (MacDonald et

al., 2000). My jsme oslovovali participanty převážně na venkovním prostranství, ne uvnitř baru. Navíc podnětem pro hodnocení byly tváře zobrazené na fotografiích prostřednictvím iPadu, což může vyvolávat dojem depersonalizace.

Teorie očekávání alkoholu (Hull & Bond, 1986) tvrdí, že účinky alkoholu závisí na tom, co jedinec očekává. Podle Gladueho a Delaney (1990) jedinci navštěvují bary z důvodu seznámení se s opačným pohlavím (u mužů) nebo setkáním s přáteli (ženy), navíc s přibývajícím časem, který v baru stráví, sílí motiv seznámení. Pokud obě domněnky propojíme, dojdeme k teorii, že jedinci, kteří navštíví bar s tím, že se chtějí s někým seznámit, a budou konzumovat alkohol, tak jeho účinky mohou ovlivnit vnímání atraktivity v souladu s tímto očekáváním. Toto ovšem nebude platit v případě naší studie, kdy byli participanti osloveni během setkání s přáteli či partnerem.

Studie Johnca, Wheelera a Taylora (2010), zjistila částečný vliv alkoholu na vnímání atraktivity, ale výraznějšími faktory jsou podle nich dřívější expozice, efekt nedostatku (kdy je vnímání hodnoty ovlivněno nedostatkem) a tzv. efekt zavírací doby – to znamená, že s přibližující se zavírací dobou se nám ostatní zdají být atraktivnější. Náš čas realizace studie byl za denního světla mezi 16 a 20 hodinou, působení efektu je tedy vyloučeno. Stejně tak zde nefungovala dřívější expozice fotografií (participanti fotografie viděli jen jednou při hodnocení), ani efekt nedostatku.

Na výsledky naší studie mohla mít vliv také skupinová dynamika, protože jsme vždy oslovovali skupinu osob u jednoho stolu. Participanti hodnocení navzájem komentovali a diskutovali o něm, částečně to mohlo ovlivnit jejich úsudek. Roli také mohla hrát nedostatečná motivace participantů, spojená s množstvím hodnotících fotografií.

Problematické mohly být i naše podněty v podobě uměle generovaných fotografií. Mohly se jevit až příliš dokonalé, hodnotitelé proto paradoxně udělovali spíše nižší hodnocení.

V neposlední řadě je zde řada dalších rušivých vlivů, z fyzikálních jmenujme například hluk (hlasitá hudba nebo ruch městské dopravy), ostré sluneční světlo (oslnění obrazovky), velikost fotografií.

Druhou fází výzkumné části bylo zopakování celé studie v kontrolovaných podmínkách. Především nám šlo o zamezení skupinové dynamiky, tak že jsme dohromady testovali maximálně 4 osoby, které se vzájemně neznaly a každý z nich seděl v jednom rohu místnosti. Eliminaci vnějších rušivých vlivů, kterou jsme ošetřili prováděním experimentu

v klidné a odlehlé místnosti. A konečně kontrolované podávání alkoholických nápojů v rámci stanovení experimentální a kontrolní skupiny. Podobný experiment v zahraničí, kterým jsme se inspirovali provedl Munafò se svými spolupracovníky v roce 2008, tady se autorům povedlo efekt alkoholu na vnímání atraktivity potvrdit. Obdobný výzkum se stejným výsledkem provedli také Chen, Wang, Yang a Chen (2014). Vliv alkoholu se prokázal, jak u subjektů, tak objektů, ale pouze u nízké a střední atraktivity.

Výzkumný soubor 27 participantů jsme vybírali příležitostně na základě předem stanovených kritérií (heterosexuální orientace, výsledek dotazníku AUDIT se skórem <16, žádné objektivní ani subjektivní překážky ke konzumaci alkoholu). Pomocí dotazníku STAI jsme zjišťovali úroveň prožívané úzkosti participantů, jež by mohla ovlivnit výsledek hodnocení. Hodnocení fotografií jsme tentokrát rozdělili do 3 setů po 20 kusech. První sérii hodnotili všichni ve střízlivém stavu, 2. sérii hodnotila experimentální skupina s podáním 6 g alkoholu (malý panák) a 3. sérii s 12 g alkoholu (velký panák). Po první dávce alkoholu, alkohol tester detekoval určité množství alkoholu pouze u 32 % participantů ($n = 5$), u zbytku se alkohol stihl eliminovat. Většina participantů první dávku alkoholu v nápoji nepoznala, jelikož se jednalo o opravdu malé množství. Druhou silnější dávku naopak poznali téměř všichni, alkohol tester detekoval alkohol u 85 %, pouze u 2 participantů se alkohol stihl do 15 minut eliminovat. Výsledky analýzy dat nepřinesly žádnou změnu oproti studii v přirozených podmínkách. Z grafu na obrázku 4 můžeme vyvodit, že mezi konzumací alkoholu a hodnocením atraktivity je negativní vztah. Tedy čím víc alkoholu participant konzumovali, tím hodnotili tváře na fotografiích jako méně atraktivní. Což mohla způsobit délka prováděného experimentu (cca 1 h) a 15minutové časové rozestupy mezi jednotlivými měřeními, kdy participant museli nečinně čekat. Při hodnocení se také mohla projevit únava, zruděnost a snaha mít odpovědi rychle za sebou.

