

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Diana Dubová

Sociální významy vousů u mužů

Bakalářská práce

Praha 2015

Autor práce: **Diana Dubová**

Vedoucí práce: **Mgr. Martin Hájek, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2015

Bibliografický záznam

DUBOVÁ, Diana. Sociální významy vousů u mužů. Praha, 2015. 54 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie.

Vedoucí diplomové práce Mgr. Martin Hájek, Ph.D.

Abstrakt

Práce se zabývá mužskou úpravou vousu, jejím významem ve společnosti a schopností sociálně komunikovat. Je postavena na teorii prvního dojmu, kategorizaci; mužské vousy považuje jako zdroj konstrukce konfliktního a kooperativního jednání. Teoretická část se zabývá předchozími výzkumy o přisouzených vlastnostech vousu, módou a sociální komunikací vousů v minulosti především na evropském kontinentu, kdy vousy komunikovaly národní příslušnost, sociální status, generační a pohlavní distanci, sympatie a antipatie k aktuálnímu dění a hodnotám. Dále se zaměřuje na sociální komunikaci vousu v přítomnosti a jeho vnímáním společností. Empirická část práce je založena na dotazníkovém šetření a odpovídá na otázku, jaké vlastnosti jsou úpravám mužského vousu přisuzovány v současné době v České republice. Výsledná zjištění potvrzují, že vousy jsou obecně vnímány jako symbol maskulinity, dominance a sociální vyspělosti, oholená tvář a tvář s upravenými vousy jsou znakem konformity a obecně pozitivně přijímány, kdežto tváře se strništi dosahují negativních hodnocení.

Abstract

The study focuses on male beard modification, primarily on the significance of beard in the society and beard's ability of social communication. The study is based on the theory of first impression and categorization; male beards are regarded as source of conflictual and cooperative action. Theoretical part draws on previous research about attributed characteristics of beard, fashion and social communication of beard in the past, especially on the European continent, where beards communicated ethnicity, social status, gender and generational distances, sympathy and antipathy to the current events and values. Furthermore, the thesis concentrates on social communication of

beard in the present and its perception in the society. Empirical part is based on a questionnaire survey and answers to the question which characteristics are currently attributed to male beard modification in the Czech Republic. Final findings confirm that beards are perceived as symbol of masculinity, dominance and social maturity, clean shaved face and face with mustache or goatee, taken as signs of conformity, are generally well-received, while faces with stubble receive negative ratings.

Klíčová slova

Vousy, Vzhled, První dojem, Sociální komunikace, Móda, Symbol, Mužnost, Konformita

Keywords

Beard, Appearance, First Impression, Social Communication, Fashion, Symbol, Masculinity, Conformity

Rozsah práce: 64593 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 11. 5. 2015

Diana Dubová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Martinovi Hájkovi, Ph.D., bez jehož účelných rad by tato práce nevznikla.

Institut sociologických studií

Projekt bakalářské práce

Předpokládaný název práce: Sociální významy vousů u mužů

Kontext tématu

Vousy zastávají v životě mužů důležitou roli, neboť jsou hlavním viditelným znakem dospělosti a jeho maskulinity. Na základě vousů jsou mužům přisuzovány různé vlastnosti, mohou zvyšovat jejich sexuální atraktivitu, důvěryhodnost, status, schopnosti a mohou mít vliv i na jejich sebevědomí, neboť zakrývají i nedokonalosti v oblasti obličeje, či vyjadřují určitou skupinovou příslušnost. Vousy jsou předmětem častého upravování pro mnoho mužů, jejich vzhled je ovlivňován samotným nositelem, ale je i regulován vlivem aktuální módy a společenských norem, hovoří o své době. Můžeme rozlišovat knír nad vrchními rty, bradku, mušku, plnovous, vous do špičky, licousy, lehké a těžké strniště, vous pod bradou a mnoho dalších typů vousu. Ve starověku byl vous znakem pýchy, jeho oholení znamenalo pohanu či trest, postupem času se tato norma změnila z praktických důvodů (nevýhoda v boji), později v důsledku módy. [Machar, 2013. 12] V současné době pro vous není stanovena móda, pouze platí nepsané společenské předpisy, na základě kterých se nositel rozhoduje o typu vousu, a tím zároveň ovlivňuje i působení na své okolí.

Vousy oproti vlasům jsou v sociologických vědách málo prozkoumány. Převážná část studií se zabývá rozdílností působení mužské tváře s odlišným typem vousu z hlediska atraktivity, maskulinity, zdraví, rodičovských schopností, agresivity, představy o věku, sociálním statusu a důvěryhodnosti. Výsledky těchto studií nejsou přímé a nejsou uvedeny do širších souvislostí. Proto bych se v mé bakalářské práci ráda zaměřila na přisuzování charakteristik vousu v minulé a současné společnosti a uvedla pojem vousů do širšího kontextu z hlediska módy, norem, konsenzuální a konfliktní teorie.

Výzkumný problém

V mé práci se chci zaměřit dvěma směry. První část práce se bude zabývat úpravou vousů v průběhu dějin a v rámci různých kultur, naleznou normy, autority a módy, které určovaly vzhled vousu. Budu se snažit zachytit změny úprav vousu, které

se ve společnosti odehrály a naleznout jejich vysvětlení v konsenzuální teorii či v teorii konfliktu. Konsenzuální teorie považuje tyto úpravy za důsledek měnících se potřeb společnosti či za postupné přizpůsobení vnějším okolnostem, teorie konfliktu úpravy vousu pokládá za důsledek střetávání odlišných zájmů různých skupin. [Keller, 2004. 100] Mým cílem je určit jednání společnosti, skupin a jedinců, identifikovat zainteresované strany, jejich strategie, taktiky a stanovené cíle. Kladu si otázky, jak byly vousu upravovány a na základě jakých pravidel a skutečností? Jak lidé reagovali na jednotlivé typy vousu, jaké vlastnosti typům vousů byly přisuzovány? Jak tyto úpravy souvisely s kooperací a konfliktem ve společnosti?

V druhé části mé práce zohledňuji charakteristiky a vlastnosti vousům přisuzované v dnešní společnosti, které budu srovnávat se smýšlením společnosti minulé. V předchozí části mé práce naleznú názory, zákonitosti a skutečnosti, které ve společnosti panovaly, předpokládám, že se v jistém smyslu projevují v současném mínění společnosti do dnes. Mým cílem je také naleznout, zda konflikt či kooperace ve společnosti existují, či je dnes společnost zcela individualizována a typ vousu je závislý pouze na jeho nositeli. Kladu si otázky, zda existuje rozdíl v přisuzování charakteristik mužské tváři s jiným typem vousu v české společnosti? Je tento rozdíl shodný se smýšlením společnosti v minulosti? Existuje dnes konflikt či kooperace ve společnosti z hlediska typu vousu?

Metodologie

Zpočátku pro lepší pochopení teorie konfliktu a kooperace se zaměřím na klasickou literaturu, na základě které poté provedu analýzu dokumentů a fotografií, ve kterých je zobrazena úprava mužského vousu. Mým cílem je odhalit kooperaci a konflikt, které ve společnosti vznikaly a které měnily styl úpravy vousu. Také si budu všimnout panujících autorit, norem, módy a přisuzovaných vlastností určitým skupinám s odlišným typem vousu, zejména maskulinity, moudrosti, věku, atraktivnosti a statusu.

V druhé části práce uskutečním kvantitativní výzkum pomocí dotazníkového šetření, ve kterém budu zkoumat přisuzované charakteristiky mužské tváři s rozdílným typem vousu, který naleznú v historické části mé práce. Dotazníkového šetření se účastní osmdesát respondentů (mužů i žen, tří generačních kategorií), kteří budou

hodnotit padesát fotografií mužských tváří s různým typem a intenzitou vousu, a následně přisuzovat fotografiím různé druhy vlastností na pětibodové Likertově škále (mužnost, sebevědomí, dominance, agrese, sociální zralost, očekávaný věk, zdraví, pracovitost, upřímnost, důvěra, velkorysost, ambice). Do výzkumu zařadím fotografie mužů, kteří budou disponovat typy vousu, které naleznou v historické části výzkumu. Fotografie mužů s různými typy vousů budou vytvořeny v programu FACES z důvodu snížení vlivu samotné tváře. Zjištěné výsledky budu vyhodnocovat v programu SPSS pomocí statistické procedury ANOVA. V této části se částečně opírám o již uskutečněné výzkumy, s kterými budu srovnávat zjištěné výsledky. Dotazníkové šetření budu uskutečňovat osobně, respondenti vyplní dotazník samostatně, následně se jich optám na zdůvodnění jejich přiřazených charakteristik. Otázky se budou orientovat na nejvýrazněji označené charakteristiky. Následně poté porovnáím tyto výsledky s první částí mého výzkumu, tedy se smýšlením o daném vousu v minulosti.

Předpokládaná struktura práce

1. Úvod – charakteristika problematiky
2. Rozbor úprav vousu + teorie kooperace a konfliktu ve společnosti – rozbor literatury, výzkumů a fotografií
3. Popis metod, cílů a postupů mého výzkumu
4. Zjištění ohledně působení mužské tváře s různým typem vousu + porovnání výsledků s první částí mé práce
5. Závěr – shrnutí poznatků, výhody a nevýhody zvolených metod zkoumání dané problematiky

Očekávané výsledky

V první části mé práce zjistím, jaké normy ve společnosti panovaly a jak byli muži posuzováni dle své úpravy obličeje, jaké charakteristiky jim společnost přisuzovala. Na to navážím empirickou částí, ve které se pokusím nalézt, zda tyto normy a smýšlení jsou ve společnosti zakořeněny dodnes či mají nějaký vliv na přisuzování vlastností mužům z pohledu typu vousu, případně jaké jiné okolnosti se na hodnocení podílejí. Za výsledek mé práce očekávám jisté propojení názorů mezi minulostí a

současností, i přes skutečnost, že se sociální normy spojené s vousy změnilly. Také předpokládám odlišné hodnocení fotografií mužů s historickými typy vousu z hlediska genderu, největší rozdíly se nejspíše objeví v přisuzování věku, atraktivnosti a statusu. Tyto rozdíly a spojitosti se poté pokusím vysvětlit.

Předpokládám, že se v mé práci projeví, že vousy mají vliv na hodnocení, a tím i na chování lidí, jedinec na základě vzhledu přisuzuje druhému jisté charakteristiky. Také v mé práci mohu prokázat, zda se smýšlení společnosti vyvíjí, zůstává do určité míry stejné, či se po určité době názory vrací.

Věřím, že v předchozí společnosti naleznou proces kooperace, ale i konfliktu mezi různými uskupeními mužů například z hlediska zaměstnání, náboženského smýšlení, či jako formu určitého vyhranění a protestu. V dnešní společnosti nepředpokládám výrazný proces kooperace či konfliktu ve srovnání s minulostí, proto očekávám, že v mé práci naleznou spíše výjimečně tyto teorie například dočasné neholení týmových sportovních hráčů, větší důraz bude kladen na individualitu a rozhodnutí jedince.

Orientační seznam literatury

JOHNSTON, M. A. 2011. Beard fetish in early modern England: sex, gender, and registers of value. England: Ashgate.

KELLER, J. 2004. Úvod do sociologie. Praha: Sociologické nakladatelství.

MACHAR, J. S. 2013. Z dějin vousu. Praha: Akropolis.

ZNEBEJÁNEK, F. 2013. Mezi konfliktem a kooperací: Jednotná teorie konfliktu a kooperace. Praha: Slon.

Seznam časopiseckých článků

DIXSON B. J., R. C BROOKS: The role of facial hair in women's perceptions of men's attractiveness, health, masculinity and parenting abilities. *Evolution and Human Behavior* 34. (2013). 236–241.

DIXSON B. J., P. L. VASEY: Beards augment perceptions of men's age, social status, and aggressiveness, but not attractiveness. *Behavioral Ecology*. (May-June 2012). 481–490.

GUIDO G., A. M. PELUSO, V. MOFFA. Beardedness in advertising: Effects on endorsers' credibility and purchase intention. *Journal of Marketing Communications*. February 2011. Vol. 17, No. 1, 37–49.

MUSCARELLA, F., M. R. CUNNINGHAM. The evolutionary significance and social perception of male pattern baldness and facial hair. *Ethology and Sociobiology*. 1996. 17. 99–117.

NEAVE N., K. SHIELDS. The effects of facial hair manipulation on female perceptions of attractiveness, masculinity, and dominance in male faces. *Personality and Individual Differences*. (October 2005). 373–377.

REED J. A., E. M. BLUNK. The influence of facial hair on impression formation. *Social Behavior and Personality*. 1990. 18(1). 169–176.

SHANNON, M. L., C. P. STARK. The influence of physical appearance on personnel selection. *Social Behavior and Personality*. 2003. 31(6).613–624.

Konzultant

Mgr. Hájek Martin, PhD.

