

AR VISADA „GRAŽU YRA GERAI“: POTENCIALIŲ DARBUOTOJŲ SUVOKTO FIZINIO PATRAUKLUMO IR LYTIES ĮTAKA PRIIMANT SPRENDIMĄ PAKVIESTI Į POKALBĮ DĖL DARBO

Deimantė Petrauskaitė

Organizacinės psichologijos magistro
studijų studentė
Vilniaus universitetas
Klinikinės ir organizacinės psichologijos katedra
Universiteto g. 9/1, LT-01513
Tel. + 370 5 266 7606
El. paštas: deimante.petrauskaite@fsf.stud.vu.lt

Vita Mikuličiūtė

Socialinių mokslų daktarė lektorė
Vilniaus universitetas
Bendrosios psichologijos katedra
Universiteto g. 9/1, LT-01513
Tel. + 370 5 266 7605
El. paštas: vita.mikuliciute@fsf.vu.lt

Įsitikinimas, kad „grožis yra gėris“, reiškia, jog patraukliems žmonėms priskiriamos teigiamesnės asmenybės savybės nei nepatraukliems, tačiau įdarbinimo srityje gaunami prieštaringi rezultatai. Pastebėta, kad patrauklios moterys, siekiančios vadovaujамų pareigų, vertinamos neigiamiau, palyginti su nepatraukliais vyrais ir nepatraukliomis moterimis. Šiuo tyrimu siekta išsiaiškinti, kokią reikšmę suvoktas fizinis patrauklumas turi asmens savybių vertinimui ir potencialaus darbuotojo pasirinkimui pakviesti į darbo pokalbį dėl vadovaujамų / nevadovaujамų pareigų. Pagrindiniame tyrimo etape dalyvavo 85 asmenys. Jie turėjo įvertinti keturių fotografijose pavaizduotų skirtingų lyčių žmonių asmenybės savybes, taip pat nuspręsti, kurį iš asmenų kviestų į darbo pokalbį. Nustatyta, kad patraukliems žmonėms priskiriamos teigiamesnės savybės, nesvarbu, kokia jų lytis ar pareigos, į kurias jie kandidatuoja, taip pat jie būtų dažniau kviečiami į darbo pokalbius.

Pagrindiniai žodžiai: fizinis patrauklumas, lyčių skirtumai, gyvenimo aprašymas.

Tiek lietuvių, tiek kitos tautos turi posakių, kuriais menkinama fizinio patrauklumo reikšmė ir skatinama asmenis vertinti ne pagal grožį, o asmenybės ypatumus ar gebėjimus (pvz., „Nespręsk apie knygą iš viršelio“, „Ne grožis žmogų puošia, o darbai“, „Iš grožio kaip iš ožio – nei pieno, nei vilnos“, ir kt.). Visgi moksliniai tyrimai prieštarauja liaudies išminčiams. Fizinis patrauklumas naudingas juo pasižyminčiam asmeniui. Pirma, patraukliems žmonėms yra priskiriamos geresnės asmenybės savybės nei nepatraukliems. Jie laikomi fiziškai ir psichiškai sveikesniais (Warren, Hansson,

& Anita, 1978; Zebrowitz, Hall, Murphy, & Rhodes, 2002; Qiust, DeBruine, Little, & Jones, 2012), patikimesniais (Zebrowitz & Franklin, 2014), intelektualesniais (Zebrowitz et al., 2002), kompetentesniais (Zebrowitz & Franklin, 2014), labiau bendradarbiaujančiais (Andreoni & Petrie, 2008). Antra, fiziškai patrauklūs žmonės suvokiami kaip geriau atliekantys įvairius socialinius vaidmenis: vertinami kaip geresni tėvai (Dion, Berscheid, & Walster, 1972), labiau trokštami romantiniai partneriai (Quist et al., 2012), tinkamesni darbuotojai (Johnson, Podratz, Dipboye,

& Gibbons, 2010; Wolbring & Riordan, 2016), labiau nusipelnę didesnio atlyginimo (Przygodzki-Lionet, Olivier, & Desrumaux, 2010; Loureiro, Sachsida, & Mendonça, 2011), perspektyvesni verslininkai (Baron, Markman, & Bollinger, 2006), kompeten-tingesni mokytojai (Zebrowitz et al., 2002) ir dėstytojai (Wolbring & Riordan, 2016). Trečia, jiems leidžiama labiau nesilaikyti socialinių normų ir taisyklių. Fiziškai patrauklūs žmonės ne taip griežtai baudžiami, kai dykinėja grupei atliekant užduotį ir gausiau apdovanojami, kai prisideda prie užduoties atlikimo (Palotai, Cserto, & Bereczkei, 2016). Asmens fizinis patrauklumas gali būti naudingas net ir tiems, kurie nėra labai patrauklūs, bet asocijuojami su patraukliais asmenimis. Zarbatany ir Marshall (2015) tyrimu nustatė, kad vaikai, suporuoti su fiziškai patraukliais „geriausiais draugais“, yra vertinami palankiau nei tie, kurių „geriausi draugai“ ne tokie fiziškai patrauklūs. Reiškiny, kai fiziškai patraukliems žmonėms yra priskiriamos įvairios teigiamos savybės, vadinamas „grožis yra gėris“ (angl. *beauty is good*) arba „tai, kas gražu, yra gerai“ (angl. *what is beautiful is good*) įsitikinimu (Dion et al., 1972; Murphy, MacCarthaigh, & Barnes-Holmes, 2014).

Norint paaiškinti, kodėl fizinis patrauklumas susijęs su tiek įvairių teigiamų pasekmių, paprastai remiamasi evoliuciniu požiūriu (Langlois et al., 2000; Wolbring & Riordan, 2016). Autoriai teigia, kad kognityvūs žmogaus ištekliai yra riboti, todėl sąveikos tarp individų metu surenkama informacija yra neišsami (Wolbring & Riordan, 2016). Pamačius nepažįstamą žmogų, yra faktiškai neįmanoma įvertinti jo pastovias vidines charakteristikas, todėl

remiamasi lengviau prieinamais ir analizuojamais informacijos šaltiniais – fizine išvaizda. Sudėtingas klausimas „Koks yra šis žmogus?“ pakeičiamas paprastesniu „Kiek šis žmogus yra patrauklus?“ Taigi fizinis patrauklumas tampa svarbiu kriterijumi, rodančiu tam tikrų savybių, pageidaujamų arba ne, turėjimą (Little, Jones, & DeBruine, 2011).