Dále se shoduje vliv pohlaví hodnotitelů, pokud fotografie hodnotí ženy, je atraktivita hodnocena obdobně u mužských i ženských tváří. Naopak hodnotitelé muži mají výrazný rozdíl v hodnocení fotografií stejného a opačného pohlaví. Dalo by se říct, že ženy jsou při hodnocení objektivnější než muži. Ve hře může být efekt centrální tendence neboli sériový efekt (Nakonečný, 2002). V případě našeho experimentu by se však týkal pouze ženského pohlaví.

Z výsledků obou provedených studií vyplývá, že samotný alkohol nemá žádný vliv na zvýšené hodnocení atraktivity. Komparací předchozích výzkumných studií se zdá, že na vnímání atraktivity má vliv mnoho faktorů, jež se vzájemně kombinují. Čím více faktorů

působí dohromady společně s konzumací alkoholu, tím víc dochází k ovlivnění vnímání atraktivnosti opačného pohlaví. Z těchto zjištění nám vyplynula teorie, že alkohol působí spíše jako posilovač ostatních faktorů v souvislosti s určitým situačním kontextem.

Jako limit našich studií vnímáme především obrazový materiál jednotlivých obličejů, jež tvořily uměle vygenerované tváře. Přestože je technologie morfování a generování tváří velmi pokročilá a lidské oko není schopno rozpoznat, zda se jedná o reálný či uměle vytvořený obličej, v důsledku to mohlo mít vliv na konečné hodnocení participantů. Dalším limitem je malé množství podávaného alkoholu během experimentu. U většiny participantů se totiž stihl alkohol eliminovat do 15 minut od podání (respektive alkohol tester nenaměřil žádné promile). Je tedy otázkou, nakolik hrál alkohol roli, když se stihl ještě před samotným hodnocením eliminovat. Na druhou stranu podávání většího množství alkoholu participantům je problematické z hlediska etiky.

8 ZÁVĚR

Výzkum v přirozeném i laboratorním prostředí měl za cíl zjistit, zda existuje souvislost mezi zvýšeným hodnocením atraktivity opačného pohlaví a konzumací alkoholického nápoje. Analýza výsledků toto tvrzení nepotvrdila, naopak byla v rozporu s naším očekáváním. S přibývajícím množstvím podaného alkoholu měly osoby tendenci hodnotit jedince na fotografiích jako méně atraktivní. Ve studii v přirozeném prostředí je patrný velký rozdíl v hodnocení udělených muži, kteří byli aktuálně střízliví nebo konzumovali alkohol. Ve střízlivém stavu dávali v průměru o více než jeden bod oběma pohlavím na fotografiích oproti opilým hodnotitelům. Rozdíly v ženském bodování obou pohlaví byly nepatrné, dokonce u opačného pohlaví udělily ženy s naměřenými promile v průměru o něco vyšší hodnocení než ženy střízlivé. Výsledky laboratorní studie vycházejí obdobným způsobem, avšak rozdíly mezi jednotlivými hodnoceními nejsou tak markantní.

Rovněž jsme zjišťovali vliv pohlaví hodnotitele (bez ohledu na alkohol), který byl v obou případech signifikantní. Ukázalo se, že ženy mají tendenci hodnotit obě pohlaví podobně a tíhnou ke středním hodnotám. V průměru muži udělují ženám na fotografiích mnohem vyšší hodnocení, a naopak stejnému pohlaví dávají nižší hodnocení v porovnání s ženami hodnotitelkami.

9 SOUHRN

Tato bakalářská práce se zabývala tématem alkoholu a jeho vlivu na vnímání atraktivity opačného pohlaví. Práce obsahuje teoretickou a empirickou část.

První kapitola teoretické části je věnována alkoholu, jeho definici a chemickému složení. Je zde popsán proces vstřebávání a eliminace alkoholu v těle, jehož rychlost závisí na pohlaví, etnické příslušnosti, obsahu žaludku a mnoho dalších faktorech. Dále jsou podrobně rozebrány účinky na lidské tělo a psychickou stránku, ty jsou převážně škodlivého rázu. Zde působí přímá úměra, čím více alkoholu a delší dobu, tím jsou účinky závažnější. V poslední části této kapitoly se dozvíme, jaké máme způsoby a metody detekce alkoholu v lidském těle.