Obsah

ÚVOD	1
1 TEORETICKÉ UKOTVENÍ	2
1.1 <i>Hodnocení vzhledu</i>	2
1.2 <i>Vousy</i>	3
1.3 <i>Úprava vousu jako zdroj konfliktního či kooperativního jednání</i>	4
1.4 <i>Móda a sociální komunikace vousů v minulosti</i>	5
1.5 <i>Móda a sociální komunikace vousů v přítomnosti</i>	9
1.5.1 <i>Vousy v náboženství</i>	10
2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A METODOLOGIE	12
3 DATA A METODY ANALÝZY	12
3.1 <i>Data</i>	13
3.1.1 <i>Vzorek</i>	13
3.1.2 <i>Konstrukce dotazníku</i>	13
3.1.3 <i>Sběr dat</i>	15
3.1.3 <i>Úprava dat</i>	16
3.2 <i>Metody analýzy</i>	16
4 ZJIŠTĚNÍ	17
4.1 <i>Sloučení kategorií a jejich validita</i>	17
4.2 <i>Typické úpravy vousu pro jednotlivé kategorie</i>	20
4.2.1 <i>Kategorie důvěryhodnosti</i>	20
4.2.2 <i>Kategorie pracovní úspěšnosti, ambicí, inteligence a konformity</i>	22
4.2.3 <i>Kategorie maskulinity, dominance a sociální vyspělosti</i>	25
4.2.4 <i>Kategorie agresivity</i>	27
4.2.5 <i>Kategorie sociálního statusu</i>	29
4.3 <i>Vlastnosti neovlivněné úpravou vousu</i>	30
5 DISKUZE	32
5.1 <i>Sdílená symbolika vousu</i>	32
5.2 <i>Variabilní hodnocení vousu</i>	33
ZÁVĚR	38
POUŽITÁ LITERATURA	39

Úvod

Téma své bakalářské práce jsem si zvolila, neboť mi mužské vousy a jejich význam pro jedince, jejich schopnost komunikace připadaly vzdálené, ale významné, bylo to území, které jsem si dala za cíl prozkoumat. Téma mužského vousu a jeho význam je ve společnosti stále aktuální, neboť každoročně je mediálně rozebírána kampaň Movember, či můžeme zahlédnout fotky sportovních hráčů, kteří si v rámci své pospolitosti nechávají narůst vous, či obrazy negativních medializovaných plnovousů, kdy jsou výjevem hrozby a terorismu, neboť jsou přisuzovány muslimským věřícím. Aktuálnost tématu spočívá také ve skutečnosti, že jsme cizími lidmi posuzováni na základě svého vzhledu a své vzezření můžeme měnit dle situace a svých záměrů. Cílem mé práce je odpovědět na výzkumnou otázku: Jaké vlastnosti jsou mužskému vousu přisuzovány v České republice v současné době. V teoretické části práce se zpočátku zabývám utvářením prvních dojmů, důležitostí a významem vousu, schopností aktéra užít vous jako zdroj pro své kooperační či konfliktní jednání. Dále se zabývám módou a sociální komunikací vousů v minulosti především na evropském kontinentu, poté módou a sociální komunikací vousu v přítomnosti spolu s náboženským významem vousu. V empirické části práce zodpovídám položenou výzkumnou otázku pomocí analýzy uskutečněného dotazníkového šetření a diskutuji zjištěné výsledky.

1 Teoretické ukotvení

1.1 Hodnocení vzhledu

„Kde člověka neznají, berou ho podle toho, jak vypadá.“ Francouzské přísloví poukazuje na skutečnost, že vzhled je ve společnosti důležitý, neboť podle něj posuzujeme neznámé osoby. Původ tohoto jevu nalezneme již v minulosti, kdy jsme byli nuceni vyhodnocovat nebezpečí v rámci nutnosti svého přežití. [Porter et al 2008: 171–2] V současné době je lidská ostražitost věnována vzhledu lidské tváře a pozorovatelným znakům behaviorálním či vzhledovým, [Rubešová, Havlíček 2009: 229] například stavu a výběru oděvů, různým druhům doplňků, úpravě vlasů a vousů, zdobením a deformacím těla, tělesnému držení, pohybům, proporcím, verbální a neverbální komunikaci. Vzhled jedince nás odkazuje na jeho individualitu, sociální status, preferovanou módu či na příslušnost k určité sociální skupině. V průběhu let dochází ke změnám pohledu na tělo, v současné době je více pozornosti věnováno vzhledu a tělesné stavbě jako objektu, do kterého by se mělo investovat. [Fialová, Krch 2012: 29] Jedinec vytváří ve společnosti určitou image, která je „obrazem, podobou, představou, všeobecným míněním, dojmem a soudem veřejnosti o nás samých“. [Kohoutek, 1998: 17] Na základě vnějších znaků a projevů image nás sociální okolí hodnotí a vytváří si první dojem. [Kohoutek, 1998: 18]

Člověku stačí krátká chvíle, aby si o druhém vytvořil určité mínění pouze na základě vzhledu. První dojem si vytváříme do čtyř minut, hrubou představu do dvou minut. [Fialová, Krch 2012: 34] Nicméně jsme schopni vytvořit úsudek o jedinci i za pár milisekund, tento výsledný dojem provedený v časové tísně koreluje s hodnoceními vytvořenými bez časového omezení. [Willis, Todorov 2006: 596] Jedinec se během vytváření soudů o druhých spoléhá především na své předchozí zkušenosti a společenské stereotypy, vytváří si vlastní osobní konstrukty. Z důvodu zjednodušení se snaží druhé zařadit do určité kategorie například do kategorie pohlaví, věku, příbuznosti. [Rubešová, Havlíček 2009: 224] Výsledné posuzování je intuitivní, uskutečněné s minimem souhrnných informací o jedinci. Tato činnost je realizována

na vědomé i nevědomé úrovni. [Hepburn, Locksley 1983: 312] Člověk si nemusí být vědom, že neznámou osobu charakterizoval jako naivní a důvěryhodnou pouze na základě krátkého pohledu do dětských rysů její tváře.

Podstatnou část ve vytváření prvního dojmu a také v následných sociálních interakcích zaujímá lidská tvář. Prostřednictvím lidské tváře získáváme o dané osobě značné množství informací. Rozeznáváme příslušné pohlaví, věk, sociální status, etnickou příslušnost, zdraví, emoce a přisuzujeme určitý stupeň atraktivity. Dle některých sociálních psychologů tvář také odkazuje na intelektuální zdatnost [Zebrowitz et al. 2002]. „Na základě obličeje si vytváříme představu o druhých, zaujímáme vůči nim postoje, rozhodujeme se, jak se k nim budeme chovat.“ [Blažek 2009. 11]

1.2 Vousy

Za součást obličeje i za důležité komponenty posuzování jsou označovány vlasy a vousy. Synnot je nazývá nejmocnějším znakem individuální a skupinové identity, neboť lidé jimi symbolizují respekt k náboženství, politice, sexualitě, společnosti, zaměstnání a dalším fenoménům. Na vlasy je brán ohled především u žen, neboť vyjadřují její ženskost. [Synnott 1987: 381–383, 405] U mužů je pohled namířen na ochlupení obličeje, neboť silně ovlivňuje lidské soudy o mužských sociálně sexuálních attributech. [Dixon, Brooks 2013: 236] Přítomnost vousů je viditelným znakem maskulinity a biologické vyzrálosti. Sexuální zralost muže naznačuje jeho sílu, dominanci, status a způsobilost [Muscarella, Cunningham 1994: 101]. První vousy se objevují u chlapců během pohlavního dospívání kolem čtrnáctého roku v podobě jemného vousu nad vrchním rtem, o dva až tři roky později vousy vyrůstají i po tvářích, bradě a je patřičné začít se holit [Moller 1987: 749]. Vousy jsou variabilním komponentem, je možné je upravovat dle názoru a situace. Existuje mnoho způsobů úprav vousu u mužů, můžeme rozlišovat knír nad vrchními rty, bradku, mušku, plnovous, vous do špičky, licousy, lehké a těžké strniště, vous pod bradou a jiné kombinace. [Machar 2013: 7–8]

Některým úpravám vousů jsou přisuzovány určité vlastnosti. V roce 1971 byla bezvousá tvář respondenty považována za čistou, milou, dobrotivou, méně silnou a méně aktivní, tvář s knírem byla hodnocena jako nepříjemná, tvář s vousy byla označena za špinavou, ale silnou a maskulinní [Roll, Verinis 1971]. Pellegriniho výzkum prokázal zvyšující se korelace hodnocení maskulinity, vyzrálosti, dominance, pracovitosti, liberálnosti, nekonvenčnosti, sebedůvěry a odvahy se zvyšující se intenzitou vousu. [Pellegrini 1973] Respondenti považovali muže s vousy na fotografii více za entuziastického, upřímného, velkorysého, zvědavého, silného, extrovertního [Kenny, Fletcher 1973] sofistikovaného, [Feinman, Gill 1977] agresivního, [Addison 1989] kompetentního a vyrovnaného [Reed, Blunk 1990] oproti bezvousé mužské tváři. Také mužům s vousy byla přisouzena vyšší míra laskavosti, sympatičnosti [Hellström, Tekle 1994] důvěryhodnosti, [Guido, Peluso, Moffa 2011; Bakmazian 2014] rodičovských schopností, zdraví, [Dixson, Brooks 2013] a v některých případech i vyšší sociální status [Dixson & Vasey 2012]. Oproti tomu názory na atraktivitu se různí, což může způsobovat individualita jedince či měnící se móda, která vousy modifikuje. V některých studiích byly vousy považovány za více atraktivní [Pellegrini 1973, Reed a Blunk 1990], v jiných byla atraktivita přisuzována bezvousým tvářím [Wogalter, Hosie 1991; Muscarella & Cunningham 1996].

1.3 Úprava vousu jako zdroj konstrukce konfliktního či kooperativního jednání

Úprava vousu, podobně jako výběr oblečení, chování, verbální a neverbální komunikace, se stává jedním ze zdrojů aktérova jednání, prostředkem, který slouží k dosažení nějaké změny či zisku. Aktér se snaží o maximální ovlivnění situace, v níž se nachází, prostřednictvím konstruování jednání, při kterém se opírá o svou identitu. [Znebežánek 2013: 66] Jeho jednání je svými záměry orientováno na druhé [Znebežánek 2013: 66], vůči nim jedná v určitých situacích konfliktně (snaha o dosažení vítězství) či kooperativně (snaha o dosažení spolupráce). Směr jednání (kooperativní či konfliktní) není jednosměrný a trvalý, jedinec mění své jednání dle svých potřeb, záměrů a na základě zhodnocení dané situace.

Mužská úprava vousu může být pozměněna z mnoha důvodů, v důsledku osobních potřeb jedince (zdravotní stav, estetika, změna identity, potřeba ztotožnění) či v důsledku přizpůsobení vnějším okolnostem (pracovnímu prostředí, módě, společenským tlakům, sociální skupině), ale také v důsledku střetávání zájmů, kdy máme v úmyslu změnit svůj vzhled za účelem dosažení vítězství v určité situaci. Spillaneová upozorňuje na panující zobecňující tvrzení, že „hladce oholení muži mají větší šanci na získání zaměstnaní a v podnikání bývají snáze a lépe přijímáni. Hladce vyholená tvář působí profesionálně zdatněji a přístupněji, v podnikání vousy mnoho lidí odrazují.“ [Spillaneová 1994: 104] Oproti předchozímu tvrzení může ale muž s plnovousem působit v určité situaci vyspěleji, dominantněji, zkušeněji a důvěryhodněji vůči svému potenciálnímu sokovi.

1.4 *Móda a sociální komunikace vousů v minulosti*

V průběhu let se symbolika vousů měnila, co dříve bylo považováno za znak moudrosti, o pár století později bylo znakem senilnosti. Móda vousu byla v minulosti striktní, nikoliv daná individuální volbou, udával ji panovník, později populární osobnosti a významné události dané doby. Muži byli schopni svou úpravou vousu v minulosti sociálně komunikovat svoji národní příslušnost, sociální status, generační distanci, sympatie a antipatie ke společenskému dění a blízkým hodnotám. Následující text je zaměřen především na evropskou kulturu, neboť hustota a síla vousu muže zde byla výrazná, data jsou relevantní pro teoretické ukotvení uskutečněného výzkumu.

Prvotní příklad zdůrazňování národní příslušnosti nalezneme v Egyptě za vlády faraonů, kdy Egyptané holili své tváře z důvodu diferenciaci od ostatních obyvatel Mezopotámie. Egyptané holení spojovali s čistotou, vousy nahrazovali uměle, pouze ve výjimečných případech si nechali narůst vousy, například kněží při období smutku nebo velmožové malý knírek, nevýznamný obyvatel Egypta s vousem byl považován za zanedbaného chudáka [Vondruška 2007: 22]. Zároveň byla vousům připisována vysoká hodnota, neboť s vousy se zobrazovali někteří bohové a pouze faraon měl právo nosit své vlastní [Tamtéž]. Obyvatelé s vyšším statusem užívali

falešné vousy při významných událostech k vyjádření vysokého sociálního statusu, a také k následnictví boha Osiris [Hawksley 2014: 7]. Rovněž ve starověkém Řecku byl plnovous znakem vysokého statusu a moudrosti, byl spojován s bohy Zeusem a Heraklem, změna nastala s vládou Alexandra Velikého, který pohlížel na vousy jako na nevýhodu v boji [Hawksley 2014: 11–12]. Opačná situace panovala ve starověkém Římě, muži se zde holili či nosili vousy zastřižené, následně císař Hadrian zavedl novou módu vousů, neboť jimi maskoval skvrnitě tváře [Hawksley 2014: 11].

Ve starověké Evropě byla úprava vousů rozmanitá, převážně převládaly delší vousy, ve 14. století ale vzrostl počet oholených mužů z důvodu „dvorského rytířství. Muži, kteří vzdávali hold Panně Marii a pěstovali kult ženy, se snažili ženám připodobnit“ [Vondruška 2007: 25]. Tato móda trvala i do 16. století, ve Francii byl vydán Edikt vousu, který zakazoval vstoupit muži s vousem do soudní síně, v Anglii a v Rusku byly zavedeny daně z vousu, které trvaly do 18. století, vous byl vnímán jako směšný ornament [Hawksley 2014: 18–41].

Na počátku 19. století v Anglii byl s vousy spojován negativní postoj a marginální společnost. Existovaly mnohé spekulace o charakteru muže, v některých zaměstnáních například v bance a na železnicích bylo požadováno oholení vousu [Walton 2008: 230–232], v armádě panovala přísná opatření ohledně vousu. Ve Francii a Německu vousy znamenaly protest proti maloměstřácké omezenosti [Oldstone-Moore 2005: 10], v české společnosti se takto odlišovali často umělci vůči maloměstřanům, kteří chodili dohladka oholeni [Bierach 1995: 58]. Obrat nastal v období Krymské války, kdy mužům v armádě bylo chladno, a nechávali si narůst husté vousy, které bylo následně obtížné oholit. Po skončení války se vousy v Anglii staly znakem hrdinství, před válkou vousy odkazovaly na náboženství, pracující třídu, tuláctví či šílenství, po válce se staly vrcholem mužnosti a autority [Hawksley 2014: 63–66]. Oldstone-Moore částečně oponuje, uvádí, že změna nebyla docílena „válkou, technologií nebo módou, ale koncem éry revoluce, která spustila růst vousů“. [Oldstone-Moore 2005: 10].

