

DAGMARA GAWRON  
Uniwersytet Zielonogórski

## **PERSPEKTYWA OCENIANIA A SPOSTRZEGANA ATRAKCYJNOŚĆ TWARZY UPIĘKSZANYCH CYFROWO: RÓŻNICE MIĘDZYPLCIOWE**

Problem badawczy poruszony w artykule dotyczy różnic w postrzeganiu atrakcyjności twarzy upiększanych cyfrowo zależnych od perspektywy oceniania (aktor vs. obserwator) i płci osoby oceniającej zarówno w warunku świadomości użycia upiększającego retuszu zdjęć, jak i jego braku. Należy bowiem zauważyć, że współczesne społeczeństwo zachodnie nieuchronnie akcentuje wygórowane standardy urody, które zostają zinternalizowane przez większość ludzi i tym samym prowadzą do krytycznej oceny urody własnej oraz innych osób (Brytek-Matera, 2008). Atrakcyjność stanowi szczególnie istotną wartość wśród kobiet, które w większym stopniu koncentrują się na własnym wyglądzie niż mężczyźni (Johnston i in., 2010; Wiśniewska, 2014). Przyczyn tego zjawiska można doszukiwać się nie tylko w silnych preferencjach mężczyzn do poszukiwania urodziwych partnerek (Buss, 1989), ale też w silnym pragnieniu kobiet do sprostania wygórowanym i nierealistycznym standardom urody.

Do obiektywnych determinantów atrakcyjności twarzy niewątpliwie należy spostrzegany młody jej wygląd, co w szczególności stanowi kryterium oceny urody kobiet dokonywanej przez mężczyzn (Jackson, 1992). Tak zarysowaną skłonność mężczyzn można tłumaczyć dużymi możliwościami reprodukcyjnymi kobiet o biologicznie młodym wieku (Buss, 2001). Badania Wakako Sanefuji i współpracowników (Sanefuji, Ohgami, Hashiya, 2007) wykazały, że im młodsze jest dziecko, tym bardziej podoba się zarówno dorosłym, jak i dzieciom. Typowo dziecięce rysy twarzy wiążą się z następującymi jej atrybutami: wysokie czoło, duże okrągłe oczy, niebieska twardówka, wysoko zarysowane brwi, pełne i czerwone wargi, krótki, szeroki i wklęsły nos, pulchne

policzki, krótkie uszy, jasna i miękka skóra (Etcoff, 2002). Tym samym osoby dorosłe posiadające wyżej wskazane cechy fizjonomii są uważane za bardziej atrakcyjne od innych. Przy czym zjawisko to w większym stopniu dotyczy kobiet niż mężczyzn. Jak dowodzi Linda Jackson (1992), ludzie oceniający atrakcyjność twarzy na podstawie serii fotografii preferują wizerunki młodo wyglądających kobiet. Wraz ze wzrostem biologicznego wieku kobiety spada jej spostrzegana atrakcyjność. Wyniki innych badań potwierdzają z kolei, że efekt ten jest znacznie słabszy, gdy ocenie poddaje się atrakcyjność męskich twarzy (Henss, 1991). Za najbardziej atrakcyjne w tym wypadku wizerunki są uznawane takie twarze, które posiadają cechy typowe dla wieku średniego (Jones, 1995). Należy przy tym zaznaczyć, że wpływ wieku osoby ocenianej na spostrzeganie atrakcyjności twarzy zależy również od płci i wieku oceniającego (Henss, 1991). Efekt staje się silniejszy, gdy oceniana jest twarz osoby płci przeciwnej oraz gdy oceny atrakcyjności dokonują osoby młode. Co więcej, kiedy badani oceniali własną twarz, przypisywali wiekowi mniejsze znaczenie. Wynika z tego, że kryterium wieku stanowi ważny element oceny atrakcyjności podczas oceniania twarzy innych osób płci przeciwnej.

Konsekwencją istnienia takich preferencji wśród mężczyzn staje się pragnienie kobiet do utrzymania jak najdłużej wyglądu wskazującego na młody wiek, nierzadko poprzez stosowanie rozmaitych zabiegów kosmetycznych i chirurgicznych (Crandall, Infield, Sarwer, 2007). Kobiety bowiem w dużo większym stopniu niż mężczyźni korzystają z dostępnych technik modyfikacji wyglądu. Amerykańskie Towarzystwo Chirurgii Estetycznej podaje, że spośród dziesięciu milionów osób, które poddały się procedurom upiększającym na terenie Stanów Zjednoczonych w 2012 roku, jedynie 10% stanowili mężczyźni (ASPS, 2012). Niezwykły postęp w dziedzinie medycyny estetycznej i chirurgii plastycznej przyczynił się do bardzo dużych możliwości wprowadzania intencjonalnych zmian we własnym wyglądzie. Dlatego szczególnie ważna w postrzeganiu atrakcyjności kobiet przez mężczyzn może być świadomość tego, czy i jakie zmiany w ich wyglądzie zostały wprowadzone, gdyż ze względów reprodukcyjnych mężczyźni dążą do odnalezienia partnerek naturalnie pięknych (Buss, 2001).