Druhá kapitola se zabývá fyzickou atraktivitou, vymezili jsme její definici a popsali jaké aspekty zahrnujeme do tohoto konstruktů. Jednotlivé prvky atraktivity se vztahují ke kulturnímu, historickému a společenskému kontextu. Jednotlivým národům a kulturám se líbí různé typy tělesných křivek. Pojednáváme také o jednotlivých prvcích fyzické krásy a metody jejich členění případně měření, uvádíme například metodu BMI, VHI, WHR nebo SHR. Zvlášť je kapitola týkající se atraktivity tváře.

Třetí kapitola podává popis sedmi výzkumných studií, které se v minulosti zabývaly působením alkoholu na vnímání atraktivity. Studie probíhaly v laboratorních i naturalistických podmínkách. Závěry jednotlivých autorů se značně odlišovaly, u někoho se efekt potvrdil (Jones et al., 2003, Parker et al., 2008) někde jen částečně (Chen et al., 2014) anebo zcela vůbec (Maynard et al., 2015).

Empirická část je rozdělena na dvě části. První popisuje průběh, analýzu a výsledky studie prováděné v přirozeném prostředí. 74 participantů zahrnutých do konečné analýzy, mělo za úkol ohodnotit atraktivnost mužských a ženských tváří na fotografiích prostřednictvím 10 bodové škály. K tomu ještě vyplnili údaje o svém věku, sexuální orientaci, dotazník AUDIT a označili náladu na stupnici VAS. Výsledky efektu pivních brýlí neprokázaly. Druhá část se týká provedení experimentu v laboratorních podmínkách. 27 participantů bylo náhodně rozděleno do kontrolní a experimentální skupiny, kde se podával alkohol a placebo. Během toho měli za úkol hodnotit atraktivitu stejných fotografií jako v předchozí studii. Výsledkem byla negativní korelace konzumace alkoholu a hodnocení

atraktivnosti. Ani jedna námi prováděná studie nepotvrdila vliv alkoholu na zvýšené hodnocení atraktivnosti opačného pohlaví.

LITERATURA

- Babor, T.F., Higgins-Biddle, J.C., Saunders, J.B. & Monteiro, M.G. (2001). *AUDIT: The Alcohol Use Disorders Identification Test*. Guidelines for Use in Primary Care. Geneva: World Health Organization.
- Bagnardi, V., Rota, M., Botteri, E., Tramacere, I., Islami, F., Fedirko, V., ... & Pelucchi, C. (2015). *Alcohol consumption and site-specific cancer risk: a comprehensive dose-response meta-analysis*. *British journal of cancer*, 112(3), 580.
- Barrett, L., Dunbar, R., & Lycett, J. (2007). *Evoluční psychologie člověka*. Praha: Portál.
- Blažek, V., & Trnka, R. (2009). *Lidský obličej: Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum.
- Bowdring, M. A., & Sayette, M. A. (2018). Perception of physical attractiveness when consuming and not consuming alcohol: A meta-analysis. *Addiction*, 113(9), 1585-1597. doi:10.1111/add.14227
- Bushman, B. J., & Cooper, H. M. (1990). Effects of alcohol on human aggression: An integrative research review. *Psychological Bulletin*, 107(3), 341-354. doi:10.1037/0033-2909.107.3.341
- Carré, J. M., McCormick, C. M., & Mondloch, C. J. (2009). Facial structure is a reliable cue of aggressive behavior. *Psychological Science*, 20(10), 1194-1198. doi:10.1111/j.1467-9280.2009.02423.x
- Cunningham, M. R. (1986). Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(5), 925-935. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.50.5.925>
- Dixson, A. F., Halliwell, G., East, R., Wignarajah, P., & Anderson, M. J. (2003). Masculine somatotype and hirsuteness as determinants of sexual attractiveness to women. *Archives of Sexual Behavior*, 32(1), 29-39.
- Dixson, B. J., Lee, A. J., Sherlock, J. M., & Talamas, S. N. (2017). Beneath the beard: Do facial morphometrics influence the strength of judgments of men's beardedness? *Evolution and Human Behavior*, 38(2), 164-174. doi:10.1016/j.evolhumbehav.2016.08.004