Ve viktoriánské Británii vousy také symbolizovaly přírodní převahu mužů nad ženami [Oldstone-Moore 2005: 8]. Muži si nebyli zcela jisti svým statusem v urbanizované a industrializované společnosti, z tohoto důvodu volili viditelné vyjádření maskulinity vůči ženám, které byly ekonomicky aktivní, usilovaly o získání volebního práva a větší politické moci. Hawkley dokládá, že kdykoli došlo ke změně ženských práv, vracela se móda vousů. V roce 1928 bylo v Anglii uznáno volební právo žen, v té době byly módní kníry, v letech 1960–1970 v období feministického hnutí „women’s liberation“ opět vzrostl počet vousatých tváří a i v roce 2010, kdy byl veřejně diskutován feminismus v tisku, muži nosili obrovské „hipster“ vousy [Hawksley 2014: 67–69]. Nad tímto názorem spekuluje i Carolyn Sayre, v 90. letech byla v módě bradka, která mohla „tíše zobrazovat maskulinitu jako odpor k feminismu“ [Sayre 2008]. Je pravděpodobné, že muži, ať již vědomě, či nevědomě, usilovali o diferenciaci vůči ženám a prostřednictvím vousů projevovali svůj status skrze svou maskulinitu.

Muži se ale pouze nevyčleňovali vůči opačnému pohlaví, rovněž mezi sebou. Ke konci 19. století v Anglii byla móda vousu generačně rozdělena na dvě skupiny. Mladá generace viděla vousy jako pasé, byla odpuzována bujnými vousy staré generace. [Walton 2008: 229] Stará generace preferovala růst vousu a obávala této rozdílnosti natolik, že v roce 1880 byla vydána kniha *The Philosophy of Beards*, ve které byla absence plnovousu viděna jako znak fyzické a morální slabosti. I přesto ale mladí muži nosili upravené vousy či se holili, husté vousy pro ně byl důvod k výsměchu, což dokládá i hra „beaver spotting“, ve které bylo cílem naleznout muže s hustým plnovousem, ukázat na něj prstem a zakřičet „Beaver!“ [Hawksley 2014: 87–88]. Vousy mimo výsměchu mladých také čelily patentovanému holicímu strojků s jednorázovou čepelí od obchodníka King Camp Gillette a publikovaným upozorněním a zákazům v zaměstnání, z důvodu nehygieničnosti, přenášení bakterií, nemocí a infekcí [Hawksley 2014: 96]. V této době se pro mladé vousy staly „emblémem zastaralé maskulinity a oholená tvář znakem modernity.“ [Walton 2008: 229] V České republice dobová představa muže byla založena na zdobené tváři pěstěným knírem či plnovousem, odkazovala na tradiční vzhled slovanského muže, neupravené vousy symbolizovaly pro autority podezřelé, nebezpečné individuuum. [Randák 2006: 57–60]

S příchodem první světové války se muži museli vzdát i upravených vousů, neboť těsnění plynových masek nefungovalo na zarostlých tvářích. Byl povolen pouze knír, jeho nošení ale za první světové války znamenalo vysoké privilegium. Po skončení války se v Anglii knír stal symbolem konce válečného omezení a volnosti [Hawksley 2014: 109]. O pár let později v roce 1932 vznikly antipatie k této úpravě vousu, kníry byly spojovány s filmovým snímkem *Rozverná mládež* (*Bright Young Things*), film reprezentoval odpor ke všemu, čeho si vážila starší generace, tudíž se stal veřejným poklesem a v některých zaměstnáních byl zakázán [Hawksley 2014: 109–110]. Tato nelibost byla podpořena ekonomickou krizí, v knize *How to Get a Job During a Depression* Warren C. Graham radil mužům oholit si knír, pokud hledají seriózní zaměstnání. Knír se stal překážkou, znakem morálního úpadku či symbolem surrealistů, kteří ale byli též negativně vnímáni společností. [Hawksley 2014: 111–115]

Během druhé světové války se staly vousy nemódními a nečastými z opakovaného důvodu těsnění plynových masek. Negativní stigma bylo přisouzeno nevýraznému kníru díky postavě Adolfa Hitlera, ale výrazný knír se vracel zpět od módy, neboť byl spojován s piloty RAF, stal se znakem odvážných bojujících mužů [Hawksley 2014: 117–119]. Husté vousy a licousy se staly doménou starších mužů, uznávaných akademiků a spisovatelů, pro mladé byly tyto vousy znakem muže v jeho senilnosti [Hawksley 2014: 119]. Opět je zde patrná snaha mladé generace oddělit se od svých předků.

Kolem roku 1960 vstupovala do módy kultura hippie a docházelo k rozšíření nekontrolovatelného růstu vlasů a vousů. Tento čin byl pro vojáky symbolem úpadku [Hawksley 2014: 128], vousy se staly pro veřejnost „emblémem vzdorovité alternativní kultury odmítající následovat status quo“ [Sayre 2008]. Nedlouho poté docházelo k varováním před bakteriemi a ke zpochybňování vousů v zaměstnání. Roku 1970 vznikaly punk, skinhead a Generation X subkultury, „kde kdysi vousy byly užívány k šokování starší generace, je vousatá generace nyní zděšená příchodem hromadných piercingů a oholených hlav.“ [Hawksley 2014: 127–130] Od této doby vousy byly nahrazeny jinými prostředky a doplňky pro generační diferenciaci.

1.5 *Móda a sociální komunikace vousů v přítomnosti*

Příklady sociální komunikace prostřednictvím vousů nalezneme i nyní. I když není možné dosáhnout zřejmého vizuálního vyčlenění jako v minulosti, neboť v dnešní době jedinec není omezován přísnými zákonnými normami o vzhledu vousu a úprava vousu je individuální volbou. „Za posledních 40 let je v Americe a Evropě samozřejmostí, že lidé si mohou zvolit úpravu vousu, jakou chtějí, ovšem pokud chtějí snášet neustálou inkvizici a posměch.“ [Oldstone-Moore in Lowther 2013] Úprava vousu je na volbě samotného muže, ovšem musí počítat s následky, neboť některé úpravy vousu nemusí být ve společnosti bez potíží přijímány. „Ve filmech či v televizi vousy mohou působit silně a moudře, ale v reálném životě stále mohou být důvodem, který zvedá obočí.“ [Ferla 2001] V první dekádě 21. století byl s vousy spojen ikonický status [Hawksley 2014: 133], husté, dlouhé či neupravené vousy nebyly obvyklé, muži s plnovousy a hustými kníry zakládali vlastní členství a organizace například The British Beard Club, The Great American Fierce Beard Organization, World Beard and Moustache Association.

Vousy nejsou ve společnosti plně přijímány především ve veřejné a ekonomické sféře. V určitých zemích a profesích jsou vousy zakázány například v armádě, na policejních odděleních a v hasičských sborech. Bylo prokázáno, že muže s vousy lidé hodnotí negativními vlastnostmi například nečistotou [Kenny, Fletcher 1973], nepřizpůsobivostí [Pellegrini 1973], menší sociabilitou [Wogalter, Hosie 1991], menší mentální kompetencí [Terry, Krantz 1993] a nekonvenčností [Hellström, Tekle 1994]. Culcasi a Gokmen dokládají, že s vousy v Americe je spojené negativní stigma, neboť nese symbol odlišnosti, nebezpečí, strachu a terorismu [Culcasi, Gokmen 2011].

Robinson ve své studii dokládá, že od roku 1890 rapidně stoupala oblíbenost a četnost oholených tváří, zatímco odlišné úpravy vousů upadaly [Robinson 1976]. Oholená tvář stále působí na veřejnosti jako jistý dress-code, neboť zahrnuje ideu slušnosti, vstřícnosti, odpovědnosti a aktivní účasti člena společnosti. „Politici, veřejnosti sloužící osoby, podnikatelé - zřejmě i publicisté - riskují svou reputaci,

jestliže upustí od holení břitvou.“ [Oldstone-Moore in Lowther 2013] Oholená tvář je znakem poslušnosti a podřízenosti, ovšem zakotvené normy a ideje společnosti vyžadující každodenní holení mohou mužům snižovat sociální status, sebevědomí a přidělovat jim méně ohrožující a ženskou roli. [Singh 1998]

Od roku 2010 se stala velmi populární kampaň Movember, ve které si muži nechávají v listopadu narůst knír pro podporu boje proti rakovině prostaty, Hawksley tvrdí, že od této doby muži začali opět s vousy experimentovat [Hawksley 2014: 134]. Některé současné články uvádějí, že vousy se vrací zpět do módy a vstupují i do podnikatelské třídy. Ovšem muži stále musí dávat pozor na to, jaké signály jejich vousy vysílají. [Belcher 2014]

V současné době jsou muži schopni vousy vyjádřit extravaganci, konformitu s módou, příslušnost k určitému zájmu či komunikovat příslušnost k určité subkultuře. Výrazná úprava vousu je typická například pro metalovou, motorkářskou a hipster subkulturu. Zároveň lze vyjádřit vzájemnou pospolitost a podporu, příkladné jsou situace, kdy si vousy nechávají narůst členové sportovních týmů. Muži svým vzezřením mohou také vyjádřit negativitu – protest a nekonformitu například „vůči státnímu, politickému a ekonomickému vedení a nejistotu vůči ekonomické budoucnosti“ [Peterkin in Sayre 2008].

1.5.1 Vousy v náboženství

Dodnes je jedinec schopen komunikovat i svou náboženskou příslušnost. Symbol vousů je důležitý pro Sikhy, Židy, Rastafariány, Muslimy a Amiše. Pro křesťanství se charakteristická úprava vousu měnila v čase a dle typu církve, nyní není pro věřící přesně specifikována.

Pro Sikhy je osobitě dodržování pěti symbolů Khalsa, mezi které patří Kéš (Kesa): nošení dlouhých vlasů a nezkráceného vousu. V případě jejich ostříhání či znetvoření Sikh dospěje k největšímu ponížení [Peterkin 2001: 89]. Z tohoto důvodu

normy kanadské a anglické armády Sikhům povolují ponechat si plnovous a jiné náboženské symboly (turban).

Dodržovaná úprava vousů u Židů je popsána v třetí knize Mojžíšově: „Nezastříhujte si vlasy na skráních a nezkracuj si vousy na bradě.“ [Leviticus 19:27]. Dle Talmudu je zakázáno oholení vousu, v Tóře je tento čin považován za vážný hřích [Soloveichik 2008: 42] Židé si v minulosti nechávali narůst vousy z důvodu vyčlenění vůči Egypťanům, jako znak nezapírání smrtelnosti a přijímání stáří, a následně z důvodu odlišení vůči křesťanům. „V současné době se možná někteří neortodoxní a reformní Židé rozhodli pro denní holení, ale od svého zvyku upustí při sedmidenním rituálu Šiva, kdy jsou vousy viditelným znakem truchlení.“ [Peterkin 2014: 87] Z knihy Leviticus také citují Rastafariáni, svůj vous nechávají neporušený jako akt oddanosti. [Peterkin 2014: 96]

Muslimové považují vousy za přirozené a jejich oholení znamená zásah do toho, co Alláh stvořil, za neuposlechnutí. Vousy si také nechávají růst z důvodu respektu k proroku Mohammedovi, který zavedl tuto normu kvůli odlišení Muslimů od Magianů, perských věřících [Peterkin 2014: 87]. V současné době ale pro některé Muslimy není povinné nechávat si narůst vousy, například pro egyptské hnutí Muslim Brotherhood, kteří nosí oblek a čistě oholenou tvář [Farmanfarmaian 1995: 50].

Za trvání římské říše se křesťané pečlivě holili, nepatrné strniště bylo předmětem posměchu či opovržení, po rozpadu římské říše si vousy obvykle zastříhovali a oholení chodili jen kněží a mniši. [Vondruška 2007:24] V osmém století se z křesťanství oddělily dva směry, pro římsko-katolickou církev bylo typické oholení vousu, pro řecko-pravoslavnou církev byl typický plnovous. [Hawksley 2014: 13–15] V současnosti pro věřící není úprava vousu přesně specifikována, zakládá se pouze na tradici a individuálním rozhodnutí.

Amišové, následovníci Jákoba Ammanna, dodržují specifické instrukce ohledně péče o své tělo. Vousy si zachovávají, mimo knír, který si holí. Tato úprava měla symbolizovat odstup od armády, neboť během napoleonských válek vojáci nosili

kníry z důvodu vyvolání agresivity. [Hostetler 1964: 13] Během počátečního růstu vousů dochází ke křtu mladého chlapce, během období námluv si nechává vousy zastřížené, po sňatku se vousy neupravují. [Tamtéž] Vousy symbolizují dospělost a status ženatého muže.

2 Výzkumné otázky a metodologie

Vzhledem ke schopnosti aktéra využít úprav vousu k sociální komunikaci a jako zdroj konfliktního či kooperativního jednání vyvstává výzkumná otázka mé práce, jaké vlastnosti jsou přikládány mužským vousům v české společnosti současné době? Důvod mého výzkumu tkví ve skutečnosti, že vnímání úprav vousu se mění v čase, neboť v určitou dobu vousy mohou symbolizovat ideu slušnosti, zatímco o několik let později je stejná úprava považována za projev lhostejnosti či nerespektování módy a společenské konformity. [Corson in Reed, Blunk 1990: 170]

Současné přisuzování vlastností na základě úprav vousu doložím dotazníkovým šetřením, ve kterém budou respondenti hodnotit fotografie stejných mužských tváří s různým typem a intenzitou vousu a přisuzovat prostřednictvím výroků uvedené kooperační a konfliktní vlastnosti na dané pětibodové škále (důvěryhodnosti, agresivity, upřímnosti, maskulinity, dominance, konformity, sociálního statusu, ambicí, zkušenosti, laskavosti a inteligence). Výsledky porovnam s již uskutečněnými výzkumnými šetřeními.

3 Data a metody analýzy

Pro získání odpovědi na výzkumnou otázku, jaké vlastnosti jsou přikládány mužským vousům v současné době, jsem zvolila kvantitativní výzkum pomocí dotazníkového šetření z důvodu sesbírání informací od většího vzorku respondentů, než by mi umožnila kvalitativní metodologie. Mým cílem je zjistit, jak o jednotlivých úpravách vousů smýšlí česká veřejnost, jaký je vztah mezi proměnnými (jednotlivými

úpravami vousu). Nepátrám po individuálních vysvětleních hodnocení, neboť si respondent pravé důvody svého rozhodnutí nemusí plně uvědomovat.