Kita vertus, asmens patrauklumo vertinimas gali tapti išsipildančia pranašyste (Patzner, 1985). Laikydami, kad asmuo yra fiziškai patrauklus, vadinasi, ir pasižymintis kitomis teigiamomis ypatybėmis, su tokiu žmogumi elgiamės palankiau, o tai, savo ruožtu, ir jį skatina atsakyti tokiu pačiu elgesiu tik sustiprinant pirminį mūsų įsitikinimą. Geras savęs vertinimas šiame procese atlieka reikšmingą tarpinio kintamojo vaidmenį. Pavyzdžiui, Brand, Bonatsos, D’Orazio ir DeShong (2012) atliktame tyrime moterų buvo prašoma įvertinti 100 vyrų pažinčių svetainėse pateiktas nuotraukas ir jų prisistatymo tekstus. Nors tekstai ir nuotraukos buvo vertinami atsietai vienas nuo kito, nustatytas reikšmingas teigiamas ryšys tarp to, kaip moterys vertina fizinį vyro patrauklumą ir jo prisistatymą. Autoriai daro išvadą, kad fiziškai patrauklūs vyrai, žinodami savo vertę, parašo ir įspūdingesnius prisistatymus. Apskritai, patrauklūs žmonės, suprasdami, kad aplinkiniai juos vertina palankiau, labiau pasitiki savimi, labiau stengiasi ir dažnai iš tikrųjų pasiekia geresnių rezultatų (Lemay & Wolf, 2016). Tai galima pasakyti ir apie įdarbinimo procesą. Viena vertus, fiziškai patrauklus (-i) kandidatas (-ė) į pareigas potencialių darbdavių gali būti įvertinamas teigiamiau vien todėl, kad trūksta laiko ir informacijos išsamiai išanalizuoti jo (-s) gebėjimus. Kita

vertus, fiziškai patrauklus asmuo gali ne tik darbo pokalbyje, bet ir savo prisistatyme (pvz., gyvenimo aprašyme) labiau pasitikėti savimi ir todėl padaryti teigiamesnį įspūdį.

Nepaisant dažniausiai pasireiškiančio „grožis yra gėris“ įsitikinimo, kartais pastebimas ir jam priešingas – „grožis yra blogis“ (angl. *beauty is beastly*) (Heilman & Saruwatari, 1979). Paprastai jis pasireiškia, kai fiziškai patraukli moteris pretenduoja į pareigas, stereotipiškai laikomas vyriškomis (pvz., vadovaujamas pareigas) (Heilman & Saruwatari, 1979; Braun, Perus, & Frey, 2012; Johnson et al., 2010; Ruffle & Shtudiner, 2014). Fiziškai patrauklios moterys praranda savo pranašumą prieš vyrus (tiek patrauklius, tiek nepatrauklius) arba prieš nepatrauklias moteris, kurie suvokiami kaip labiau atitinkantys vadovaujamas pareigas einantiems žmonėms keliamus reikalavimus (Heilman & Saruwatari, 1979; Johnson et al., 2010; Braun et al., 2012; Ruffle & Shtudiner, 2014). Čia susidaro paradoksas – nors patrauklūs žmonės suvokiami kaip intelektualnesni ir kompetentesni, labai patrauklios moterys darbo srityje dažnai vertinamos remiantis dar ir kitu įsitikinimu – „jei labai graži, vadinasi, – nelabai protinga“ (Kanazawa & Kovar, 2004; Haines, Deaux, & Lofaro, 2016).

Tai, kad fizinis patrauklumas yra reikšmingas kriterijus įdarbinant, parodo ir tyrimai, kuriuose lyginami kandidatai, pateikę savo nuotraukas su gyvenimo aprašymu ir jų nepateikę. Paaiškėjo, kad patrauklūs vyrai yra kur kas dažniau pakviečiami į pokalbius dėl darbo nei vyrai, nepateikę nuotraukos, ir du kartus dažniau nei nepatrauklūs vyrai (Ruffle & Shtudiner, 2014). Ruffle ir Shtudiner (2014) savo tyrime aptiko, kad moterys, kurių gyvenimo ap-

rašymai (CV) buvo be fotografijų, sulaukė 20 proc. daugiau dėmesio nei nepatrauklios moterys ir net 30 proc. daugiau nei fiziškai patrauklios moterys.

Apibendrinant galima teigti, kad fizinis patrauklumas nėra be išlygų patrauklių žmonių pranašumas. Kita vertus, nors ir sunkiai, tačiau įsitikinimai gali kisti. Ypač tada, kai pakinta socialinis ir politinis kontekstas (Haines et al., 2016). Pastaraisiais metais moterų, einančių vadovaujamas pareigas, skaičius didėja ir pasaulyje (Braun et al., 2012), ir Lietuvoje (European Commission, 2013). Šie duomenys leidžia svarstyti apie galimus įsitikinimų pokyčius ir galbūt mažėjančią patrauklių moterų diskriminaciją atrenkant jas į vadovaujamas pareigas. Yra įprasta gyvenimo aprašymuose pateikti savo fotografiją, nors pareigos nereikalauja reprezentatyvios darbuotojo išvaizdos. Todėl svarbu išsamiau ištirti, kokią – naudingą ar žalingą – reikšmę tai turi sprendimui pakviesti į darbo pokalbį. Iš to kyla šio tyrimo tikslas – išaiškinti, kokią įtaką suvoktas fizinis patrauklumas turi asmens savybių vertinimui ir potencialaus darbuotojo pasirinkimui pakviesti į darbo pokalbį dėl vadovaujamų / nevadovaujamų pareigų. Tyrime keltos tokios hipotezės:

1. Patraukliems žmonėms priskiriamos teigiamesnės su darbu susijusios asmenybės savybės nei nepatraukliems.
2. Yra sąveika tarp suvokto fizinio patrauklumo ir lyties priimant į vadovaujamas ir nevadovaujamas pareigas.
 - 2.1. Patraukliems vyrams ir moterims, pretenduojantiems į nevadovaujamas pareigas, yra priskiriamos labiau teigiamos su darbu susijusios asmenybės savybės nei nepatraukliems vyrams ir moterims.

- 2.2. Patraukliems vyrams, pretenduojantiems į vadovaujamas pareigas, yra priskiriamos teigiamesnės su darbu susijusios savybės nei nepatraukliems vyrams.
- 2.3. Nepatrauklioms moterims, pretenduojančioms į vadovaujamas pareigas, yra priskiriamos teigiamesnės asmenybės savybės nei patrauklioms moterims.
3. Sprendimas kviešti į darbo pokalbį priklauso nuo potencialaus kandidato fizinio patrauklumo įvertinimo.