- Edwards, G. (2004). *Záhadná molekula: mýty a skutečnosti o alkoholu*. Praha: Nakladatelství Lidové Noviny.
- Ehrmann, J. (2006). *Alkohol a játra*. Praha: Grada.
- Etcoff, N. (2002). *Proč krása vládne světu*. Praha: Columbus.
- Fan, J., Dai, W., Liu, F., & Wu, J. (2005). Visual perception of male body attractiveness. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 272(1560), 219-226. doi:10.1098/rspb.2004.2922
- Fessler, D. M., Nettle, D., Afshar, Y., Pinheiro, I. D., Bolyanatz, A., Mulder, M. B., . . . Zbarskaite, A. (2005). A cross-cultural investigation of the role of foot size in physical attractiveness. *Archives of Sexual Behavior*, 34(3), 267-276. doi:10.1007/s10508-005-3115-9
- Fialová, L. (2006). Moderní body image: jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla. Praha: Grada.
- Fialová, L., & Krch, F. D. (2012). *Pojetí vlastního těla - zdraví, zdatnost, vzhled*. Praha: Karolinum.
- Gladue, B. A., & Delaney, H. J. (1990). Gender differences in perception of attractiveness of men and women in bars. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 16(2), 378–391.
- Gould, D., Kelly, D., Goldstone, L., & Gammon, J. (2001). Examining the validity of pressure ulcer risk assessment scales: Developing and using illustrated patient simulations to collect the data information point: Visual analogue scale. *Journal of Clinical Nursing*, 10(5), 697-706. doi:10.1046/j.1365-2702.2001.00525.x
- Halpernfelsher, B., Millstein, S. & Ellen, J. (1996). Relationship of alcohol use and risky sexual behavior: A review and analysis of findings. *Journal of Adolescent Health*. 19(5), 331-336.
- Heller, J., Pecinová, O., & Zima, T. (2011). Účinky a metabolismus alkoholu. In *Pavučina závislosti: alkoholismus jako nemoc a možnosti efektivní léčby* (49–53). Praha: Togga.

- Heretik, A., Ritomský, A., Novotný, V., Heretik, A. & Pečeňák, J. (2009). Restandardizace state-trait anxiety inventory X-2 – úzkostnost jako rys. *Československá psychologie*, 53(6), 587-599.
- Hewstone, M., & Stroebe, W. (2006). Sociální psychologie. Praha: Portál.
- Honekopp, J., Rudolph, U., Beier, L., Liebert, A., & Muller, C. (2007). Physical attractiveness of face and body as indicators of physical fitness in men. *Evolution and Human Behavior*, 28(2), 106-111. doi:10.1016/j.evolhumbehav.2006.09.001
- Hughes, S.M., & Gallup, G.G. (2003). Sex differences in morphological predictors of sexual behavior: shoulder to hip and waist to hip ratios. *Evolution and Human Behavior* 24(3). 173-178. Získáno 1. června 2021 z <https://www2.psy.uq.edu.au/~uqbziets/Hughes2003%20-%20Shoulder%20to%20hip%20ratio.pdf>
- Chen, X., Wang, X., Yang, D., & Chen, Y. (2014). The moderating effect of stimulus attractiveness on the effect of alcohol consumption on attractiveness ratings. *Alcohol and Alcoholism*, 49(5), 515-519. doi:10.1093/alcalc/agu026
- Johnco, C., Wheeler, L. & Taylor, A. (2010) They do get prettier at closing time: A repeated measures study of the closing-time effect and alcohol. *Social Influence*, 5(4), 261-271.
- Jones, B. C., DeBruine, L. M., Perrett, D. I., Little, A. C., Feinberg, D. R., & Law Smith, M. J. (2008). Effects of menstrual cycle phase on face preferences. *Archives of Sexual Behavior*, 37(1), 78-84. doi:10.1007/s10508-007-9268-y
- Jones, B. T., Jones, B. C., Thomas, A. P., & Piper, J. (2003). Alcohol consumption Increases attractiveness ratings of opposite-sex faces: A possible third route to RISKY SEX. *Addiction*, 98(8), 1069-1075. doi:10.1046/j.1360-0443.2003.00426.x
- Kábrt, J., & Kábrt, J. Jr. (2015). Lexicon medicum. Praha: Galén.
- Kalina, K. (2008). *Základy klinické adiktologie*. Praha: Grada.
- Kasper, H. (2015). *Výživa v medicíně a dietetika*. Grada.
- Král, L. (2017). Analyzátory alkoholu v dechu. *Metrologie*, 2, 9-22.