Wcześniejsze wyniki badań (Gawron, 2017) dowodzą, że ludzie są bardziej krytyczni w ocenach atrakcyjności autentycznych twarzy innych niż w ocenach siebie, co można tłumaczyć, odwołując się do efektu czystej ekspozycji (Zajonc, 1968). Robert Zajonc zauważa bowiem, że wielokrotny kontakt z tym samym obiektem powoduje subiektywny wzrost jego atrakcyjności. Zgodnie z tym poglądem, ludzie w wyniku częstych kontaktów ze swoją twarzą – na przykład często widzimy swoje oblicze na zdjęciach lub w lustrze – mogą korzystniej ją oceniać w porównaniu z twarzami osób, których wcześniej nie widzieli. Inne wyjaśnienie tego zjawiska prowadzi do aktywizacji innych standardów urody w zależności od perspektywy oceniania – oceniając siebie, ludzie dokonują porównań osobistych, natomiast oceniając innych, odwołują się do bardziej

wygórowanych standardów społecznych (Carver, Scheier, 1981). Nie trudno spostrzec, że porównanie drugiego typu jest bardziej niekorzystne dla podmiotu, gdyż wyśrubowane standardy urody kreowane przez środki masowego przekazu nie są adekwatne do rzeczywistości (Głębocka, 2009). Nie tylko większość prezentowanych w polskich czasopismach, np. *Playboy*, *Twój Styl*, sylwetek kobiet i mężczyzn można uznać za wyjątkowo atrakcyjne (Głębocka, Hełka, 2009), ale też są one poddawane wielokrotnym modyfikacjom. Przykładem takich zabiegów wykorzystywanych przez media może być kultowa komedia romantyczna *Pretty Women* – na billboardzie promującym film mogliśmy oglądać długie nogi i kształtne pośladki nikomu nieznannej Shelley Michelle, która stała się dublerką pięknej Julii Roberts.

Powyższe przesłanki prowadzą do założenia, że osoby badane będą bardziej krytyczne w ocenach atrakcyjności innych niż w ocenach siebie, a więc będą preferować silniej upiękzone zdjęcia cudzych twarzy niż własnych, ponieważ w zależności od perspektywy (aktor vs. obserwator) zostaną zaktywizowane inne standardy oceny urody (osobiste vs. społeczne). Konsekwencją preferencji wśród mężczyzn do pozyskiwania partnerek młodo wyglądających staje się natomiast pragnienie kobiet do utrzymania jak najdłużej wyglądu wskazującego na młody wiek, nierzadko poprzez stosowanie rozmaitych zabiegów kosmetycznych i chirurgicznych (Crerand, Infield, Sarwer, 2007). Kobiety bowiem w dużo większym stopniu niż mężczyźni korzystają z dostępnych technik modyfikacji wyglądu. Dlatego szczególnie ważna w postrzeganiu atrakcyjności kobiet przez mężczyzn może być świadomość tego, czy i jakie zmiany w ich wyglądzie zostały wprowadzone, gdyż ze względów reprodukcyjnych mężczyźni dążą do odnalezienia partnerek pięknych naturalnie (Buss, 2001).

Przedstawiony przegląd badań prowadzi do następujących hipotez badawczych:

- H1. Badani będą preferować silniej upiękzone zdjęcia cudzych twarzy niż własnych.
- H2. Badani oceniający z perspektywy obserwatora będą preferować silniej zmodyfikowane zdjęcia kobiet niż mężczyzn.
- H3. Świadomość wprowadzonych upięknień będzie wpływać w większym stopniu na oceny formułowane przez mężczyzn niż przez kobiety.

## METODA

**Osoby badane.** W badaniu uczestniczyło 168 osób (85 kobiet i 83 mężczyzn) w wieku od 28 do 47 lat ( $M = 35,9$ ;  $SD = 5,3$ ). Byli to ochotnicy pracujący w różnych zakładach pracy na terenie województwa dolnośląskiego. Osobami badanymi nie byli studenci. Badani oceniający własne twarze (perspektywa aktora;  $N = 108$ ) przed udziałem w badaniu podpisali pisemną zgodę (rys. 1) na udział w badaniu o takim charakterze.