Metodika

Tyrimo dalyviai

Tyrimas buvo sudarytas iš trijų etapų. Žvalgomojo tyrimo metu buvo apklausti 92 tyrimo dalyviai. 20 jų buvo vyrai (amžiaus vidurkis 32, SD = 13,10), 72 moterys (amžiaus vidurkis 31,13, SD = 9,12). I tyrimo etape dalyvavo 88 asmenys, iš kurių – 42 vyrai (amžiaus vidurkis 30,97, SD = 12,57) ir 46 moterys (amžiaus vidurkis 36,06, SD = 13,76). II tyrimo etape, atsisakius dalyvauti trims I etapo dalyviams, tyrime liko dalyvauti 85 asmenys, iš kurių 40 buvo vyrai (amžiaus vidurkis 30,65, SD = 12,74) ir 45 moterys (amžiaus vidurkis 36,40, SD = 13,73). Tyrimu siekiama atskleisti žmonių subjektyvų vertinimą, taigi buvo keliami prielaida, kad nesvarbu, ar imtis yra ekspertų, ar tam tikrą darbo patirtį turinčių asmenų, fizinis patrauklumas turėtų daryti įtaką kandidatų vertinimui. Be to, neretai naujų darbuotojų atranką vykdo įmonėse jau dirbantys darbuotojai (nebūtinai ekspertai), tik galutinį sprendimą dažniausiai priima vadovas, kuris nebūtinai gali turėti kompetencijų tokioms užduotims atlikti.

Straipsnyje išsamiai analizuojami tik II tyrimo etapo duomenys. Šio etapo imtyje daugiausia tyrimo dalyvių turėjo 1–5 metų (N = 22) ir 20–29 metų (N = 21) darbo patirtį. Du tyrimo dalyviai neturėjo jokios darbo patirties, penkių tyrimo dalyvių darbo patirtis buvo daugiau nei 30 metų.

Įvertinimo priemonės ir tyrimo eiga

Žvalgomasis tyrimas. Žvalgomuoju tyrimu buvo siekiama atrinkti teigiamas asmenybės savybes, kurios suvokiamos kaip tinkančios geram darbuotojui. Tyrimo dalyviams internetinės apklausos būdu buvo pateiktas 78 savybių sąrašas (pvz., drausmingas, išvalgus, atkalus, kuklus ir kt.). Tyrimo dalyviai turėjo įvertinti savybes, kiek labai kiekviena iš jų yra būdinga geram darbuotojui, pagal skalę nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „itin nebūdinga“, o 5 – „itin būdinga“. Savybių sąrašas buvo parengtas remiantis dviejuose tyrimuose pateiktais žodžių bankais, atspindinčiais su darbu susijusias asmenybės savybes (Wilson, 2004; Rohner & Rasmussen, 2012)

Žvalgomojo tyrimo tikslui pasiekti buvo atlikta tiriamoji faktorių analizė, taikytas principinių komponentų metodas, turintis *varimax* sukinių. Tai, kad duomenys tinka faktorių analizei, rodo gautas pakankamai aukštas Kaiserio, Meyerio ir Olkino rodiklis – 0,839, ir Bartletto testo sferiškumo kriterijus ($\chi^2 = 855,503$). Pirminės faktorių analizės metu buvo išskirti 23 faktoriai. Faktorių skaičius buvo mažinamas atsižvelgiant į statistinius ir prasminius kriterijus (buvo atmestos 58 savybės). Nustatyta, kad likusieji keturi faktoriai paaiškina 61,79 proc. duomenų išsibarstymo. Savybė buvo priskiriama faktoriui, jei jos faktorinė ap-

krova tame faktoriuje viršijo 0,4 ir ji tiko faktoriui pagal prasmę. Pirmajam faktoriui priskirtų teiginių svoriai svyravo nuo 0,599 iki 0,783. Jis buvo pavadintas Savireguliacinių gebėjimų faktoriumi. Pateko šios savybės: susikaupęs, stropus, kantrus, suprantamas, praktiškas, gudrus. Antrajame faktoriuje teiginių svoriai svyravo nuo 0,538 iki 0,829. Jis buvo pavadintas Komunikacinių gebėjimų faktoriumi. Pateko šios savybės: komunikabilus, įdomus, iškalbus, energingas, pastabus, malonus. Trečiajame faktoriuje teiginių svoriai svyravo nuo 0,70 iki 0,792. Jis buvo pavadintas Mąstymo gebėjimų faktoriumi. Į jį pateko šios savybės: racionalus, realistiškas, kompleksiškai mąstantis, nuoseklus. Ketvirtajam faktoriui priskirtų teiginių svoriai svyravo nuo 0,711 iki 0,814. Jis pavadintas Įsitraukimo į darbą faktoriumi. Pateko šios savybės: atsidavęs veiklai, atkaklus, darbštus, aktyvus.

Žvalgomojo tyrimo metu iš 78 darbuotojų savybių buvo atrinkta 20 svarbiausių teigiamų savybių, apibūdinančių gerą darbuotoją. Informacija apie faktorių vidinį suderintumą pateikta 1-oje lentelėje.

1 lentelė. Asmenybės savybių, susijusių su darbu, faktorių vidinis suderintumas

Skalė	Teiginių skaičius	Cronbacho α
Savireguliaciniai gebėjimai	6	0,839
Komunikaciniai gebėjimai	6	0,825
Mąstymo gebėjimai	4	0,798
Įsitraukimas į darbą	4	0,787

Kaip matyti iš 1-os lentelės, faktorių vidinis suderintumas yra pakankamai geras ir svyruoja nuo 0,839 iki 0,787.

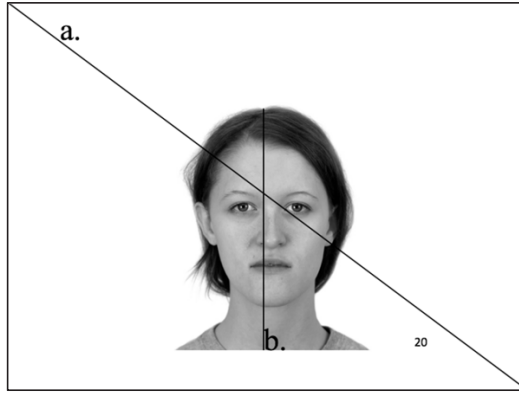
I tyrimo etapas. I tyrimo etapo metu buvo siekiama atsirinkti keturias abiejų lyčių žmonių veidų fotografijas, kurios būtų naudojamos II tyrimo etapo metu:

du asmenys (vyras ir moteris) turėtų būti tyrimo dalyvių suvokiami kaip patrauklūs ir du asmenys (vyras ir moterys) suvokiami kaip nepatrauklūs.