- Kubička, J. (2011). *Metody a principy měření alkoholu v těle*. (Bakalářská práce). Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Získáno 24. dubna 2021 z: <https://theses.cz/id/m0kmef/BP.pdf>.
- Kvapilík, J., & Svobodová, A. (1985). *Člověk a alkohol*. Praha: Avicenum.
- 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*, 126(3), 390-423. doi:10.1037/0033-2909.126.3.390
- Liu, S., Lien, M., & Fenske, N. A. (2010). The effects of alcohol and drug abuse on the skin. *Clinics in Dermatology*, 28, 391-399. doi:<https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2010.03.024>
- MacDonald, T K , Fong, G , Zanna, M P, & Martineau, A. (2000). Alcohol myopia and condom use: Can alcohol intoxication be associated with more prudent behaviour? *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(4): 605 – 619.
- Manning, J. T., Scutt, D., Whitehouse, G. H. & Leinster S. J. (1997). *Breast asymmetry and phenotypic quality in women* Evolution and Human Behavior, 18, 223-236.
- Marhounová, J. (1995). *Alkoholici, fetišti a gambléři*. Praha: Empatie.
- Matějů, P., Hamplová, D., Hampl, P., Loužek, M., Weidnerová, S., Anýžová, P., & Smith, M. L. (2017). *Moc krásy: Pomáhá krása a atraktivita k životnímu úspěchu?* Praha: Karolinum.
- Maynard, O. M., Skinner, A. L., Troy, D. M., Attwood, A. S., & Munafò, M. R. (2015). Association of alcohol consumption with perception of attractiveness in a Naturalistic Environment. *Alcohol and Alcoholism*, 51(2), 142-147. doi:10.1093/alcalc/agn096
- McNulty, J. K., Neff, L. A., & Karney, B. R. (2008). Beyond initial attraction: Physical attractiveness in newlywed marriage. *Journal of Family Psychology*, 22(1), 135-143. doi:10.1037/0893-3200.22.1.135
- Monk, R. L., Qureshi, A. W., Lee, S., Darcy, N., Darker, G., & Heim, D. (2020). Can beauty be-er ignored? A preregistered implicit examination of the beer goggles effect. *Psychology of Addictive Behaviors*, 34(3), 477-483. doi:10.1037/adb0000555
- Mudra, J., & Rušavý, Z. (2004). Alkohol a diabetes. *Interní Medicína Pro Praxi*, 7, 347-351.

- Müllner, J., Ruisel, I. & Farkaš, G. (1980). Dotazník na meranie úzkosti a úzkostnosti. Bratislava: Psychodiagnostické a didaktické testy.
- Muthusami, K., & Chinnaswamy, P. (2005). Effect of chronic alcoholism on male fertility hormones and semen quality. *Fertility and Sterility*, 84(4), 919-924. doi:10.1016/j.fertnstert.2005.04.025
- Nakonečný, M. (2002). *Sociální psychologie*. Praha: Academia.
- Neave, N., & Shields, K. (2008). The effects of facial hair manipulation on female perceptions of attractiveness, masculinity, and dominance in male faces. *Personality and Individual Differences*, 45(5), 373-377. doi:10.1016/j.paid.2008.05.007
- Neave, N., Tsang, C., & Heather, N. (2008). Effects of alcohol and alcohol expectancy on perceptions of opposite-sex facial attractiveness in university students. *Addiction Research & Theory*, 16(4), 359-368
- Nešpor, K. (2011). *Návykové chování a závislost: současné poznatky a perspektivy léčby*. Praha: Portál.
- Parker, L., Penton-Voak, I., Attwood, A., & Munafò, M. (2008). Effects of Acute Alcohol Consumption on Ratings of Attractiveness of Facial Stimuli: Evidence of Long-Term Encoding. *Alcohol and Alcoholism*, 43(6), 636–640. <https://doi.org/10.1093/alcalc/agn065>
- Parrott, D. J., & Eckhardt, C. I. (2018). Effects of alcohol on human aggression. *Current Opinion in Psychology*, 19, 1-5. doi:10.1016/j.copsyc.2017.03.023
- Pokorná, A. (2013). *Ošetrovatelství v geriatrii: hodnotící nástroje*. Praha: Grada.
- Poněšický, J. (2008). *Fenomén ženství a mužství: psychologie ženy a muže, rozdíly a vztahy*. Praha: Triton.
- Řehan, V. (1994). *Závislost na alkoholu a jiných drogách: Psychologický přístup: Určeno pro stud. psychologie a humanitních oborů FF UP*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Schnabel, E. (2011). *Alcohol and driving-related performance – A comprehensive meta-analysis focusing the significance of the non-significant*. Disertační práce. Získáno 1. května 2021 z <http://opus.bibliothek.uni-wuerzburg.de/volltexte/2012/6995/pdf/SchnabelDiss.pdf>