3.1 Data

3.1.1 Vzorek

Pro výběr respondentů dotazníkového šetření jsem zvolila kvótní výběr, respondenti byli vybíráni na základě svého věku a pohlaví, neboť jsem chtěla docílit rovnoměrného zastoupení vzorku. Pro tyto účely jsem určila tři věkové kategorie: 18–30 let, 31–50 let a 51 a více let. Ve stanovém časovém období se mi podařilo sesbírat celkem 144 dotazníků.

Tabulka č. 1: Dosažený počet respondentů rozdělen dle pohlaví a věkových kategorií

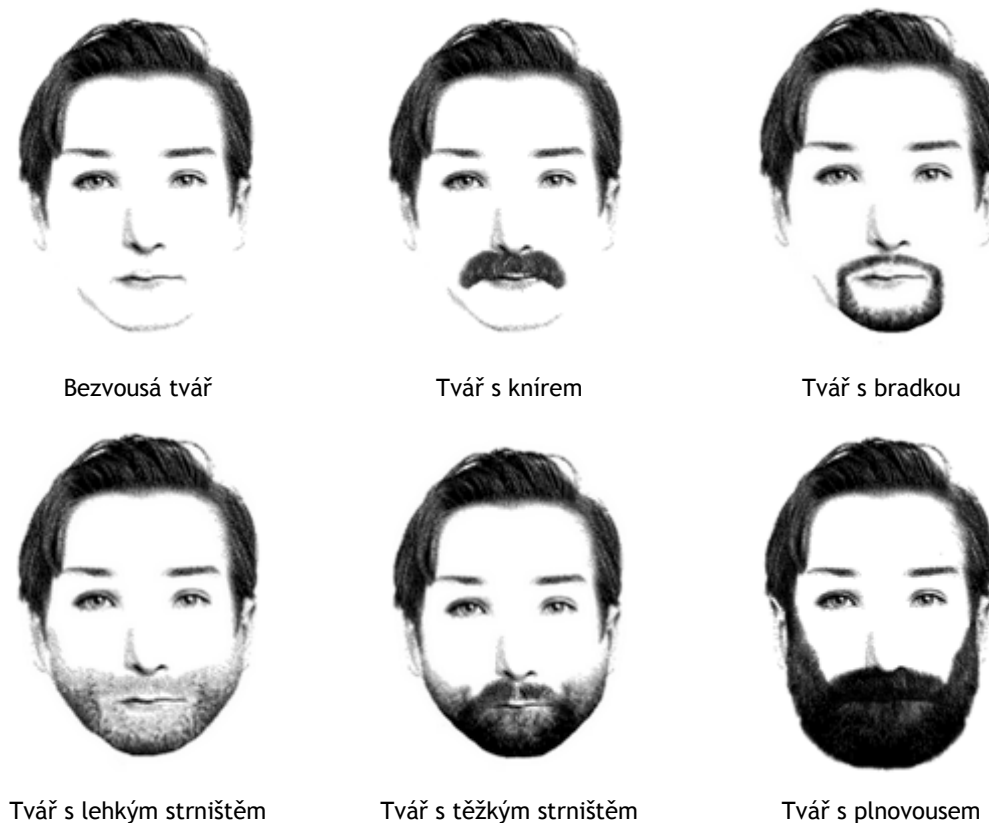
	18-30 let	31-50 let	51 a více let	Celkem
Muž	24	24	24	72
Žena	24	24	24	72
Celkem	48	48	48	144

3.1.2 Konstrukce dotazníku

V úvodní části dotazníku bylo zmíněno mé jméno, jméno univerzity, jakým výzkumem se zabývám (role fyzického vzhledu ve společnosti), slib o anonymitě a zpracování dat pouze v rámci bakalářské práce. Každý dotazník obsahoval jednu mužskou tvář s určitou úpravou vousu a dvacet čtyři otázek, které zjišťovaly, jakou míru důvěryhodnosti, agresivity, upřímnosti, maskulinity, dominance, sociálního statusu, konformity, ambicí, zkušenosti, laskavosti a inteligence jednotlivá tvář s odlišnou úpravou vousů představuje. Respondent byl požádán, aby si prohlédl podobiznu muže a zakroužkoval odpověď. Sedmnáct hodnotících otázek bylo doplněno dvěma otázkami zjišťovacími na pohlaví a rok narození respondenta, které byly umístěny na konec dotazníku. Vlastnosti jsem volila na základě předchozích

uskutečněných výzkumů, aby bylo možné pozdější vzájemné srovnání. Otázky jsem konstruovala sama, v případě znění některých otázek jsem se inspirovala předchozími výzkumy, a to v otázkách týkajících se důvěryhodnosti [Bakmazian 2014; Guido, Peluso, Moffa 2011] a sociálního statusu [Dixon, Vasey: 2012]. Respondenti odpovídali na hodnotící otázky prostřednictvím metody sémantického diferenciálu o velikosti pětibodové škály. Mužské obličejové tváře byly vytvořeny pomocí programu Ultimate Flash Face v0.42b, dostupného na adrese <http://flashface.ctapt.de>. Vytvořením obličejů pomocí počítačového programu jsem se inspirovala výzkumem od Neave a Shields [Neave, Shields 2008]. Použita byla stejná mužská tvář s šesti různými úpravami mužského vousu – oholená tvář, knír, bradka, lehké strniště, těžké strniště a plnovous.

Tabulka č. 2: Mužské obličejové tváře vytvořené pomocí programu Ultimate Flash Face v0.42b



3.1.3 Sběr dat

V období od 9. – 15. února 2015 jsem uskutečnila pilotní přezkoušení dotazníku z důvodu ujištění se o srozumitelnosti, jednoznačnosti a jasnosti jednotlivých otázek [Punch 2008: 50] a z důvodu zjištění reakcí na vytvořené mužské portréty. Pilotní šetření proběhlo s 21 respondenty z mého okolí na místě jimi zvoleném. Dotazníkové šetření jsem realizovala osobně, respondenti vyplňovali dotazník samostatně. Nevznikl zde žádný problém s vytvořenými portréty, ani výrazné potíže s otázkami, ale již jsem se setkala s nevolí přisuzovat určité vlastnosti pouze na základě portréту. Respondenti byli ale schopni po krátké úvaze odpovědět, tudíž jsem žádnou otázku z původního dotazníku neodstranila, pouze pár otázek přeformulovala. Vyplnění dotazníku bez mého oslovení a představení tématu trvalo v rozmezí od 3–15 minut. V pilotním dotazníku byl vytvořen sémantický diferenciál o sedmibodové stupnici, hodnoty dva a šest byly vyplněny pouze výjimečně, tudíž jsem v upraveném dotazníku použila pouze pětibodovou stupnici. O vhodnosti této volby jsem se ujistila v jiném výzkumu [Dixson, Brooks 2013].

Sběr dat probíhal od 28. února do 20. března 2015, na náměstích, nádražích a v obchodních domech v Praze, Havlíčkově Brodě a v Chotěboři. Respondenty jsem vybírala na základě jejich pohlaví, věku, ale také na základě jejich viditelných tělesných reakcí (o vyplnění jsem nežádala například spěchající a jedince, kteří se vyhýbali očnímu kontaktu). Převážně jsem oslovila osamělé jednotlivce, ale i výjimečně jsem požádala o vyplnění dotazníku skupinky 2–3 jedinců. Respondenty jsem nejdříve pozdravila a zeptala se, zda nemají pět minut čas a jestli by byli ochotni vyplnit krátký, zajímavý dotazník. V případě pozitivních odpovědí jsem se jim představila spolu s tématem mého výzkumu, moje řeč byla rekapitulací úvodní části dotazníku. Respondentovi byl předán dotazník spolu s tvrdou podložkou a psací potřebou. Respondentovi jsem vysvětlila princip hodnocení a zodpověděla na případné otázky, po vyplnění dotazníku jsem respondentům poděkovala za účast. Návratnost dotazníku byla vysoká, přibližně 75 %, čehož bylo dosaženo osobním vyplňováním s respondentem, snahou výběru ochotných respondentů a krátkostí dotazníku (2 stránky).

3.1.4 Úprava dat

Vyplněné dotazníky jsem očíslovala, data přepsala do programu IBM SPSS Statistics 20, kde jsem vytvořila proměnné rok narození, věk, mladší, starší a nejstarší věková kategorie, pohlaví, typ vousu a proměnné zkráceně pojmenované dle výroku (např. duvera, autorita). Z důvodu vyvarování se chyb jsem také zápis dat zkontrolovala.

3.2 *Metody analýzy*

Zpočátku jsem si zobrazila data z dotazníkového šetření v programu IBM SPSS Statistics 20 pomocí četnostních a kontingenčních tabulek v celých číslech i procentech, následně rozdělených dle pohlaví a tří věkových kategorií z důvodu bližšího seznámení s daty. Také jsem vytvořila tabulku výroků a k nim přisouzených mediánů a průměrů pro jednotlivé typy vousů z důvodu přehlednosti. Poté jsem si zobrazila testy normality (Kolmogrov-Smirnov, Shapiro-Wilk) a příslušné grafy Q-Q Plots, zda mají proměnné normální rozdělení v populaci a zda nedosahují extrémních hodnot.

Pomocí hierarchické shlukové analýzy (měření vzdálenosti: Chi-kvadrát test, metoda meziskupinového shlukování) a na základě vlastního rozhodnutí jsem spojila výroky (vlastnosti) do blízkých kategorií a hledala mezi nimi spojitosti a rozdíly prostřednictvím korelačního koeficientu pro ordinální proměnné, Spearmanova korelačního koeficientu pořadí rho, který je rezistentní vůči odlehlým hodnotám a zachycuje i jiné než lineární vztahy [Hendl 2004: 257]. V jednotlivých kategoriích jsem si zobrazila hodnoty mediánů, průměru a standardních odchylek pro všechny typy vousů.

Vousy jsem sloučila do 4 kategorií – oholená tvář, upravené vousy (knír, bradka), strniště (lehké a těžké strniště) a plnovous – z důvodu jejich vzájemné podobnosti a přehlednosti. Statisticky významný rozdíl ve skupinách jsem ověřovala

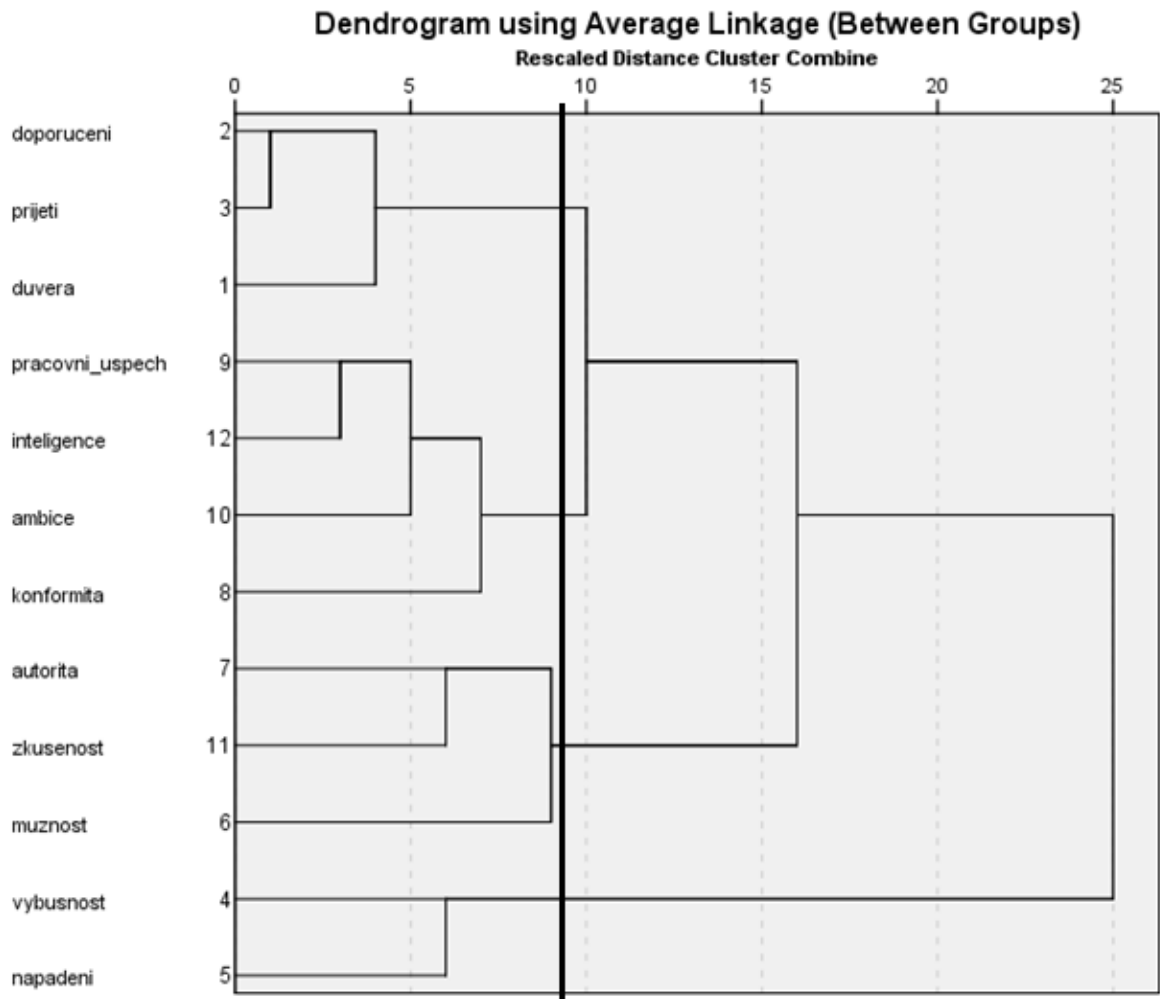
pomocí neparametrického testu Kruskal-Wallis a následně pomocí sérií testů Mann-Whitney, které párově porovnávaly jednotlivé typy vousu. Signifikance testů jsem porovnávala s vypočítanou hodnotou Bonferonniho korekce. Neparametrické testy jsem zvolila z důvodu přítomnosti ordinálního charakteru dat, nenormálního rozdělení proměnných a malého výběru (jeden typ vousu velikost výběru 24, v případech sloučení dvou kategorií velikost výběru 48). Výsledky z dotazníkového šetření jsem porovnávala se staršími dotazníky, v případě rozdílných výsledků jsem hledala pravděpodobný důvod odlišnosti v metodologii či v časovém uskutečnění výzkumů.