Stimulinę medžiagą sudarė kompiuterio ekrane pateikiamos *Microsoft Power Point 2007* paketu paruoštos pateiktys, kuriose buvo demonstruojamos vyrų ($n = 50$) ir moterų ($n = 50$) veidų fotografijos. Vidutinis fotografijose pateiktų asmenų amžius – 30–35 metai. Kiekviena fotografija buvo demonstruojama tris sekundes, po kurių ekrane pasirodydavo užrašas, prašantis įvertinti fotografijoje matyto žmogaus fizinį patrauklumą (rodomas dvi sekundes). Tyrimo metu buvo naudojamos baltaodžių vyrų ir moterų fotografijos. Jos buvo gautos iš laisvai prieinamos Čikagos veidų duomenų bazės (angl. *Chicago faces data base*) (Ma, Correll, & Wittenbrink, 2015). Fotografijos atrinktos ir įkeltos į programą atsitiktine tvarka. Fotografijose vyriški ir moteriški stimulai pateikti baltame fone, vilkintys pilkais drabužiais. Fotografijose vaizduojamų stimulų veido (emocinė) išraiška neutrali. Fotografijos pavyzdys ir parametrai pateikti 1-ame pav.

Tyrimo dalyviai kompiuterio ekrane matomų veidų fotografijas vertino pagal 5 rangų skalę, kur 1 reiškė „visiškai nepatrauklus (-i)“, o 5 – „itin patrauklus (-i)“.

Svarbu pasakyti, kad panašioms tyrimams, kuriuose yra demonstruojama stimulų seka, būdingas eiliškumo efektas,



1 pav. Fotografijų parametrai. a – 33 cm., b – 12 ± 1 cm, 20 – Eil. Nr.

galintis paveikti tyrimo dalyvių atsakymus (Knäuper, Schwarz, Park, & Fritsch, 2007). Žmogus, matydamas pirmąsias fotografijas, jas lygina su savo išivaizduojamu patrauklumo idealu, o vėliau pradeda lyginti fotografijas tarpusavyje. Dėl to, siekiant suvaldyti eiliškumo efekto poveikį duomenims, į analizę nebuvo įtraukti pirmų keturių skirtingų veidų fotografijų įverčiai.

Apskaičiavus kiekvienos nuotraukos įvertinimų vidurkius, buvo atrinktos keturios fotografijos: moters, kuri buvo vertinama kaip fiziškai patraukliausia (toliau – patrauklios moters) ($M = 3,95$; $SD = 0,982$), moters, kuri buvo vertinama kaip fiziškai nepatraukliausia (toliau – nepatrauklios moters) ($M = 1,39$; $SD = 0,617$), vyro, kuris buvo vertinamas kaip fiziškai patraukliausias (toliau – patrauklaus vyro) ($M = 3,82$; $SD = 0,860$), ir vyro, kuris buvo vertinamas kaip fiziškai nepatraukliausias (toliau – nepatrauklaus vyro) ($M = 1,52$; $SD = 0,756$). Atrinktose fotografijose vaizduojamų žmonių amžius panašus (30–35 m.).

II tyrimo etapas (pagrindinis tyrimas). Šiame tyrimo etape buvo atliekamas eksperimentas, kuriuo siekiama išsiaiškinti,

kokią įtaką suvoktas fizinis patrauklumas turi asmens savybių vertinimui ir potencialaus darbuotojo pasirinkimui pakviesti į darbo pokalbį.

Tyrimo dalyviams kompiuterio ekrane buvo pateikiamos *Microsoft Power Point 2007* paketu paruoštos pateiktys, kuriose vaizduojamos keturios abiejų lyčių veidų fotografijos, atrinktos I tyrimo etapo metu. Siekiant suvaldyti eiliškumo efektą (Knäuper et al., 2007), buvo paruošti keturi galimi fotografijų demonstravimo variantai. Kadangi tyrimo dalyvis demonstruojant fotografijas pildė žvalgomojo tyrimo metu paruoštą protokolą, įvertindamas kiekvienoje fotografijoje matomo žmogaus su darbu susijusias asmenybės savybes, fotografijų demonstravimo laikas nebuvo fiksuojamas. Savybėms įvertinti naudota penkių balų skalė: 1 – nepasižymi; 2 – labiau nepasižymi nei pasižymi; 3 – nei pasižymi, nei nepasižymi; 4 – labiau pasižymi nei nepasižymi; 5 – pasižymi. Kadangi instrukcijoje tyrimo dalyvių buvo prašoma įsijausti į personalo atrankos eksperto vaidmenį, tyrimo pabaigoje jie turėjo priimti sprendimą apie vieno iš stimulinėje medžiagoje matytų

žmonių pakvietimą į darbo pokalbį. Vienai tyrimo dalyvių grupei buvo nurodyta, kad fotografijose pavaizduoti asmenys dalyvauja konkurse *vadovaujamoms pareigoms* įmonėje eiti (ši grupė dar vadinama I eksperimentine grupe), kitai grupei nurodyta, kad fotografijose pavaizduoti asmenys dalyvauja konkurse *nevadovaujamoms pareigoms* įmonėje eiti (ši grupė dar vadinama II eksperimentine grupe).

Statistinė analizė. Prieš atliekant duomenų analizę, buvo patikrintas II tyrimo etapo metu surinktų duomenų normalumas taikant Shapiro ir Wilko testą. Rezultatai pateikiami 2-oje lentelėje.

Kaip matyti iš 2-os lentelės, priskiriamų asmenybės savybių duomenys turi normalųjį skirstinį ($p = 0,083$; eksceso ir asimetrijos koeficientai yra tarp $-0,8$ ir $0,8$).

giamesnės su darbu susijusios asmenybės savybės, naudojant Stjudento t kriterijų, buvo palyginta, kaip tyrimo dalyviai vertina patrauklius asmenis (vyrą ir moterį) ir nepatrauklius asmenis (vyrą ir moterį). Rezultatai pateikiami 3-ioje lentelėje.

Kaip matyti iš 3-ios lentelės, patraukliems asmenims priskiriamos kur kas teigiamesnės asmenybės savybės. Skirtumas, remiantis Cohen (1988) nurodoma efekto dydžio koeficientų interpretacija, yra didelis.

Naudojant dvifaktoriškos dispersinės analizės (*Two-way ANOVA*) kriterijų buvo siekiama išsiaiškinti, ar skiriasi keturiose fotografijose pavaizduotiems asmenims priskirti su darbu susijusių asmenybės savybių įverčiai, kai tyrimo dalyviams buvo pasakyta, kad šie asmenys pretenduoja į

2 lentelė. *Duomenų normalumo tikrinimo rezultatai*

	Asimetrijos koef.	Eksceso koef.	<i>df</i>	<i>p</i>
Priskiriamos asmenybės savybės	-0,231	-0,271	340	0,083

3 lentelė. *Patraukliems ir nepatraukliems asmenims priskiriamų asmenybės savybių palyginimas*

Patrauklūs asmenys		Nepatrauklūs asmenys		<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	Efekto dydis
<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
3,74	0,57	2,80	0,69	13,69	338	< 0,001	0,35

Atsižvelgiant į tai tyrime nuspręsta naudoti parametrinius kriterijus (Stjudento t testą, dispersinę analizę (ANOVA), dvifaktoriškos dispersinę analizę (*Two-way ANOVA*)). Proporcijų lygybei įvertinti naudotas chi kvadrato testas.