- Smith, K. L., Cornelissen, P. L., & Tovée, M. J. (2007). Color 3D bodies and judgements of human female attractiveness. *Evolution and Human Behavior*, 28(1), 48-54. doi:10.1016/j.evolhumbehav.2006.05.007
- Souto, A., Bezerra, B. M., & Halsey, L. G. (2008). Alcohol intoxication reduces detection of asymmetry: An explanation for increased perceptions of facial attractiveness after alcohol consumption? *Perception*, 37(6), 955-958. doi:10.1068/p5951
- Swami, V., & Furnham, A. (2008). *The Psychology of Physical Attraction*. London: Routledge.
- Šedivý V. (1988). *Lidé, alkohol, drogy*. Praha: Naše vojsko.
- Šrámková, L., Cakirpaloglu, P., & Procházka R. (2016). Vnímání atraktivity a vlastní body image. *Psychologie pro praxi*. 1-2, 9-19. Získáno 14. května 2021 z <https://docplayer.cz/204982332-Vnimani-atraktivity-a-vlastni-body-image.html>
- Vavřínková, B. & Binder, T. (2006). *Návykové látky v těhotenství*. Praha: Triton.
- Výrost, J. & Slaměník, I. (2008). *Sociální psychologie*. Praha: Grada.
- Weiss, P. (2009). Sexuální atraktivita a její determinanty. *Psychiatrie Pro Praxi*, 10(4), 188-190. Získáno 7. května 2021 z <https://www.psychiatriepropraxi.cz/pdfs/psy/2009/04/08.pdf>
- World Health Organization. (2018). Global status report on alcohol and health 2018. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/274603>.
- Zákon č. 65/2017 Sb., zákon o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek. (2017). Získáno 7. ledna 2021 z <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2017-65>
- Zvěřina, J., Janhuba, K., Emmerová, M., Racek, J., & Špičák, J. (2012). *Bezprostřední vliv nízkých dávek alkoholu na lidské chování*. [Brožura]. Praha: Česká technologická platforma pro potraviny a Potravinářská komora ČR. Získáno 12. dubna 2021 z <http://ctpp.cz/data/files/Bezprostredni%20vliv%20nizkych%20davek%20alkoholu%20na%20lidske%20chovani.pdf>
- Singh, D. (1993). Adaptive significance of female physical attractiveness: Role of waist-to-hip ratio. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(2), 293–307.

PŘÍLOHY

Seznam příloh:

1. Abstrakt v českém jazyce
2. Abstrakt v anglickém jazyce
3. Seznam tabulek
4. Seznam obrázků
5. Dotazník AUDIT
6. Dotazník STAI X-1
7. Dotazník STAI X-2
8. Ukázka prezentovaných fotografií

ABSTRAKT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Název práce: Vliv intoxikace alkoholem na vnímání fyzické atraktivity

Autor práce: Mgr. et Mgr. Petra Machátová

Vedoucí práce: PhDr. Daniel Dostál, Ph.D.

Počet stran a znaků: 66 stran, 89 477 znaků

Počet příloh: 8

Počet titulů použité literatury: 69

Abstrakt: Bakalářská práce se zabývá tématem alkoholu a jeho působením na vnímání atraktivity. Cílem výzkumu bylo ověřit, zda má alkohol vliv na hodnocení atraktivity opačného pohlaví. Výzkum jsme rozdělili do dvou částí. První část tvořila pilotní studie zaměřená na zkoumání tohoto efektu v přirozeném prostředí. Ve městě Ostrava jsme v barech oslovovali mladé jedince s prosbou o zhodnocení atraktivity fotografií mužských i ženských tváří. Dopředu jsme nevěděli, zda požili nebo nepožili alkohol. Pokud jedinci uvedli, že alkohol konzumovali, bylo provedeno měření za pomoci alkohol testeru. Po vyřazení několika jedinců jsme do výsledné analýzy zařadili 74 participantů. Statisticky významný vliv alkoholu se však nepotvrdil. V druhé části jsme proto ověřovali stejný problém v laboratorních podmínkách. Výhodou byla eliminace okolních rušivých vlivů, omezení skupinové interakce a komunikace a kontrolované podávání alkoholických nápojů. Výzkumný soubor tvořený 27 participanty jsme získali příležitostným výběrem. Náhodným losem jsme každého zařadili do experimentální skupiny, kde se podával alkohol nebo do kontrolní skupiny. Hodnocení fotografií probíhalo třikrát. První hodnocení bez jakéhokoliv nápoje. Druhé hodnocení po nápoji s obsahem 0,02 l alkoholu a třetí s dvojnásobným obsahem alkoholu. Analýzou dat jsme došli k zjištění, že alkohol souvisí s hodnocením atraktivity, ale v opačném směru. Tedy čím víc alkoholu jedinci zkonsumovali, tím dávali nižší hodnocení. Z výsledků našeho výzkumu a komparací výsledků předchozích studií, jsme usoudili, že alkohol má vliv na hodnocení atraktivity pouze v kombinaci s jinými faktory.

Klíčová slova: alkohol, fyzická atraktivita, atraktivita obličeje

ABSTRACT OF THESES

Title: Alcohol intoxication effect on perception of physical attractiveness

Author: Mgr. et Mgr. Petra Machátová

Supervisor: PhDr. Daniel Dostál, Ph.D.