4 Zjištění

4.1 Sloučení kategorií a jejich validita

Výzkumná otázka, kterou jsem si na počátku svého výzkumu položila, zněla, jaké vlastnosti jsou přikládány mužským vousům v současné době v české společnosti. Pomocí dotazníkového šetření, ve kterém 144 respondentů hodnotilo na pětibodové škále metodou sémantického diferenciálu identickou mužskou tvář s různou úpravou vousu, jsem byla schopna odpovědět na dané téma. Abych lépe odpověděla na výzkumnou otázku, pomocí shlukové analýzy a vlastního úsudku v případě poslední kategorie jsem rozdělila vlastnosti do pěti kategorií (viz. dendogram). Dendogram byl rozdělen těsně za sloučením kategorie autority, zkušenosti a mužnosti, neboť následně by se spojila kategorie o důvěryhodnosti s kategorií úspěšnosti v pracovním životě, inteligence, ambicí a konformity, jejichž výsledky charakteristických úprav vousu jsou si podobné, ale soustředí se na jiné společenské hodnoty.

Graf č. 1: Dendrogram shlukové analýzy



První kategorie důvěryhodnosti pojímá přímou otázku na důvěryhodnost muže, ochotu dát na doporučení muže a ochotu respondenta přijmout muže během pracovního pohovoru. Tato kategorie byla založena na signifikantních pozitivních korelacích mezi těmito vlastnostmi.

Tabulka č. 3: Hodnoty Spearmanova korelačního koeficientu v kategorii důvěryhodnosti pro N 144

		Důvěra	Přijetí při prac. pohovoru	Dát na doporučení
Důvěra	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	1,000 .	,679** ,000	,604** ,000
Přijetí při prac. pohovoru	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	,679** ,000	1,000 .	,659** ,000
Dát na doporučení	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	,604** ,000	,659** ,000	1,000 .

Druhá kategorie zahrnuje úspěšnost v pracovním životě, vysoké cíle, inteligenci a vhodnost chování na společenských událostech. Vlastnosti do této kategorie byly sloučeny z důvodu vysoké pozitivní korelace mezi úspěšností v práci a ambicemi, konformitou, inteligencí, a podstatnou pozitivní korelací mezi inteligencí a konformitou.

Tabulka č. 4: Hodnoty Spearmanova korelačního koeficientu v kategorii pracovní úspěšnosti, ambicí, inteligence a konformity pro N 144

		Pracovní úspěch	Ambice	Inteligence	Konformita
Pracovní úspěch	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	1,000 .	,572** ,000	,502** ,000	,511** ,000
Ambice	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	,572** ,000	1,000 .	,483** ,000	,463** ,000
Inteligence	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	,502** ,000	,483** ,000	1,000 .	,510** ,000
Konformita	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	,511** ,000	,463** ,000	,510** ,000	1,000 .

Třetí kategorie odkazuje na dominantnost a sociální vyspělost muže. Vznikla z důvodu podstatné pozitivní korelace mezi autoritou a mužností, autoritou a zkušeností.

Tabulka č. 5: Hodnoty Spearmanova korelačního koeficientu v kategorii dominantnosti a sociální vyspělosti pro N 144

		Mužnost	Autorita	Zkušenost
Mužnost	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	1,000 .	,581** ,000	,466** ,000
Autorita	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	,581** ,000	1,000 .	,522** ,000
Zkušenost	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	,466** ,000	,522** ,000	1,000 .

Čtvrtá kategorie, kategorie agresivity, byla vytvořena v důsledku významné korelace mezi výbušností a fyzickým napadením (Spearman's rho 0,539; Sig. 0,000).

Pátou kategorií sociálního statusu jsem vytvořila samostatně i přes podstatné pozitivní korelace v kategorii maskulinity, dominantnosti a sociální vyspělosti (Spearman's rho: autorita 0,547, zkušenost 0,538; Sig. 0,000) a v kategorii pracovní úspěšnosti, ambicí, inteligence a konformity (Spearman's rho: ambice 0,665, úspěch v práci 0,590; Sig. 0,000) z důvodu odlišných charakteristických úprav vousů pro tuto kategorii.

4.2 Typické úpravy vousu pro jednotlivé kategorie

V předchozí části zjištění jsem představila, jakým způsobem jsem vlastnosti sloučila do kategorií, a zároveň prokázala jejich validitu. Následující zjištění obsahují charakteristické úpravy mužského vousu pro dané kategorie, ale také výsledky charakteristických úprav vousu pro jednotlivé vlastnosti a hodnoty neparametrických testů, které prokázaly signifikantní rozdíly mezi úpravami vousu.

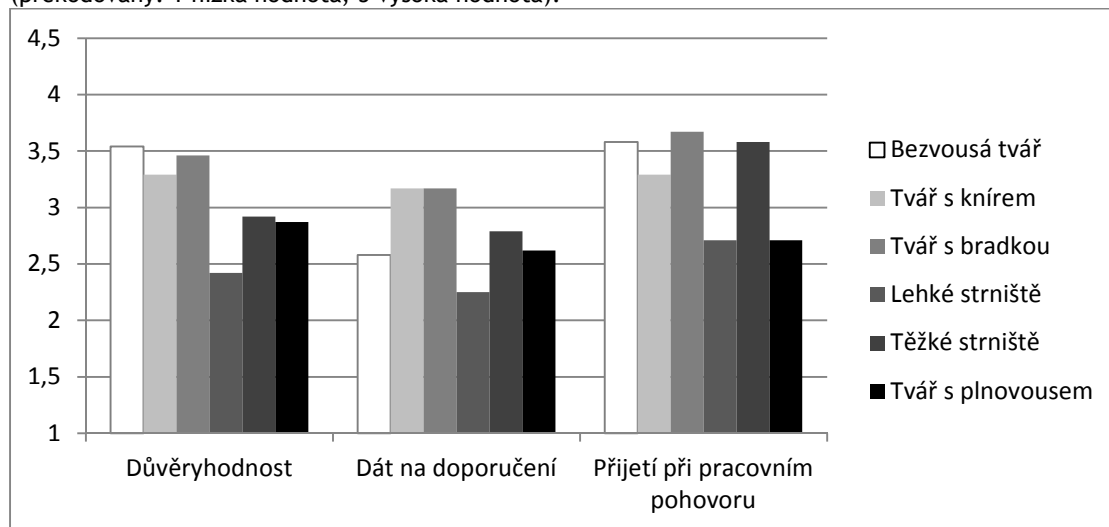
4.2.1 Kategorie důvěryhodnosti

V kategorii důvěryhodnosti byla nejlépe hodnocena tvář s bradkou, tvář s knírem a bezvousá tvář. Nedůvěryhodně byly posuzovány tvář s lehkým strništěm a tvář s plnovousem. Tvář s těžkým strništěm byla hodnocena neutrálně.

Tabulka č. 6: Hodnoty mediánů, průměrů a standartních odchylek jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii důvěryhodnosti

	Bezvousá tvář	Tvář s knírem	Tvář s bradkou	Tvář s lehkým strništěm	Tvář s těžkým strništěm	Tvář s plnovousem
Mean	2,76	2,75	2,57	3,54	3,07	3,26
Median	3,00	3,00	3,00	3,50	3,00	3,00
Std. Deviation	1,132	,835	1,086	,871	,998	1,256

Graf č. 2: Hodnoty průměrů jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii důvěryhodnosti (překódovány: 1 nízká hodnota, 5 vysoká hodnota).



V přímé otázce na důvěryhodnost byl nalezen signifikantní rozdíl mezi tvářemi se strništi a tvářemi s upravenými vousy, tvářemi se strništi a bezvousou tváří. Za nejvíce důvěryhodnou tvář byla považována bezvousá tvář (medián 2, průměr 2,5), následně tváře s upravenými vousy (medián 2,5, průměr 2,6–2,7). Tvář s lehkým strništěm byla považována za nedůvěryhodnou (medián 4, průměr 3,6). Tvář s těžkým strništěm a tvář s plnovousem byly hodnoceny jako neutrální (medián 3, průměr 3,1).

Tabulka č. 7: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro důvěryhodnost

Důvěryhodnost		
Typ vousu	Strniště x Upravené	Strniště x Bezvousá
Mann-Whitney U	732,000	319,500
Wilcoxon W	1908,000	619,500
Z	-3,200	-3,181
Asymp. Sig. (2-tailed)	,001	,001

Statisticky významný rozdíl byl také nalezen v hodnocení dát na doporučení muže mezi tvářemi se strništi a tvářemi s upravenými vousy. Respondenti by dali nejčastěji na doporučení muže s upravenými vousy (medián 2,5–3, průměr 2,83). Naopak by nejednali na základě doporučení muže s lehkým strništěm (medián 4, průměr 3,75), muže s bezvousou tváří (medián 4, průměr 3,42) a muže s plnovousem (medián 4, průměr 3,38). Tvář s těžkým strništěm byla hodnocena spíše neutrálně (medián 3, průměr 3,21).

Tabulka č. 8: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro rozhodnutí na základě doporučení muže

Dát na doporučení	
Typ vousu	Strniště x Upravené
Mann-Whitney U	762,500
Wilcoxon W	1938,500
Z	-2,957
Asymp. Sig. (2-tailed)	,003

Mann-Whitneyho testy prokázaly významné rozdíly i v hodnocení přijetí muže při pracovním pohovoru mezi tvářemi s upravenými vousy a tvářemi se strništi, mezi tvářemi s upravenými vousy a tváří s plnovousem, mezi bezvousou tváří a tvářemi se strništi, bezvousou tváří a tváří s plnovousem. Nejčastěji by respondenti najali muže s bradkou (medián 2, průměr 2,3), muže s bezvousou tváří (medián 2,5, průměr 2,4) a muže s knírem (medián 3, průměr 2,7). Tvář s lehkým strništěm a tvář s plnovousem (medián 3, průměr 3,3) byly hodnoceny negativně. Tvář s těžkým strništěm (medián 3, průměr 2,9) byla hodnocena neutrálně.

Tabulka č. 9: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro přijetí při pracovním pohovoru

Přijetí při pracovním pohovoru				
Typ vousu	Upravené x Strniště	Upravené x Plnovous	Bezvousá x Strniště	Bezvousá x Plnovous
Mann-Whitney U	735,000	327,500	337,000	150,500
Wilcoxon W	1911,000	1503,500	637,000	450,500
Z	-3,249	-3,127	-3,031	-2,964
Asymp. Sig. (2-tailed)	,001	,002	,002	,003

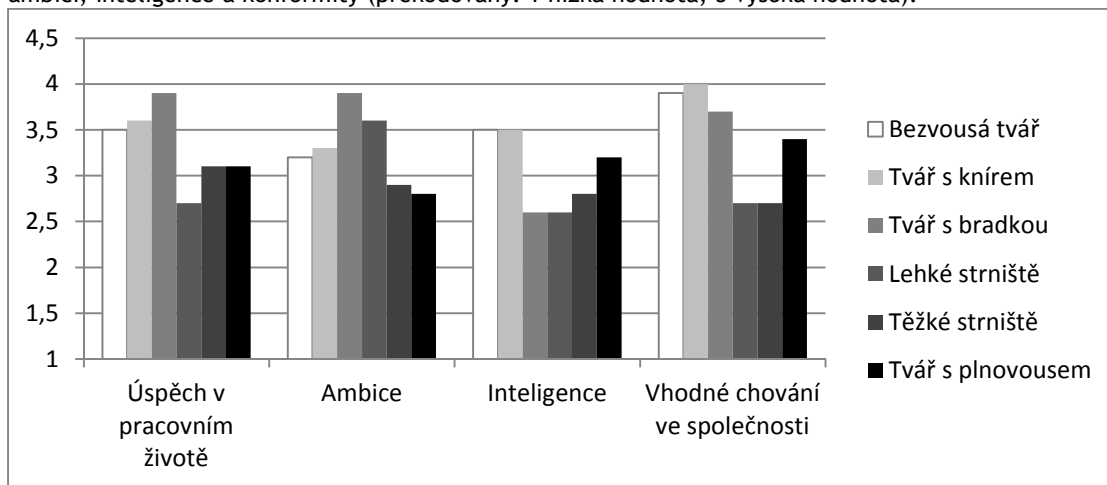
4.2.2 Kategorie pracovní úspěšnosti, ambicí, inteligence a konformity

Pro tuto kategorii je typická především tvář s bradkou, tvář s knírem, bezvousá tvář a tvář s plnovousem. Negativně byly hodnoceny tváře se strništi.

Tabulka č. 10: Hodnoty mediánů, průměrů a standartních odchylek jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii pracovní úspěšnosti, ambicí, inteligence a konformity

	Bezvousá tvář	Tvář s knírem	Tvář s bradkou	Tvář s lehkým strništěm	Tvář s těžkým strništěm	Tvář s plnovousem
Mean	2,47	2,42	2,21	3,26	3,12	2,84
Median	3,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
Std. Deviation	,894	,829	,820	,849	,893	,862

Graf č. 3: Hodnoty průměrů jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii pracovní úspěšnosti, ambicí, inteligence a konformity (překódovány: 1 nízká hodnota, 5 vysoká hodnota).



Významné statistické rozdíly v hodnocení úspěšnosti v pracovním životě byly zjištěny mezi tvářemi s upravenými vousy a tvářemi se strništi, mezi tvářemi s upravenými vousy a tváří s plnovousem, mezi bezvousou tváří a tváří se strništi. Za nejvíce úspěšné v pracovním životě byly považovány tváře s upravenými vousy (medián 2, průměr 2,1–2,4) a tvář s bezvousou tváří (medián 3, průměr 2,5). Tvář s lehkým strništěm byla hodnocena negativně (medián 3, průměr 3,3). Tvář s těžkým strništěm a plnovousem spíše neutrálně (medián 3, průměr 2,9).

Tabulka č. 11: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro pracovní úspěšnost

Pracovní úspěšnost			
Typ vousu	Upravené x Strniště	Upravené x Plnovous	Bezvousá x Strniště
Mann-Whitney U	537,000	334,000	360,000
Wilcoxon W	1713,000	1510,000	660,000
Z	-4,822	3,072	-2,877
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,002	,004

V hodnocení vysokých cílů byly rozpoznány statisticky významné rozdíly mezi tvářemi s upravenými vousy a tvářemi se strništi, mezi tvářemi s upravenými vousy a tváří s plnovousem. Za nejvíce ambiciózní tvář byla hodnocena tvář s bradkou (medián 2, průměr 2,1) a následně tvář s knírem (medián 3, průměr 2,7). Tvář s lehkým strništěm byla hodnocena negativně (medián 3, průměr 3,4). Bezvousá tvář (medián 3, průměr 2,8), tvář s těžkým strništěm (medián 3, průměr 3,1) a tvář s plnovousem (medián 3, průměr 3,2) byly hodnoceny neutrálně.