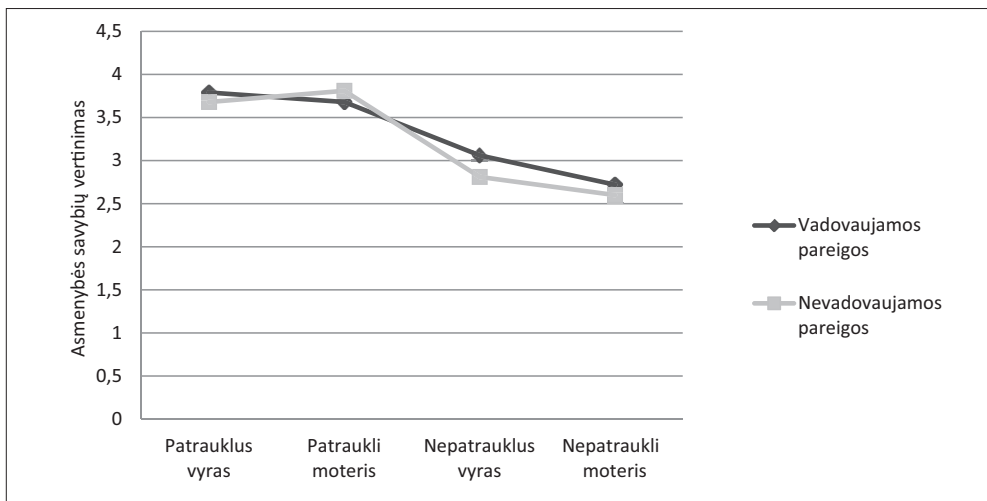
Tyrimo rezultatai

Siekiant patikrinti pirmąją hipotezę, kad patraukliems žmonėms priskiriamos tei-

vadovaujamas pareigas (I eksperimentinė grupė) ir nevadovaujamas pareigas (II eksperimentinė grupė). Tyrimo rezultatai rodo, kad nėra statistiškai reikšmingos sąveikos tarp suvokto fizinio patrauklumo ir lyties priimant į vadovaujamas ir nevadovaujamas pareigas ($F = 1,35$; $df = 3$; $p = 0,256$). Nesvarbu, vyras / moteris kandidatuoja į vadovaujamas ar nevadovaujamas pareigas, tiek patraukliems vyrams, tiek patrauklioms

moterims priskiriamos teigiamesnės savybės nei nepatrauklioms moterims ar nepatraukliams vyrams. Visgi galima pastebėti neryškią tendenciją, kad patrauklioms moterims, kandidatuojančioms į nevadovaujamas pareigas, yra priskiriamos šiek tiek teigiamesnės savybės nei patraukliams vyrams. Su vadovaujamosiomis pareigomis yra priešingai: šiuo atveju patraukliams vyrams priskiriamos šiek tiek teigiamesnės savybės nei patrauklioms moterims (2-as pav.).

ir nepatrauklios moters – nepatraukliam vyrui priskiriamos teigiamesnės su darbu susijusios savybės nei nepatraukliai moteriai. Beje, reikia pasakyti, kad tyrimo dalyviai fotografijose pavaizduotą nepatrauklų vyrą vertino kaip reikšmingai patrauklesnį nei nepatrauklią moterį, tačiau patrauklios moters ir patrauklaus vyro patrauklumas buvo vertinamas panašiai ($F = 279$; $df = 3$; $p < 0,001$). Taip pat nenustatyta statistiškai reikšmingo skirtumo tarp patraukliam vyrui



2 pav. Fotografijose pavaizduotų asmenų patrauklumo, lyties ir nurodomų pareigų, į kurias jie kandidatuoja, sąveikos tendencijos

Lyginant keturiems fotografijose pavaizduotiems asmenims priskiriamas su darbu susijusias asmenybės savybes, nustatytas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp jų ($F = 66,78$; $df = 3$; $p < 0,001$), efektas didelis – 0,37. Taikant Tukey HSD *Post Hoc* kriterijų (dispersijos lygios) gauta, kad tiek patraukliam vyrui, tiek patraukliai moteriai priskiriamos kur kas teigiamesnės savybės nei nepatraukliam vyrui ir nepatraukliai moteriai. Taip pat nustatytas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp nepatrauklaus vyro

ir patraukliai moteriai priskiriamų su darbu susijusių savybių. Išsamesni rezultatai pateikiami 4-oje lentelėje.

Tyrimo dalyvių taip pat buvo prašoma priimti sprendimą apie vieno iš keturių kandidatų pakvietimą į darbo pokalbį. Kai tyrimo dalyviams buvo nurodoma, kad asmenys kandidatuoja į vadovaujamas pareigas, daugiau nei puse atvejų (52 proc.) į darbo pokalbį tyrimo dalyviai rinkosi pakviesti patrauklų vyrą, šiek tiek mažiau atvejų (43 proc.) – patrauklią moterį ir tik

4 lentelė. Keturiems fotografijose pavaizduotiems asmenims priskirtų su darbu susijusių asmenybės savybių vidurkių palyginimas

Fotografija	p. vyras		p. moteris		n. vyras		n. moteris	
	M(SD)	p	M(SD)	p	M(SD)	p	M(SD)	p
p. vyras	—		3,74 (0,56)	1,000	3,74 (0,56)	< 0,001	3,74 (0,56)	< 0,001
p. moteris	3,74 (0,58)	1,000	—		3,74 (0,58)	< 0,001	3,74 (0,58)	< 0,001
n. vyras	2,93 (0,67)	< 0,001	2,93 (0,67)	< 0,001	—		2,93 (0,67)	0,024
n. moteris	2,66 (0,68)	< 0,001	2,66 (0,68)	< 0,001	2,66 (0,68)	0,024	—	

5 proc. atvejų – nepatrauklų vyrą. Nepatrauklios moters pakviesti į darbo pokalbį nepasirinko nė vienas tyrimo dalyvis.

Kai tyrimo dalyviams buvo nurodoma, kad fotografijose pavaizduoti asmenys kandidatuoja į nevadovaujamas pareigas, daugiau nei puse atvejų (61 proc.) į darbo pokalbį tyrimo dalyviai rinkosi pakviesti patrauklią moterį, beveik du kartus mažiau atvejų (37 proc.) – patrauklų vyrą ir tik 2 proc. atvejų – nepatrauklų vyrą. Nepatrauklios moters pakviesti į darbo pokalbį kaip ir I eksperimentinėje grupėje nepasirinko nė vienas tyrimo dalyvis.