Numbers of pages and characters: 66 pages, 89 477 characters

Number of appendices: 8

Number of references: 69

Abstract: The bachelor thesis deals with the topic of alcohol and its effect on the perception of attractiveness. The aim of the research was to verify whether alcohol has an effect on the evaluation of the attractiveness of the opposite sex. We have divided the research into two parts. The first part consisted of a pilot study aimed at investigating this effect in the natural environment. In the city of Ostrava, we approached young individuals in bars with a request to evaluate the attractiveness of photographs of both male and female faces. We did not know in advance whether or not they had consumed alcohol. If individuals reported consuming alcohol, measurements were made using an alcohol tester. After excluding several individuals, we included 74 participants in the final analysis. However, the statistically significant effect of alcohol has not been confirmed. In the second part, therefore, we verified the same problem in laboratory conditions. The advantage was the elimination of environmental disturbances, the reduction of group interaction and communication, and the controlled serving of alcoholic beverages. We obtained a research group of 27 participants through occasional selection. By selected at random, we put everyone in an experimental group where alcohol was served or in a control group. The photos were evaluated three times. First rating without any drink. The second rating after a drink with a content of 0.02 l of alcohol and a third with a double alcohol content. By analyzing the data, we came to the conclusion that alcohol is related to the evaluation of attractiveness, but in the opposite direction. Thus, the more alcohol individuals consumed, the lower rating they were giving. From the results of our research and a comparison of the results of previous studies, we concluded that alcohol has an effect on the evaluation of attractiveness only in combination with other factors.

Key words: alcohol, physical attractiveness, facial attractiveness

Příloha 3: Seznam tabulek

Tabulka 1: AUDIT – úroveň rizika a doporučená intervence	8
Tabulka 2: Deskriptivní charakteristiky souboru mužů a žen z hlediska věku	35
Tabulka 3: Deskriptivní charakteristiky souboru mužů a žen z hlediska naměřených promile	35
Tabulka 4: Významnost pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného a množství alkoholu v krvi	37
Tabulka 5: Deskriptivní charakteristiky souboru mužů a žen z hlediska věku	41
Tabulka 6: Obecné charakteristiky souboru a dotazníku STAI X-1 a STAI X-2	41
Tabulka 7: Přehled naměřených promile u participantů v experimentální skupině	42
Tabulka 8: Významnost pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného a množství alkoholu v krvi	43

Příloha 4: Seznam obrázků

Obrázek 1: Absorpce a eliminace alkoholu v těle	8
Obrázek 2: Vizualní analogová stupnice nálady	33
Obrázek 3: Střední hodnoty udělených hodnocení v závislosti na pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného a množství alkoholu v krvi	38
Obrázek 4: Střední hodnoty udělených hodnocení v závislosti na pohlaví hodnotitele, pohlaví hodnoceného a množství alkoholu v krvi	44

Příloha 5: Dotazník AUDIT

Dotazník AUDIT:						
Užívání alkoholu může mít vliv na Vaše zdraví a může také ovlivňovat účinky některých léků, proto považujeme za důležité zeptat se Vás na Vaše zvyklosti pokud jde o pití alkoholu. Vaše odpovědi jsou považovány za důvěrné informace, prosíme Vás proto o upřímné odpovědi. U každé otázky zaškrtněte možnost, která nejvíce vystihuje Vaši odpověď.						
Demografické informace (neuvádějte, prosím, jméno).						
Pohlaví: muž / žena Věk: let Dokončené vzdělání:						
Současné zaměstnání:						
Otázky	0	1	2	3	4	Score
1. Jak často se napijete nějakého alkoholického nápoje?	Nikdy	Jednou měsíčně nebo méně často	Dva- až čtyřikrát měsíčně	Dva- až třikrát týdně	Čtyřikrát nebo vícekrát týdně	
2. Kolik sklenic alkoholického nápoje si dáte v typický den, kdy něco pijete? (označte počet sklenic alkoholického nápoje)	1 nebo 2	3 nebo 4	5 nebo 6	7 nebo 8	10 nebo více	
3. Jak často vypijete šest nebo více sklenic alkoholického nápoje při jedné příležitosti?	Nikdy	Méně než jednou měsíčně	Každý měsíc	Každý týden	Denně nebo téměř denně	
4. Jak často během posledního roku jste zjistil/a, že nejste schopen/schopna přestat pít, jakmile začnete?	Nikdy	Méně než jednou měsíčně	Každý měsíc	Každý týden	Denně nebo téměř denně	
5. Jak často během posledního roku jste nebyl/a kvůli pití schopen/schopna udělat to, co se od vás normálně očekávalo?	Nikdy	Méně než jednou měsíčně	Každý měsíc	Každý týden	Denně nebo téměř denně	
6. Jak často během posledního roku jste se potřeboval/a napít hned ráno, abyste se dostal do formy po nadměrném pití předešlý den?	Nikdy	Méně než jednou měsíčně	Každý měsíc	Každý týden	Denně nebo téměř denně	
7. Jak často během posledního roku jste měl/a pocit viny nebo výčitek svědomí po pití?	Nikdy	Méně než jednou měsíčně	Každý měsíc	Každý týden	Denně nebo téměř denně	
8. Jak často se během posledního roku stalo, že jste si nebyl/a schopen/schopna vzpomenout, co se stalo předešlý den večer, protože jste pil/a?	Nikdy	Méně než jednou měsíčně	Každý měsíc	Každý týden	Denně nebo téměř denně	
9. Utrpěl/a jste vy nebo někdo jiný úraz v důsledku vašeho pití?	Ne		Ano, ale ne v posledním roce		Ano, během posledního roku	
10. Měl někdo z vašich příbuzných nebo přátel nebo lékař výhrady kvůli vašemu pití nebo Vám doporučoval s pitím přestat?	Ne		Ano, ale ne v posledním roce		Ano, během posledního roku	
					Celkem	