Tabulka č. 12: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro ambice

Ambice		
Typ vousu	Upravené x Strniště	Upravené x Plnovous
Mann-Whitney U	647,500	345,000
Wilcoxon W	1823,500	1521,000
Z	-3,837	-2,878
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,004

Signifikantní rozdíly mezi skupinami byly nalezeny i v hodnocení inteligence. Mann-Whitneyho testy prokázaly rozdíly mezi tvářemi se strništi a tvářemi s upravenými vousy a mezi tvářemi se strništi a bezvousou tváří. Respondenti označili za nejinteligentnější tvář s bradkou (medián 2, průměr 2,4), bezvousou tvář (medián 2,5, průměr 2,5) a tvář s knírem (medián 3, průměr 2,5). Nejméně inteligentněji byla hodnocena tvář s lehkým strništěm (medián 3, průměr 3,4). Tvář s plnovousem (medián 3, průměr 2,8) a tvář s těžkým strništěm (medián 3, průměr 3,2) byly hodnoceny neutrálně.

Tabulka č. 13: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro inteligenci

Inteligence		
Typ vousu	Strniště x Upravené	Strniště x Bezvousá
Mann-Whitney U	564,500	299,000
Wilcoxon W	1740,500	599,000
Z	-4,501	-3,431
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,001

V hodnocení konformity, vhodného chování na společenských událostech, byly rozpoznány statisticky významné rozdíly mezi tvářemi s upravenými vousy a tvářemi se strništi, mezi tvářemi se strništi a bezvousou tváří a tváří s plnovousem. Respondenti přisuzovali nejvhodnější chování na společenských událostech tváří s bradkou (medián 2, průměr 2), bezvousé tváři (medián 2, průměr 2,1), následně tváři s knírem (medián 2, průměr 2,3) a tváři s plnovousem (medián 2, průměr 2,5). Tváře se strništi byly hodnoceny negativně (medián 3, průměr 3,3).

Tabulka č. 14: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro konformitu

Vhodné chování při společenských událostech			
Typ vousu	Strniště x Upravené	Strniště x Bezvousá	Strniště x Plnovousem
Mann-Whitney U	381,000	202,500	323,500
Wilcoxon W	1557,000	502,500	623,500
Z	-5,949	-4,705	-3,199
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001

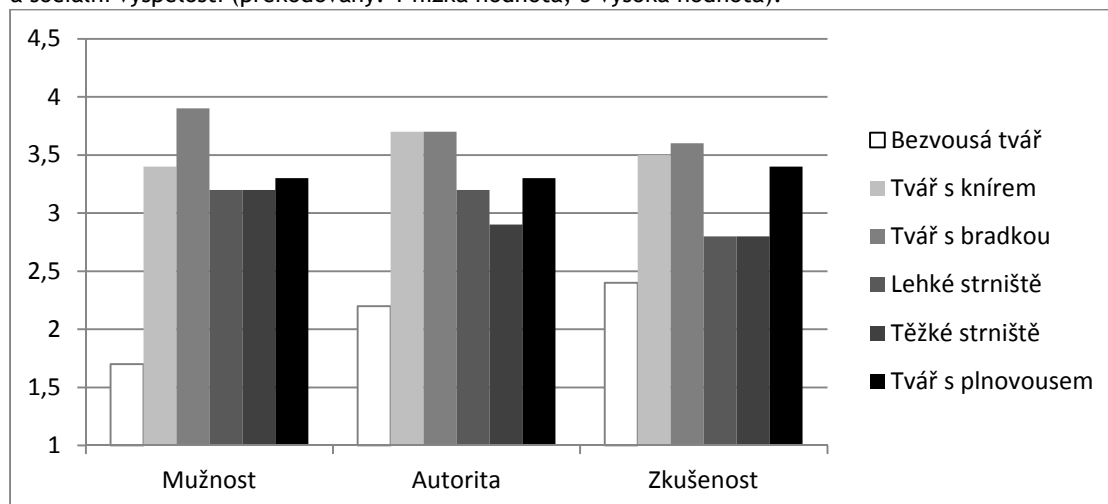
4.2.3 Kategorie maskulinity, dominantnosti a sociální vospělosti

Tato kategorie je typická pro bezvousou tvář, neboť bezvousé tváři byly přisouzeny výrazné negativní hodnoty v daných vlastnostech. Pozitivní hodnoty získaly tváře s upravenými vousy a tvář s plnovousem. Tváře se strništi byly hodnoceny neutrálně.

Tabulka č. 15: Hodnoty mediánů, průměrů a standartních odchylek jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii pracovní úspěšnosti, ambicí, inteligence a konformity

	Bezvousá tvář	Tvář s knírem	Tvář s bradkou	Tvář s lehkým strništěm	Tvář s těžkým strništěm	Tvář s plnovousem
Mean	3,88	2,47	2,28	2,94	3,03	2,67
Median	4,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
Std. Deviation	,691	,888	,809	1,047	,964	,964

Graf č. 4: Hodnoty průměrů jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii maskulinity, dominance a sociální vospělosti (překódovány: 1 nízká hodnota, 5 vysoká hodnota).



Mann-Whitney testy prokázaly významné rozdíly v hodnocení maskulinity mezi bezvousou tváří a upravenými vousy, bezvousou tváří a tvářemi se strništi, bezvousou tváří a tváří s plnovousem. Za nejvíce maskulinní byly považovány tváře s upravenými vousy (medián 2, průměr 2,1–2,6) a tvář s plnovousem (medián 2,5, průměr 2,7). Bezvousá tvář byla označena za nemaskulinní (medián 4, průměr 4,3). Tváře se strništi byly hodnoceny jako neutrální (medián 3, průměr 2,8).

Tabulka č. 16: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro maskulinitu

Mužnost			
Typ vousu	Bezvousá x Upravené	Bezvousá x Strniště	Bezvousá x Plnovous
Mann-Whitney U	81,500	141,000	75,500
Wilcoxon W	1257,500	1317,000	375,500
Z	-6,082	-5,370	-4,570
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000

Téměř shodné hodnocení bylo nalezeno u i hodnocení autority a zkušeností. Mann-Whitney testy prokázaly významný rozdíl v hodnocení autority mezi bezvousou tváří a upravenými vousy, bezvousou tváří a tváří s plnovousem, bezvousou tváří a tvářemi se strništi, a rozdíl mezi tvářemi s upravenými vousy a tvářemi se strništi. Za tváře s nejvyšší autoritou byly považovány tváře s upravenými vousy (medián 2, průměr 2,3) a tvář s plnovousem (medián 2,5, průměr 2,7). Bezvousá tvář nezbuzovala v respondentech autoritu (medián 4, průměr 3,8). Tváře se strništi byly hodnoceny jako neutrální (medián 3, průměr 2,9–3,1).

Tabulka č. 17: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro autoritu

Autorita				
Typ vousu	Bezvousá x Upravené	Bezvousá x Plnovous	Bezvousá x Strniště	Upravené x Strniště
Mann-Whitney U	120,000	114,000	722,000	332,000
Wilcoxon W	1296,000	414,000	1898,000	1508,000
Z	-5,661	-3,801	-3,288	-3,070
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,002

Statisticky významný rozdíl v hodnocení zkušenosti byl nalezen mezi bezvousou tváří a tvářemi s upravenými vousy, mezi bezvousou tváří a tváří

s plnovousem, tvářemi se strništi a upravenými vousy. Za nejvíce zkušené byly považovány tváře s upravenými vousy (medián 2–2,5, průměr 2,4–2,5), tvář s plnovousem (medián 3, průměr 2,6). Bezvoušá tvář byla hodnocena jako nezkušená (medián 4, průměr 3,6). Tváře se strništi byly považovány za neutrální (medián 3, průměr 3,1–3,2).

Tabulka č. 17: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro zkušenost

Zkušenost			
Typ vousu	Bezvoušá x Upravené	Bezvoušá x Plnovous	Strniště x Upravené
Mann-Whitney U	159,000	113,500	637,500
Wilcoxon W	1335,000	413,500	1813,500
Z	-5,280	-3,822	-3,975
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000

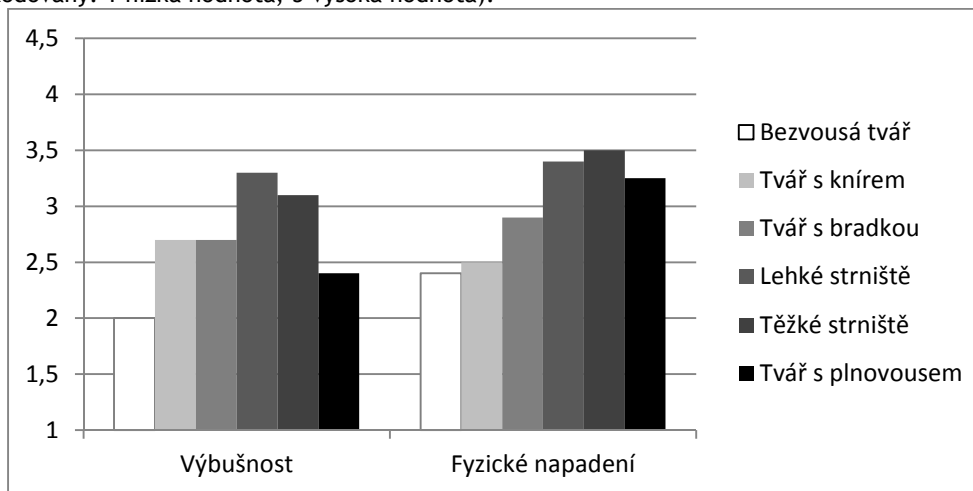
4.2.4 Kategorie agresivity

Tato kategorie zahrnující agresivitu je nejvíce typická pro tváře se strništi, ostatní typy vousů byly považovány neagresivní v následujícím pořadí: tvář s bradkou, tvář s knírem, tvář s plnovousem a bezvoušá tvář.

Tabulka č. 18: Hodnoty mediánů, průměrů a standartních odchylek jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii pracovní úspěšnosti, ambicí, inteligence a konformity

	Bezvoušá tvář	Tvář s knírem	Tvář s bradkou	Tvář s lehkým strništěm	Tvář s těžkým strništěm	Tvář s plnovousem
Mean	3,68	3,42	3,19	2,67	2,69	3,44
Median	4,00	4,00	3,50	3,00	3,00	4,00
Std. Deviation	1,005	,964	1,085	,975	,829	1,009

Graf č. 5: Hodnoty průměrů jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii agresivity (překódovány: 1 nízká hodnota, 5 vysoká hodnota).



Statisticky významný rozdíl v hodnocení výbušnosti byl nalezen mezi tvářemi se strništi a bezvousou tváří, mezi bezvousou tváří a tvářemi s upravenými vousy, tvářemi se strništi a plnovousem. Nejvíce výbušnosti bylo přisouzeno lehkému a těžkému strništi (medián 3, průměr 2,7–2,8). Za nejméně agresivní byla považována bezvousá tvář (medián i průměr 4), následně tvář s plnovousem (medián 4, průměr 3,6) a následně tváře s upravenými vousy (medián 4, průměr 3,29).

Tabulka č. 19: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro výbušnost

Výbušnost			
Typ vousu	Bezvoušá x Strniště	Bezvoušá x Upravené	Strniště x Plnovous
Mann-Whitney U	216,000	338,500	312,500
Wilcoxon W	1392,000	1514,500	1488,500
Z	-4,438	-3,006	-3,285
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,003	,001

Rozdíl byl zjištěn i u schopnosti fyzického napadení mezi tvářemi se strništi a bezvousou tváří, mezi tvářemi se strništi a upravenými vousy, mezi tvářemi se strništi a tvářemi s plnovousem. Za muže schopného fyzického napadnutí byla nejvíce považována tvář s těžkým strništěm (medián 2, průměr 2,5) a tvář s lehkým strništěm (medián 3, průměr 2,6). Tvář s knírem a bezvousá tvář byly označeny za neschopné fyzického napadnutí (medián 4, průměr 3,5–3,6). Tvář s bradkou a plnovousem byly považovány za neutrální (medián 3, průměr 2,6–3,3).

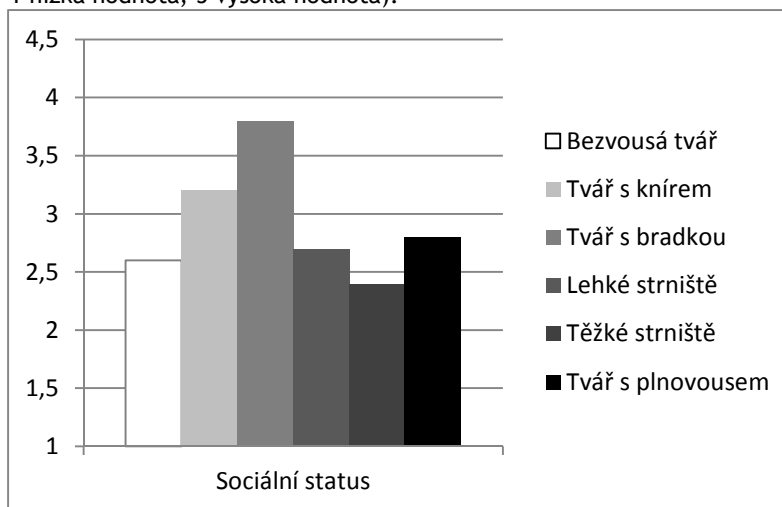
Tabulka č. 20: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro fyzické napadení

Fyzické napadení			
Typ vousu	Strniště x Bezvousá	Strniště x Upravené	Strniště x Plnovous
Mann-Whitney U	237,500	676,500	355,500
Wilcoxon W	1413,500	1852,500	1531,500
Z	-4,215	-3,636	-2,760
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,006

4.2.5 Kategorie sociálního statusu

Nejvyšší sociální status respondenti přisuzovali tvářím s bradkou (medián 2, průměr 2,17) a knírem (medián 3, průměr 2,75). Negativního hodnocení sociálního statusu dosahovaly tváře v následujícím pořadí: tvář s těžkým strništěm (medián 4, průměr 3,54), bezvousá tvář (medián 3,5, průměr 3,38), tvář s lehkým strništěm (medián 3,5, průměr 3,29) a tvář s plnovousem (medián 3, průměr 3,21). Statisticky významné rozdíly byly zjištěny mezi tvářemi s upravenými vousy a tvářemi se strništi, tvářemi s upravenými vousy a bezvousou tváří, mezi tvářemi s upravenými vousy a tváří s plnovousem.