Siekiant patikrinti, ar patrauklaus vyro ir patrauklios moters pakvietimo į pokalbį sprendimų skirtingose eksperimentinėse grupėse proporcijos yra lygios, naudotas chi kvadrato kriterijus. Nepatrauklių vyro ir moters proporcijų palyginimas nebuvo atliktas, nes juos kviešti į darbo pokalbį

pasirinko mažiau nei po penkis tyrimo dalyvius (Field, 2009). Rezultatai pateikti 5-oje lentelėje.

Remiantis šiais rezultatais galima teigti, kad nėra statistiškai reikšmingo proporcijų skirtumo kviečiant patrauklų vyrą arba patrauklią moterį į darbo pokalbį dvejose eksperimentinėse grupėse. Tyrimo dalyviai panašiai dažnai rinkosi tiek patrauklų vyrą, tiek moterį pakviesti į darbo pokalbį, nesvarbu, ar kandidatuojama į vadovaujamas, ar į nevadovaujamas pareigas.

Apibendrinant – iš rezultatų akivaizdžiai matyti, kad, neturint išsamių žinių apie kandidatus į darbą, jų patrauklumo suvokimas tampa svarbiu veiksmu. Kaip tinkamesni tiek vadovaujamos, tiek nevadovaujamos pareigoms suvokiami fiziškai patrauklūs asmenys. Kai reikia pasirinkti, būtent jiems teikiama pirmenybė kviečiant į darbo pokalbį. Visgi nenustatyta

5 lentelė. Sprendimas pakviesti į darbo pokalbį fotografijose pavaizduotą asmenį skirtingose eksperimentinėse grupėse

	Sprendimo pakviesti į darbo pokalbį dažnis		χ^2	df	p
	Vadovaujamos pareigos	Nevadovaujamos pareigos			
Patrauklus vyras	21	15	2,477	1	0,116
Patraukli moteris	17	25			

lyties ir pareigų sąveika. Patrauklūs vyrai būtų kviečiami į darbo pokalbį taip pat dažnai kaip ir moterys, nesvarbu, ar jie kandiduoja į vadovaujamas, ar nevadomas pareigas. Nepatrauklūs asmenys suvokiami kaip mažiau pasižymintys teigiamomis su darbu susijusiomis savybėmis. Kai tyrimo dalyviams reikia rinktis, jie fiziškai nepatrauklių asmenų į darbo pokalbį nėra linkę kvieštis.

Rezultatų aptarimas

Įvade apžvelgtas didelis skaičius tyrimų įrodo, kad fizinis patrauklumas turi naudos tiek vyrams, tiek moterims (Warren et al., 1978; Zebrowitz et al., 2002; Qiust et al., 2012; Zebrowitz & Franklin, 2014; Wolbring & Riordan, 2016). Kita vertus, vis dar gajus įsitikinimas, kad labai patraukli moteris negali būti labai protinga ar gabi (Kanazawa & Kovar, 2004; Haines et al., 2016), todėl netinkama tiems socialiniams vaidmenims, kurie tradiciškai laikomi vyriškais, pavyzdžiui, eiti vadovo pareigas. Taigi susidaro paradoksali situacija: moteriai fizinis patrauklumas gali būti naudingas, tačiau tik tam tikrose srityse. Vyriui fizinis patrauklumas, nors ir ne toks reikšmingas kaip moteriai, turėtų būti naudingas tiek siekiant vadovaujamo, tiek nevadovaujamo pareigų. Mūsų tyrimo duomenys iš dalies patvirtino šias prielaidas.

Pirma, nustatyta, kad fiziškai patraukliems asmenims priskiriamos teigiamesnės su darbu susijusios asmenybės savybės nei nepatraukliems. Vadinas, žmonės yra linkę manyti, kad patrauklūs individai yra tinkamesni darbuotojai, nors sprendimui priimti pakankamos papildomos informacijos apie jų gebėjimus neturi (Watkins & Johnson, 2000; Johnson et al., 2010).

Šie tyrimo rezultatai patvirtina įsitikinimą, kad „grožis yra gėris“. Taigi galima manyti, kad įmonėse, kuriose vykdomas pirmasis personalo atrankos etapas – analizuojamas žmogaus gyvenimo aprašymas ir remiantis juo potencialūs darbuotojai kviečiami į darbo pokalbį, galima susidurti su netinkamo darbuotojo įdarbinimo arba tinkamo darbuotojo atmetimo tikimybe, nes vertinimui įtakos turi suvoktas fizinis patrauklumas. Nepatrauklūs potencialūs darbuotojai susiduria su sunkumais ir, kaip teigia Watkins ir Johnston (2000), siekiant suvaldyti suvokto fizinio patrauklumo efektą, fiziškai nepatrauklus potencialus darbuotojas turėtų turėti itin geros kokybės gyvenimo aprašymą. Tačiau, jeigu fiziškai patrauklaus potencialaus darbuotojo gyvenimo aprašymo kokybė taip pat yra labai gera, tikėtina, kad jis įgis pranašumą prieš nepatrauklų potencialų darbuotoją.

Antra, gauta, kad patrauklus vyras yra suvokiamas kaip geresnis kandidatas tiek vadovaujamos, tiek nevadovaujamos pareigoms eiti, palyginti su fiziškai nepatraukliu kandidatu. Tai patvirtina Heilman ir Saruwatari (1979) išvadą, kad vyrams suvoktas fizinis patrauklumas įdarbinimo procese yra aiškus pranašumas. Tokie rezultatai taip pat leidžia manyti, kad vyrų fizinis patrauklumas asocijuojamas ne tik su teigiamomis su darbu susijusiomis asmenų savybėmis, bet ir su gebėjimu turėti aukštesnį socialinį statusą.