Příloha 6: Dotazník STAI X-1

STAI T-161
X-1

Číslo: Věk:
Dnešní datum:

INSTRUKCE

Uvedli jsme zde různé výroky, kterými jsou lidé zvyklí popisovat sami sebe. Pročtěte si pozorně každý výrok a z čísel uvedených vedle zakroužkujte to, které nejlépe vystihuje Vaše momentální pocity. Při každém výroku tedy uveďte,

JAK SE MOMENTÁLNĚ CÍTÍTE

	Vůbec ne	jen trochu	docela dost	velmi
1. Jsem klidný/á, pokojný/á.....	1	2	3	4
2. Jsem bezstarostný/á.....	1	2	3	4
3. Jsem napjatý/á.....	1	2	3	4
4. Jsem smutný/á.....	1	2	3	4
5. Cítím se dobře.....	1	2	3	4
6. Jsem vzrušený/á.....	1	2	3	4
7. Bojím se neúspěchu.....	1	2	3	4
8. Cítím se odpočínutý/á.....	1	2	3	4
9. Mám pocit úzkosti.....	1	2	3	4
10. Cítím se pohodlně.....	1	2	3	4
11. Důvěřuji si.....	1	2	3	4
12. Jsem nervózní.....	1	2	3	4
13. Jsem ustrašený/á.....	1	2	3	4
14. Cítím, že bych měl/a něco udělat.....	1	2	3	4
15. Jsem uvolněný/á.....	1	2	3	4
16. Jsem spokojený/á.....	1	2	3	4
17. Mám starosti.....	1	2	3	4
18. Jsem podrážděný/á a cítím se „vyveden/a z míry“.....	1	2	3	4
19. Jsem šťastný/á.....	1	2	3	4
20. Cítím se příjemně.....	1	2	3	4

Příloha 7: Dotazník STAI X-2

STAI T-161
X2

Číslo:..... Věk:.....

Dnešní datum:

INSTRUKCE

Uvedli jsme zde výroky, kterými obvykle lidé popisují sami sebe. Přečtěte si pozorně každý výrok a z čísel uvedených vedle zakroužkujte to, které nejlépe vystihuje Vaše obvyklé pocity. Při každém výroku tedy uveďte,

JAK SE OBVYKLE CÍTÍTE

	Téměř nikdy	někdy	často	Téměř vždy
21. Cítím se příjemně.....	1	2	3	4
22. Rychle se unavím.....	1	2	3	4
23. Bývá mi do pláče.....	1	2	3	4
24. Rád/a bych byl/a šťastný/á, jak se zdají ostatní.....	1	2	3	4
25. Přicházím o hodně, protože se neumím včas rozhodnout...	1	2	3	4
26. Cítím se odpočinitý/á a svěží.....	1	2	3	4
27. Jsem klidný/á, pokojný/á a rozvážený/á.....	1	2	3	4
28. Mívám pocity, že těžkosti se hromadí tak, že je nedokážu překonat.....	1	2	3	4
29. Trápí mne věci, na kterých ve skutečnosti nezáleží.....	1	2	3	4
30. Jsem šťastný/á.....	1	2	3	4
31. Mám sklon brát věci příliš vážně.....	1	2	3	4
32. Málo si důvěřuji.....	1	2	3	4
33. Jsem bezstarostný/á.....	1	2	3	4
34. Krizové situace a těžkosti mě pronásledují.....	1	2	3	4
35. Bývám smutný/á.....	1	2	3	4
36. Jsem spokojený/á.....	1	2	3	4
37. Zmocní se mě bezvýznamná myšlenka a nemůžu se jí zbavit	1	2	3	4
38. Zklamání prožívám tak hluboko, že na něj nemůžu zapomenout.....	1	2	3	4
39. Jsem vyrovnaná osobnost.....	1	2	3	4
40. Dostávám se do stavu napětí nebo nepokoje, když rozmýšlím o svých současných problémech.....	1	2	3	4

Příloha 8: Ukázka prezentovaných fotografií