Graf č. 6: Hodnoty průměrů jednotlivých úprav mužských vousů pro kategorii sociálního statusu (překódovány: 1 nízká hodnota, 5 vysoká hodnota).



Tabulka č. 21: Hodnoty neparametrických Mann-Whitneyho testů pro sociální status

Sociální status			
Typ vousu	Upravené x Strniště	Upravené x Bezvousá	Upravené x Plnovous
Mann-Whitney U	572,000	271,500	331,500
Wilcoxon W	1748,000	1447,500	1507,500
Z	-4,409	-3,798	-3,053
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002


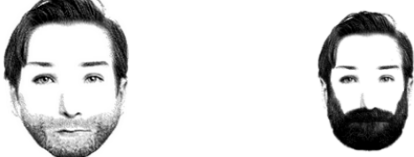







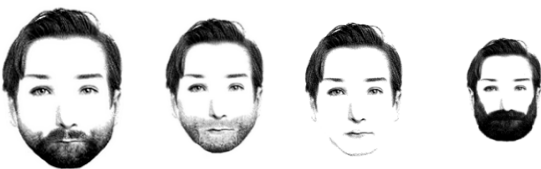
4.3 Vlastnosti neovlivněné úpravou vousu

Na základě testů Kruskal-Wallis bylo možné zjistit, na jaké vlastnosti nemá vliv úprava mužského vousu. Statisticky významné rozdíly mezi skupinami nebyly zjištěny u hodnocení upřímnosti, laskavosti, vyvolání hádky a spáchání podvodu.

Tabulka č. 23: Hodnoty neparametrických testů Kruskal-Wallis

	upřímnost	laskavost	hádky	podvod
Chi-Square	3,018	7,476	6,888	4,232
Df	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,389	,058	,076	,237

Tabuuka č. 22: Kategorie a charakteristické úpravy mužského vousu (velikost portrétů zobrazuje hodnoty průměrů přisouzených respondenty)

Kategorie	Pozitivně hodnocené	Negativně hodnocené
Důvěryhodnost	 <p>Bradka Knír Bezvousá tvář</p>	 <p>Lehké strniště Plnovous</p>
Pracovní úspěch, Ambice, Intelligence, Vhodnost	 <p>Bradka Knír Bezvousá tvář Plnovous</p>	 <p>Lehké strniště</p>
Dominantnost, Sociální vypělost	 <p>Bradka Knír Plnovous</p>	 <p>Bezvousá tvář</p>
Agresivita	 <p>Lehké strniště Těžké strniště</p>	 <p>Bezvousá tvář Knír Plnovous</p>
Sociální status	 <p>Bradka Knír</p>	 <p>Těžké strniště Lehké strniště Bezvousá tvář Plnovous</p>

5 Diskuze

Cílem mého výzkumu bylo odpovědět na výzkumnou otázku: Jaké vlastnosti jsou různým úpravám mužského vousu přisuzovány v současné době v české společnosti? Pomocí sérií neparametrických testů Kruskal-Wallis, Mann-Whitney, hierarchické shlukové analýzy, výčtu hodnot mediánů a průměrů jsem analyzovala uskutečněné dotazníkové šetření. Bylo zjištěno, že oholená tvář a tvář s upravenými vousy vyvolávají v respondentech důvěru, pocit pracovní úspěšnosti, vysokých ambicí, vysoké inteligence a konformity. Muži s upravenými vousy také dosahují vysokého sociálního statusu, působí dominantně, maskulinně a zkušeně oproti oholeným mužům, kteří v těchto schopnostech pozitivních hodnot nedosáhli. Muž s plnovousem rovněž působí dominantně, maskulinně a zkušeně, vyvolává pocit pracovní úspěšnosti, vysokých ambicí, vysoké inteligence a konformity, ale nevzbuzuje v respondentech důvěru, ani nedosahuje vysokého sociálního statusu. Nejvíce negativně byl hodnocen muž s lehkým či těžkým strništěm, působil agresivně, nedůvěryhodně, neúspěšně v pracovním životě, neambiciózně, neinteligentním a nekonformním dojmem. Dále jsem shledala, že úprava mužského vousu neměla vliv na hodnocení upřímnosti, laskavosti, schopnosti vyvolat hádku a možnosti spáchání podvodu.

5.1 *Sdílená symbolika vousu*

Prokázala jsem, že vousy jsou stále sociálně důležité, proto jsou jim přiřkládány ve společnosti určité vlastnosti a jsou stereotypizovány. Důkazem tohoto tvrzení je skutečnost, že v hodnocení vousů se objevují určité pravidelnosti. Lidé si s vousy spojují symbol maskulinity, sociální vyspělosti a dominance, což se potvrdilo i ve vnímání české společnosti. Vousy byly již v minulosti vnímány jako symbol maskulinity, neboť na ženských tvářích vous nevyrostal (mimo nízkého počtu žen s vysokou hladinou testosteronu). Výsledky tohoto výzkumu s mnoha dalšími potvrzují, že vous jako symbol mužnosti je platný pro nedávnou minulost i pro současnost [Roll, Verinis 1971; Pellegrini 1973; Kenny, Fletcher 1973; Feiman, Gill

1977; Wood 1986; Addison 1989; Neave, Shields 2008]. Všechny úpravy vousů dosahovaly pozitivních hodnot maskulinity, mimo oholené tváře. Oholená mužská tvář může být okolím vnímána jako feminní [Singh 1998]. Nízkou míru maskulinity v mém výzkumu podpořil také fakt, že hodnocené tváře neměly výrazné ostatní obličejové maskulinní rysy (ostře řezané rysy, výrazná brada).

Vousy jsou také znakem sociální vyspělosti a dominance. V mém výzkumu byli muži s vousy hodnoceni jako zkušenější a autoritativní oproti muži s oholenou tváří. Mužům s vousy je přisuzován starší věk [Neave, Shields 2008], jsou hodnoceni jako vyzrálejší [Pellegrini 1973; Feiman, Gill 1977] a dominantnější [Pellegrini 1973; Addison 1989; Neave, Shields 2008] oproti mužům s oholenou tváří [Pellegrini 1973; Feiman, Gill 1977]. Důvodem je skutečnost, že růst vousů u mladého muže je znamením začínající dospělosti a sexuální zralosti, jejíž přítomnost naznačuje sílu a dominanci.

5.2 Variabilní hodnocení vousu

Přítomnost vousů u muže také zvyšuje vnímání agresivity. Vousům bychom mohli na základě biologického posouzení přisoudit symbol zvýšené agresivity, ale tento symbol není obecně platný, neboť jeho vnímání výrazně ovlivňuje osobní působení jedince, daná situace, móda a normy ve společnosti. V hodnocení agresivity dosahovali pozitivních výsledků muži se strništi, ostatní úpravy vousů, především bezvousá tvář, byly hodnoceny jako neagresivní. Muži s vousy byli považováni za agresivnější vůči oholeným tvářím i v ostatních šetřeních [Addison 1989, Muscarella, Cunningham 1996; Neave, Shields 2008; Dixson, Vasey 2012]. Dané výsledky potvrzují teorii Durden-Smith a de-Simone, že vousy mohou vyvíjet zvýšené vnímání mužské agresivity vzhledem k pohlavnímu hormonu testosteronu, který podporuje růst vousů, zároveň i hladinu agresivity [Durden-Smith, deSimone 1983 in Muscarella, Cunningham 1994: 101]. Dle této teorie, čím více jsou vousy viditelnější, tím více je muž považován za agresivnějšího. Vysoké agresivity ale nedosahoval v mém výzkumu muž s plnovousem. Argument můžeme nalézt v přiřazení symbolu hustým

vousům v nedávné minulosti, kdy byly považovány za znak stáří, důvod k výsměchu, znak tuláctví a zastávaly ikonický status [Hawksley 2014: 133].

Vzhledem k výsledkům hodnocení agresivity mohou potvrdit návrhy sociálně-evolučních psychologů, že se zvyšováním agresivity prisuzovaným vousům se snižuje vnímaná důvěra [Bakmazian 2014: 190]. V této studii byla důvěryhodnost prisouzena bezvousé tváři a tvářím s upravenými vousy. Důvod daných výsledků můžeme nalézt již při samotném pohledu na dané tváře, neboť je jasně viditelná mimika muže. Hodnotící jedinec je schopný nalézt mikrovýrazy emocí hodnoceného, a tím předvídat mínění a následné jednání muže. Naopak muž s hustými vousy či strništěm může působit způsobem, že něco skrývá, ať již fyzické nedostatky, anebo posměšný úšklebek. V předchozích výzkumech byli muži s vousy hodnoceni jako důvěryhodnější [Guido, Peluso, Moffa 2011; Bakmazian 2014], příčiny odlišnosti můžeme nalézt v rozdílném designu výzkumů, ve kterých byly posuzovány fotografie pouze studenty.

Praktické uplatnění důvěryhodnosti je značné především v oblasti marketingu a při prodeji produktů, z tohoto důvodu jsem zařadila otázku „Dal/a byste na doporučení tohoto muže?“ do dotazníkového šetření. Tato otázka ale může také směřovat na každodenní situace, například při zjišťování rychlejší cesty na místo určení. Respondenti by dali na doporučení pouze mužů s upravenými vousy, doporučení muže s oholenou tváří by nejspíše nerespektovali z důvodu nevytváření dojmu dominantnosti a zkušenosti.

Během pracovního pohovoru by byl nejčastěji přijat muž s bezvousou tváří, což potvrzuje názor Spillaneové, že hladce oholení muži mají větší šanci na získání zaměstnání, neboť hladce vyholená tvář působí profesionálně zdatněji a přístupněji. [Spillaneová 1994: 104] Podobného výsledku dosáhl výzkum Souza et al, ve kterém osobní manažeři preferovali oholené muže na pozici nadřízeného. Na pozici potenciálního zaměstnance volili muže s knírem a s vousy před mužem s bradkou [Souza, Baumgasten, Baiao, Otta 2003]. Rozdílnost mého výzkumu je možné vysvětlit tím, že muži s vousy a knírem v předchozím výzkumu byli také hodnoceni jako více

zodpovědní a muž s bradkou jako více kreativní, což může odkazovat na nekonformitu zaměstnance, kterou zaměstnavatelé neupřednostňují. V předchozím výzkumu byli hodnotícími manažeři, v mém výzkumu se zaměřuji na vnímání úprav vousů obecnou veřejností, někteří respondenti se zatím nemuseli účastnit pracovních pohovorů, tudíž se zde projevilo vnímání důvěry a pocity sympatičnosti. Dalším důvodem, proč byli muži s upravenými vousy a muž s oholenou tváří v mém výzkumu upřednostňováni při pracovním pohovoru, je skutečnost, že byli hodnoceni jako ambiciózní, inteligentní, úspěšní v pracovním životě a byla jim přisouzena vysoká schopnost konformity.

V současné době jsou vousy znakem nekonformity. Skutečnost, že je s vousy spojena nekonformita, byla již prokázána v předchozích výzkumech [Pellegrini 1973; Hellström, Tekle 1994]. Při přisuzování schopnosti vhodného chování na společenských událostech byli negativně hodnoceni pouze muži se strništi. Tato skutečnost může vyvolávat dojem, že muž s lehkým či těžkým strništěm působí na společenských událostech nepatřičně, neboť se jedná o neupravený vous. Muž s oholenou tváří a muži s upravenými vousy byli hodnoceni pozitivně, stejně tak i muž s plnovousem. Zde není možné apelovat pouze na vnímání nekonformity spojené s vousy, ale již na samotné zakořeněné obecné představy, co je v určité době ve společnosti patřičné a co se od mužů očekává. Muž s oholenou tváří, upravenými vousy a muž s plnovousem jsou považováni za muže vhodně upravené.

Variabilního hodnocení dosahuje také přisuzování sociálního statusu, neboť vnímání úprav vousu se mění z časového i geografického hlediska. Ve starověkém Řecku byl plnovous vnímán jako znak vysokého sociálního statusu, kdežto ve starověkém Římě neupravené vousy odkazovaly na zanedbanost. Výzkum Dixson a Vasey, který se zabýval na názory respondentů z Nového Zélandu a Samoy, prokázal, že s vousy je spojován vyšší sociální status oproti bezvousé tváři [Dixson, Vasey 2012], v mém výzkumu ale muži s plnovousem a strništi nedosahovali vysokého sociálního statusu. Nemohu tvrdit, že vousy muži přiznávají v české společnosti vyšší sociální status. Nízkého sociálního statusu dosahoval ale i muž s oholenou tváří, i přes skutečnost, že byl respondenty hodnocen jako úspěšný v pracovním životě. Vysvětlení

můžeme nalézt opětovně v tvrzení Singh, že zakotvené normy a ideje společnosti vyžadující každodenní holení mohou mužům snižovat vnímaný sociální status [Singh 1998]. Naopak mužům s upravenými vousy byl přisouzen vysoký sociální status, výsledky výzkumu naznačují, že muži s upravenými vousy jsou všeobecně pozitivně přijímáni, vyjadřují maskulinitu, dominanci a zároveň i konformitu.

Přisuzování daných schopností dokládá, že na muže s oholenou tváří a s tváří s upravenými vousy je hleděno jako na aktivního člena společnosti, konformního a odpovědného. Neboť aby muž dosáhl určitého úspěchu řízeného jeho ambicemi, je ochotný pečovat o sebe, upravit své vzezření pro danou situaci, aby vytvořil vhodný první dojem. Muži se strníšti naopak působí opačným dojmem, nedbale. Čemuž mohou odpovídat i hodnoty přisouzené inteligence, nejnižší hodnoty dosahovaly tváře se strníšti. Respondenti mohli mít pocit, že tito muži pro dosažení svých cílů odmítají upravit své vousy způsobem, aby zabránili vytvoření špatného dojmu, tím jim snižovali přisouzenou inteligenci, či si muže s vousy spojovali s manuálním zaměstnáním, při kterém vzhled není důležitý. Stejného hodnocení inteligence dosáhl i předešlý výzkum [Terry, Krantz 1973].