Trečia, kitaip nei buvo tikimasi, šiame tyrime nenustatyta, kad fizinis patrauklumas yra „bausmė“ fiziškai patrauklioms moterims, pretenduojančioms į vadovaujamas pareigas. Priešingai nei nurodoma kitų autorių darbuose (Heilman & Saruwatari, 1979; Ruffle & Shtudiner, 2014; Braun et

al., 2012), fiziškai patraukliai moteriai buvo priskiriamos teigiamesnės su darbu susijusios savybės, nesvarbu, ar į vadovaujamas, ar nevadovaujamas pareigas ji pretendavo, palyginti su fiziškai nepatrauklia moterimi. Šiuos rezultatus galima interpretuoti keliais aspektais. Viena vertus, tai gali rodyti įsitikinimo pokytį Vakarų kultūroje. Pastaruoju metu reikšmingiausias vadovų postus Lietuvoje užėmė (-a) moterys (LR Prezidentė, LR Seimo pirmininkė, finansų ministrė ir pan.), be to, moterų, einančių vadovaujamas pareigas, procentas didėja visoje Vakarų Europoje. Palyginti su kitomis šalimis, Lietuva šiuo aspektu net lenkia Europos Sąjungos šalių vidurkį (European Commission, 2013), todėl gali būti, kad Lietuvoje vadovaujamos pareigos nėra laikomos išskirtinai vyriškomis. Kita vertus, galima remtis Tews, Stafford ir Zhu (2009) požiūriu, kad suvoktas fizinis patrauklumas turi didelę reikšmę vadovaujamos pareigoms ir vienos, ir kitos lyties asmenims. Minėtos pareigos dažnai siejamos su intensyviu bendravimu su žmonėmis už organizacijos ribų, kur svarbu reprezentuoti organizaciją. Taigi tiek patrauklus vyras, tiek patraukli moteris yra suvokiami kaip teigiamai reprezentuojantys savo organizaciją, todėl tinkami vadovaujamos pareigoms. „Grožis yra blogis“ įsitikinimas apie moteris šiame tyrime galėjo būti nenustatytas dar ir todėl, kad jame vertinti tiesioginiai įsitikinimai. Tyrimo dalyviai galėjo racionaliai apsvarstyti, kad paprastai vadovai būna tiek vyrai, tiek moterys, ir pateikti socialiai pageidaujama atsakymą. Galbūt matuojant netiesioginius įsitikinimus (pvz., skaičiuojant laiką, per kurį būtų susiejamos fotografijos su žodžiais „vadovas“) būtų gaunami tikslesni rezultatai (Murphy et al., 2014).

Kai tyrimo dalyviai turėdavo išsirinkti vieną asmenį iš keturių pavaizduotų fotografijose, kuri kviestų į darbo pokalbį, buvo pastebėta tendencija vadovaujamos pareigoms rinktis patrauklų vyrą, o nevadovaujamos – patrauklią moterį. Vis dėlto statistiškai reikšmingai proporcijos nesiskyrė. Fiziškai nepatrauklių asmenų tyrimo dalyviai nebuvo linkę kviešti į darbo pokalbį, nesvarbu, ar jie pretendavo į vadovaujamas, ar nevadovaujamas pareigas. Galima daryti išvadą, kad suvoktas fizinis patrauklumas potencialiems darbuotojams yra reikšmingesnis įsidarbinimo veiksnys nei lytis.

Apibendrinant – reikia pripažinti, kad, deja, bet šis tyrimas dar kartą patvirtino, jog apie knygą dažnai sprendžiama iš viršelio, todėl, pretenduojant į pareigas, kur fizinis patrauklumas nėra vienas iš atrankos kriterijų, darbdaviams reikėtų gerai apsvarstyti, ar verta kandidatų prašyti pridėti prie savo gyvenimo aprašymų fotografijas. Vien gyvenimo aprašymo analizė (be kandidato fizinio patrauklumo vertinimo) galėtų padėti susidaryti tikslesnį įspūdį apie jo (-s) tinkamumą pareigoms ir padėtų kontroliuoti įdarbinimo procese atsirandančią fiziškai nepatrauklių žmonių diskriminaciją.

Išvados

1. Patraukliems žmonėms priskiriamos teigiamesnės asmenybės savybės nei nepatraukliems. Tyrimas patvirtino įsitikinimą, kad „grožis yra gėris“.
2. Nerasta sąveikos tarp suvokto fizinio patrauklumo ir lyties priimant į vadovaujamas / nevadovaujamas pareigas.
 - 2.1. Patraukliems vyrams ir moterims, pretenduojantiems tiek į nevadovau-

jamais, tiek į vadovaujamas pareigas, yra priskiriamos teigiamesnės su darbu susijusios asmenybės savybės nei nepatraukliams vyrams ir moterims. Šie rezultatai patvirtina įsitikinimą, kad „grožis yra gėris“.

2.2. Nepatrauklioms moterims, pretenduojančioms į vadovaujamas pareigas, yra priskiriamos neigiamesnės

su darbu susijusios asmenybės savybės nei patrauklioms moterims. Šie rezultatai paneigia įsitikinimą, kad „grožis yra blogis“.

3. Sprendimas kviešti į darbo pokalbį priklauso nuo potencialaus kandidato fizinio patrauklumo įvertinimo. Į darbo pokalbį dažniau kviečiami fiziškai patrauklūs asmenys.

LITERATŪRA

Andreoni, J., & Petrie, R. (2008). Beauty, gender and stereotypes: Evidence from laboratory experiments. *Journal of Economic Psychology*, 29 (1), 73–93. doi: 10.1016/j.joep.2007.07.008.

Baron, R., Markman, G., & Bollinger, M. (2006). Exporting social psychology: Effects of attractiveness on perceptions of entrepreneurs, their ideas for new products, and their financial success. *Journal of Applied Social Psychology*, 36 (2), 467–492. doi: 10.1111/j.0021-9029.2006.00015.x.

Brand, R. J., Bonatsos, A., D’Orazio, R., & De-Shong, H. (2012) What is beautiful is good, even online: Correlations between photo attractiveness and text attractiveness in men’s online dating profiles. *Computers in Human Behavior*, 28 (1), 166–170. doi: 10.1016/j.chb.2011.08.023.

Braun, S., Peus, C., & Frey, D. (2012). Is beauty beastly? Gender-Specific effects of leader attractiveness and leadership style on followers’ trust and loyalty. *Zeitschrift für Psychologie*, 220, (2), 98–108. doi: 10.1027/2151-2604/a000101.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

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

European Commission (2013). *Women and Men in Leadership Position in the European Union*. Belgium: European Commission.

Field, A. (2009). *Discovering Statistics using SPSS*, 3rd ed. London: Sage Publications Ltd.

Haines, E. L., Deaux, K., & Lofaro, N. (2016). The times they are changing... or are they not? A comparison of gender stereotypes, 1983–2014.

Psychology of Women Quarterly, 9, 1–11. doi: 10.1177/0361684316634081.

Heilman, M. E., & Saruwatari, L. R. (1979). When beauty is beastly: The effects of appearance and sex on evaluations of job applicants for managerial and nonmanagerial jobs. *Organizational Behavior and Human Performance* 23, 360–372. doi: 10.1016/0030-5073(79)90003-5.

Johnson, S. K., Podratz, K. E., Dipboye, R. L., & Gibbons, E. (2010). Physical attractiveness biases in ratings of employment suitability: Tracking down the “Beauty is Beastly” effect. *The Journal of Social Psychology*, 150 (3), 301–318. doi: 10.1080/00224540903365414.

Kanazawa, S., & Kovar, J. L. (2004). Why beautiful people are more intelligent. *Intelligence*, 32, 227–243. doi:10.1016/j.intell.2004.03.003.

Knäuper, B., Schwarz, N., Park, D., & Fritsch, A. (2007). The perils of interpreting age differences in attitude reports: Question order effects decrease with age. *Journal of Official Statistics*, 23 (4), 515–528.

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.

Lemay, E. P., & Wolf, N. R. (2016). Projection of romantic and sexual desire in opposite-sex friendships: How wishful thinking creates a self-fulfilling prophecy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42 (7), 864–878. doi: 10.1177/0146167216646077.

Little, A. C., Jones, B. C., & DeBruine, L. M. (2011). Facial attractiveness: Evolutionary based research. *The Royal Society*, 366, 1638–1659. doi: 10.1098.

Loureiro, P. R. A., Sachsidá, A., & Mendonça, M. J. C. (2011). Links between physical appear-

ance and wage discrimination: Further evidence. *International Review of Social Sciences and Humanities*, 2 (1), 249–260.

Ma, D. S., Correll, J., & Wittenbrink, B. (2015). The Chicago Face Database: A free stimulus set of faces and norming data. *Behavior Research Methods*, 47, 1122–1135. doi: 10.3758/s13428-014-0532-5.

Murphy, C., MacCarthaigh, S., & Barnes-Holmes, D. (2014). Implicit relational assessment procedure and attractiveness bias: Directionality of bias and influence of gender of participants. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 14 (3), 333–351.

Palotai, R., Cserto, I., & Bereczkei, T. (2016). Beauty stereotypes in social norm enforcement: The effect of attractiveness on third-party punishment and reward. *Personality & Individual Differences*, 88, 230–235. doi: 10.1016/j.paid.2015.09.025.

Patzet, G. L. (1985). *The physical attractiveness phenomena*. NY: Plenum Publishing Corporation.

Przygodzki-Lionet, N., Olivier, J., & Desrumaux, P. (2010). The effect of facial attractiveness, sex, internality of applicants on hiring decisions for managerial and non-managerial jobs. *Studia Psychologica*, 52 (1), 57–53.

Quist, M. C., DeBruine, L. M., Little, A. C., & Jones, B. C. (2012). Integrating social knowledge and physical cues when judging the attractiveness of potential mates. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48, 770–773. doi: 10.1016/j.jesp.2011.12.018.

Rohner, J. C., & Rasmussen, A. (2012). Recognition bias and the physical attractiveness stereotype. *Scandinavian Journal of Psychology*, 53, 239–246. doi: 10.1111/j.1467-9450.2012.00939.x.

Ruffle, B. J., & Shtudiner, Z. (2014). Are good-looking people more employable? *Management Science*, 61 (8), 1760–1776. doi: 10.1287/mnsc.2014.1927.

Tews, M. J., Stafford, K., & Zhu, J. (2009). Beauty revisited: The impact of attractiveness, ability, and personality in the assessment of employment suitability. *International Journal of Selection & Assessment*, 17 (1), 92–100. doi:10.1111/j.1468-2389.2009.00454.x.

Warren, J., Hansson, R. O., & Anita, P. (1978). Physical attractiveness and judgments of psychopathology. *Journal of Social Psychology*, 105 (1), 79–85. doi: 10.1080/00224545.1978.9924093.

Watkins, L. M., & Johnston, L. (2000). Screening job applicants: The impact of physical attractiveness and application quality. *International Journal of Selection and Assessment*, 8 (2), 76–84. doi: 10.1111/1468-2389.00135.

Wilson, M. S. (2004). *Effective Developmental Leadership: A Study of the Traits and Behaviors of a Leader Who Develops Both People and the Organization* (Unpublished doctoral dissertation). Louisiana State University.

Wolbring, T., & Riordan, P. (2016). How beauty works. Theoretical mechanisms and two empirical applications on students' evaluation of teaching. *Social Science Research*, 57, 253–272. doi: 10.1016/j.ssresearch.2015.12.009.

Zarbatany, L., & Marshall, K. G. (2015). Are first impressions of unknown children and early Adolescents affected by the facial attractiveness of their best friend? *Merrill – Palmer Quarterly*, 61 (4), 468–485. doi: 10.13110/merrpalmquar1982.61.4.0468.

Zebrowitz, L. A., & Franklin, R. G. (2014). The attractiveness Halo Effect and the babyface stereotype in older and younger adults: Similarities, own-age accentuation, and older adult positivity effects. *Experimental Aging Research*, 40 (3), 375–393. doi: 10.108.

Zebrowitz, L. A., Hall, J. A., Murphy, N. A., & Rhodes, G. (2002). Looking smart and looking good: Facial cues to intelligence and their origins. *Society for Personality and Social Psychology*, 28 (2), 238–249. doi: 10.1177/0146167202282009.

IS ALWAYS „BEAUTIFUL IS GOOD“: THE INFLUENCE OF APPLICANTS' PERCEIVED PHYSICAL ATTRACTIVENESS ON DECISION TO INVITE THEM TO A JOB INTERVIEW

Deimantė Petrauskaitė, Vita Mikuličiūtė

S u m m a r y

A great number of scientific studies have proven that better personal characteristics are attributed to attractive people rather than less attractive ones. However, a negative effect of perceived physical attractiveness of woman in a managerial position has been noticed. This paradoxical situation usually is explained by the

belief stating that an attractive woman does not have certain relevant competencies for a high-level working position. Nevertheless, the findings of recent years' studies reveal an increase in the number of women in leading positions. It may affect the power of the belief. Therefore, the aim of this study is to evaluate

the significance of perceived physical attractiveness and sex on attributing personal characteristics related to work and decision in inviting a potential employee, in applying to managerial and non-managerial positions and to a job interview. The research was based on several parts. The first part was dedicated to selecting four photographs that should be used in the second part of the research. 90 participants took part in this research (mean age 36.06). Participants had to evaluate the attractiveness of men and women in the photographs. Two photographs of men (most attractive, most unattractive) and two photographs of women (most attractive, most unattractive) were selected. The second part of the research was based on an experiment. 85 participants took part in this research (mean age 36.4). Participants were asked to

evaluate personal characteristics related to work of four people shown in the photographs and to decide which of these people they would invite to the job interview. One group of participants was told that the person in the photograph is applying for a managerial position, another group stated that he/she is applying for a non-managerial position. The results revealed that the more attractive person is, the more positive personality traits are assigned to him/her regardless of gender or position that he/she were applying for. This research has proved the “beauty is good” belief. The hypothesis that attractive women are evaluated more negatively than unattractive ones when they apply for a managerial position was not confirmed. Also, attractive people are more likely to be invited to a job interview than unattractive ones.

Iteikta 2016 10 23