Respondenti výrazně odlišně hodnotili laskavost, upřímost, vyvolání hádky a spáchání podvodu. Oproti předchozímu výzkumu nebyl v datech nalezen významný statistický rozdíl v hodnocení upřímnosti. Ve výzkumu Kenny a Fletcher [Kenny, Fletcher 1973] mužům s vousy byla přikládána vyšší míra upřímnosti než bezvousým tvářím. Rozdílnost může být způsobena metodologií výzkumu, kterého se účastnili pouze studenti. V mých výsledcích se projevila skutečnost, že být upřímný záleží především na situaci, neboť jak řekl Arthur Schopenhauer: „Na světě jen jediný tvor lže: člověk.“ Je faktem, že mnoho jedinců ve svém životě ne vždy tvrdilo pravdu, nelze tedy jednotně určit vzhled člověka upřímného a vzhled notorického lháře.

Respondenti též nepřisuzovali výrazně odlišné významy mužským tvářím s různým typem vousu v hodnocení laskavosti. Ve výzkumu Hellström a Tekle mužům s vousy byla přikládána statisticky významná vyšší míra laskavosti než bezvousým mužům [Hellström, Tekle 1994], což ale mohlo být opět způsobeno

metodologií výzkumu, při které byly užity fotografie tváří mužů ve věku 50 let, které mohly v respondentech vyvolávat větší pocit přívětivosti. Výsledky současného výzkumu se shodují s výzkumem Kenny a Fletcher [Kenny, Fletcher 1973], ve kterém byla laskavost považována za nevýznamnou.

Vyvolání hádky (část hodnocení agresivity) a spáchání podvodu (část hodnocení důvěryhodnosti) byly také vyhodnoceny jako statisticky nevýznamné. Důvodem může být skutečnost, že ve vztahu k jiným lidem může docházet k mnohým neporozuměním a jedinec, ať již úmyslně, či ne, vyvolá hádku. Na hádku není respondenty hleděno jako na součást projevu agresivity. Respondenti si představují tuto osobu nejednotným způsobem, stejně tak i jedince schopného podvodu.

V mém výzkumu vzniklo několik omezení. Výzkumný design byl postaven na hodnocení pouze jedné identické tváře s šesti běžnými úpravami vousu, jeden respondent hodnotil jednu tvář z důvodu vyvarování se ovlivnění dat při vědomém hodnocení pouze úprav mužského vousu. I přes vysoký počet respondentů bylo dosaženo malého vzorku, výsledky nelze zobecnit na populaci. Data ale považuji za reliabilní, neboť respondenti odpovídali podobně na otázky zaměřené na stejnou vlastnost, a validní, neboť respondenti byli schopni odpovědět na všechny položené výroky.

Závěr

V teoretické části práce jsem objasnila utváření prvních dojmů, důležitost významu vousu a jemu přisuzované hodnoty, možnost vousu být zdrojem mužova jednání, sociální komunikaci vousů v minulosti a přítomnosti, a vývoj módy. Pomocí dotazníkového šetření jsem zjistila, jaké vlastnosti jsou přisuzovány mužskému vousu v současné české společnosti a ověřila symboliku vousu, která pojímá maskulinitu, dominanci a sociální vyspělost. V současné české společnosti jsou pozitivně přijímány upravené vousy a oholená tvář, neboť komunikují konformitu a aktivní účast ve společnosti. Tváře se strništi jsou vnímány negativně, působily agresivně, nedůvěryhodně, neúspěšně v pracovním životě, neambiciózně, neinteligentním a nekonformním dojmem. Překvapivě byl pozitivně hodnocen i plnovous, který vzbuzoval dominantnost, maskulinitu, sociální vyspělost, vyvolával pocit konformity, ale nevzbuzoval v respondentech důvěru, ani nedosahoval vysokého sociálního statusu.

Přínos mého výzkumu spočívá v upozornění, že hodnotíme neznámé osoby i přes skutečnost, že známe (vidíme) minimum informací. V mém výzkumu jsem prokázala, že jsou s vousy spojené určité symboly a vlastnosti. Zároveň má funkci upozornění, že lze vykonstruovat „umělý“ první dojem muže, tímto dojmem bychom se neměli nechat slepě ovlivnit. Jiné využití mého výzkumu spočívá v pomoci muži vytvořit lepší první dojem v určité situaci například při pracovních pohovorech, na společenských událostech, při volebních kampaních a podobných situacích.

Pro budoucí výzkum navrhuji zaměřit se na schopnost muže vyjadřovat symbol maskulinity, dominantnosti a konformního působení ve společnosti. Jakými jinými způsoby dokáže muž tato vyjádření komunikovat mimo kombinací ne/vlastnictví vousu a jeho upravenosti, či neupravenosti. Zároveň by bylo přínosné zjistit, jaké jsou rozdíly v přisuzování vlastností v současné české společnosti v rámci jiných etnik a při hodnocení starších mužských tváří s úpravami vousu pro zjištění, jakým způsobem ovlivňuje věk a etnická příslušnost přisuzované vlastnosti.

Použitá literatura

- ADDISON, William E. 1989. Beardedness as a factor in perceived masculinity. *Perceptual and Motor Skills*, 68, 921–922.
- BAKMAZIAN, Arman 2014. The Man Behind the Beard: Perception of Men's Trustworthiness as a Function of Facial Hair. *Psychology*, 5, 185-191.
- BELCHER, David. 2014. A Growing Trend in the Boardroom Facial Hair Is Back in Style in Business Settings. *The New York Times* [online]. 13. 11. 2014 [citováno dne 3. 4. 2015]. Dostupné z www: http://www.nytimes.com/2014/11/14/business/international/facial-hair-style-executives.html?_r=0
- BIERACH, Alfred J. 1995. Poznej člověka na první pohled: [povahu, schopnosti a záměry člověka lze vyčíst z jeho tváře]. Praha: Alternativa.
- BLAŽEK, V. 2009. Úvod. in BLAŽEK Vladimír, Radek TRNKA. *Lidský obličej. Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum. 11–13.
- CULCASI, Karen, Mahmut GOKMEN. 2011. The Face of Danger. Beards in the U.S. Media's Representations of Arabs, Muslims, and Middle Easterners. *Aether*, 8.B, 82–96.
- DIXSON Barnaby J., Robert C. BROOKS. 2013. The role of facial hair in women's perceptions of men's attractiveness, health, masculinity and parenting abilities. *Evolution and Human Behavior*, 34, 236–241.
- DIXSON Barnaby J., Paul L. VASEY. 2012. Beards augment perceptions of men's age, social status, and aggressiveness, but not attractiveness. *Behavioral Ecology*, 23, 481–490.
- FARMANFARMAIAN, A. 1995. Fear of the Beard, Excavating the Future of Cairo. *Transition*, 67, 48–69.
- FEINMAN Saul, George W. GILL. 1977. Females' Response to Males' Beardedness. *Perceptual and Motor Skills*, 44, 533–534.
- FERLA LA, Ruth. Learning to Accessorize Those Chinny-Chin-Chins. *New York Times* [online]. 4. 2. 2001 [citováno dne 3. 4. 2015]. Dostupné z www: <http://www.nytimes.com/2001/02/04/style/noticed-learning-to-accessorize-those-chinny-chin-chins.html>

- FIALOVÁ, Ludmila, František David KRCH. 2012. Pojetí vlastního těla: zdraví, zdatnost, vzhled. Praha: Karolinum.
- GUIDO, Gianluigi, Alessandro M. PELUSO, Valentina MOFFA. 2011. Beardedness in advertising: Effects on endorsers' credibility and purchase intention. *Journal of Marketing Communications*, 17 (1), 37–49.
- HAWKSLEY, Lucinda. 2014. *Moustaches, Whiskers & Beards*. London: National Portrait Gallery.
- HELLSTRÖM, Ake., Joseph TEKLE. 1994. Person perception through facial photographs: effects of glasses, hair, and beard on judgments of occupation and personal qualities. *European Journal of Social Psychology*, 24, 693–705.
- HENDL, Jan. 2004. *Přehled statistických metod zpracování dat. Analýza a metaanalýza dat*. Praha: Portál.
- HEPBURN, Christine, Anne LOCKSLEY. 1983. Subjective Awareness of Stereotyping: Do We Know When Our Judgments are Prejudiced? *Social Psychology Quarterly*, 46, 311–318.
- HOSTETLER, John A. 1964. The Amish Use of Symbols and Their Function in Bounding the Community. *The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*, 94(1), 11–22.
- KENNY Charles T., Dixie FLETCHER. 1973. Effects of beardedness on person perception. *Perceptual and Motor Skills*, 37, 413–414.
- KOHOUTEK, Rudolf, Irena OCETKOVÁ a Jaroslav ŠTĚPANÍK. 1998. *Základy sociální psychologie*. Brno: Akademické nakladatelství CERM.
- LOWTHER, Ed. A history of beards in the workplace. BBC News [online]. 14. 8. 2013 [citováno dne 4. 3. 2015]. Dostupné z [www: http://www.bbc.com/news/magazine-23693316](http://www.bbc.com/news/magazine-23693316)
- MACHAR, Josef Svatopluk. 2013. *Z dějin vousu*. Praha: Akropolis.
- MOLLER, Herbert. 1987. The Accelerated Development of Youth: Beard Growth as a Biological Marker. *Comparative Studies in Society and History*, 29 (4), 748-762.
- MUSCARELLA, Frank, Michael R. CUNNINGHAM. 1996. The evolutionary significance and social perception of male pattern baldness and facial hair. *Ethology and Sociobiology*, 17, 99–117.

- NEAVE Nick, Kerry SHIELDS. 2008. The effects of facial hair manipulation on female perceptions of attractiveness, masculinity, and dominance in male faces. *Personality and Individual Differences*, 45, 373–377.
- OLDSTONE-MOORE, Christopher. 2005. The Beard Movement in Victorian Britain. *Victorian Studies*, 48 (1), 7–34.
- PELLEGRINI, Robert J. 1973. Impressions of the male personality as a function of beardedness. *Psychology*, 10, 29–30.
- PETERKIN, Allan. 2001. *One Thousand Beards: A Cultural History of Facial Hair*. Vancouver: Arsenal Pulp Press.
- PORTER, S., L. ENGLAND, M. JUODIS, L. TEN BRINKE, K. WILSON. 2008. Is the face widow to the soul? Investigation of the accuracy of intuitive judgments of the trustworthiness of humanface. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 40(3), 171–177.
- PUNCH, Keith. F. 2008. *Základy kvantitativního šetření*. Praha: Portál.
- RANDÁK, Jan. 2006. Symbolické chování v revoluci 1848: Revoluční móda. *Český lid*, 93 (1), 49-69.
- REED, Ann J., Elizabeth M. BLUNK. 1990. The influence of facial hair on impression formation. *Social Behavior and Personality*, 18, 169–176.
- ROBINSON, Dwight E. 1976. Fashions in Shaving and Trimming of the Beard: The Men of the Illustrated London News, 1842–1972. *American Journal of Sociology*, 81 (5), 1133–1141.
- ROLL, Samuel, J. S. VERINIS. 1971. Stereotypes of scalp and facial hair as measured by the semantic differential. *Psychological Reports*, 28, 975-980.
- RUBEŠOVÁ, HAVLÍČEK. 2009. Hodnocení osobnosti dle obličeje. in BLAŽEK Vladimír., Radek TRNKA. *Lidský obličej. Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Praha: Karolinum. 223–241.
- SAYRE, Carolyn. 2008. The Beard Brigade. *Time*, 171 (7), 51–52.
- SHANNON, Michael L., C. Patrick STARK. 2003. The Influence of Physical Appearance on Personnel Selection. *Social Behavior and Personality*, 31(6), 613–624.
- SINGH, Raj Kumar. 1998. The Signifikance of Male Hair. Its Presence and Removal. *The Backlash!*. <http://www.choisser.com/longhair/rajsingh.html>
- SOLOVEICHIK, Meir. 2008. Why Beards? *American Jewish Committee*, 41–44.

- SOUZA de Altay Alves Lino, Vera BAUMGASTEN, Ulyseia BAIÃO, Emma OTTA. 2003. Perception of Men's Personal Qualities and Prospect of Employment as a Function of Facial Hair. *Psychological Reports*, 92, 201-208.
- SPILLANEOVÁ, Mary. 1994. *Image muže. Poradce úspěšného muže*. Praha: Ikar.
- SYNNOTT, Anthony 1987. Shame and glory: A Sociology of hair, *British Journal of Sociology*, 38 (3), 381–413.
- TERRY Roger, John H. KRANTZ. 1993. Dimensions of Trait Attributions Associated with Eyeglasses, Men's Facial Hair, and Women's Hair Length. *Journal of Applied Social Psychology*, 23 (21), 1757–1769.
- VONDRUŠKA, Vlastimil. 2007. *Intimní historie: od antiky po baroko*. Brno: MOBA.
- WALTON, Susan 2008. From Squalid Impropriety to Manly Respectability: The Revival of Beards, Moustaches and Martial Values in the 1850s in England. *Nineteenth-Century Contexts*, 30 (3), 229–245.
- WILLIS, Janine, Alexander TODOROV. 2006. First impressions: Making up your mind after a 100- ms exposure to a face. *Psychological Science* 17, 592–598.
- WOGALTER, S. Michael, Judith A. HOSIE. 1991. Effects of Cranial and Facial Hair on Perceptions of Age and Person. *The Journal of Social Psychology*, 131(4), 589–591.
- WOOD, Douglas R. 1986. Self-perceived masculinity between bearded and nonbearded males. *Perceptual and Motor Skills*, 62(3), 769-770.
- ZEBROWITZ Leslie A., Judith A. HALL, Nora A. MURPHY, Gillian RHODES. 2002. Looking smart and looking good: Facial cues to intelligence and their origins. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28 (2), 238-249.
- ZNEBEJÁNEK, František. 2013. *Mezi konfliktem a kooperací. Jednotná teorie konfliktu a kooperace*. Praha: Slon.