<p>ZGODA NA UDZIAŁ W BADANIU</p> <p>Niniejszym wyrażam zgodę na udział w badaniu dla celów naukowych z zakresu psychologii. Zgadzam się na wykonanie zdjęć fotograficznych mojej twarzy. Przyjmuję do wiadomości zapewnienie, że moje zdjęcie nie będzie nigdzie publikowane, a materiały fotograficzne i dane z wypełnionego arkusza zostaną użyte wyłącznie do celów naukowych.</p>
Data i podpis
Adres e-mail
Numer telefonu (opcjonalnie)

Rysunek 1. Zgoda na udział w badaniu, którego procedura zakładała fotografowanie twarzy osób badanych

**Procedura badania.** Badanie obejmowało dwie fazy. W pierwszej części badania zapraszano aktorów (osoby badane należące do grupy oceniającej własne twarze;  $N = 108$ ), pracujących w pobliskich zakładach usługowo-handlowych (geodezja, kancelaria notarialna, Provident, kredyty, banki, sklepy spożywcze itd.), do przygotowanego wcześniej biura, gdzie eksperymentator, po uzyskaniu zgody na udział w badaniu, indywidualnie wykonywał fotografie twarzy aparatem cyfrowym (Canon EOS 600D) przy użyciu klasycznego portretowego obiektywu (18-135 mm IS). Podczas wykonywania fotografii w pomieszczeniu znajdowali się wyłącznie badani i eksperymentator. Twarze fotografowano, gdy badani byli w pozie stojącej, przy odpowiednim naświetleniu (miejsce w pomieszczeniu zostało wybrane przez eksperymentatora). Ściany biura miały jasny kolor i nie znajdowały się na nich żadne bodźce rozpraszające, czyli obrazy, zdjęcia itd. Ubiór, fryzury, makijaże oraz biżuteria były naturalne dla badanych i nie zostały wcześniej specjalnie przygotowane, ponieważ respondenci nie wiedzieli, że będą brać udział w doświadczeniu o takim charakterze. Retusz uzyskanych zdjęć został wykonany przez grafika komputerowego w programie Adobe Photoshop CS6 i trwał około trzech tygodni. W tabeli 1 przedstawiono rodzaje modyfikacji, jakie zostały wprowadzone w zdjęciach.

Tabela 1. Rodzaje zdjęć, spośród których osoby badane wybierały najbardziej atrakcyjną wersję – im wyższy numer zdjęcia, tym bardziej upiękkszzone zdjęcie

Rodzaje modyfikacji zdjęć
<b>Zdjęcie 1</b> – zdjęcie rzeczywiste (brak modyfikacji)
<b>Zdjęcie 2</b> – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami
<b>Zdjęcie 3</b> – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy

<b>Zdjęcie 4</b> – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu
<b>Zdjęcie 5</b> – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi
<b>Zdjęcie 6</b> – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa
<b>Zdjęcie 7</b> – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych
<b>Zdjęcie 8</b> – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych, korekta podbródka oraz wygładzenie zmarszczek szyi
<b>Zdjęcie 9</b> – wygładzenie zmarszczek czoła i zmarszczek między brwiami, wyrównanie kolorytu skóry twarzy, korekta zmarszczek wokół oczu, modyfikacja wysokości i kształtu brwi, korekta nosa, wypełnienie policzków i bruzd nosowo-wargowych, korekta podbródka oraz wygładzenie zmarszczek szyi, modelowanie ust

W drugiej fazie badania zdjęcia twarzy, uzyskane w pierwszej fazie, zostały wyświetlone zarówno osobom przedstawionym na zdjęciach (perspektywa aktora), jak również osobom postronnym (perspektywa obserwatora). Odnotowano niewielki procent utraty badanych z pierwszej fazy badania ( $N = 8$ ), co prawdopodobnie było spowodowane ich ciekawością i chęcią obejrzenia własnych zdjęć twarzy. Pomiarzy zmiennej zależnej, jaką stanowił wybór najbardziej atrakcyjnego zdjęcia, zostały przeprowadzone on-line we wszystkich grupach badanych (eksperymentator notował adresy e-mail badanych z grupy aktorów przed fotografowaniem twarzy; rys. 1). Respondenci indywidualnie wybierali najbardziej korzystne zdjęcie twarzy cudzej lub własnej spośród zdjęć poddanych wcześniej upiększającemu retuszowi w Photoshopie. Badanie trwało średnio od 5 do 10 minut w zależności od tego, z której grupy badanej pochodzili badani. Badani z grup oceniających z perspektywy obserwatorów wypełniali arkusze dłużej niż pozostali, ponieważ ich opinia dotyczyła czterech zdjęć: dwóch mężczyzn i dwóch kobiet. Taka procedura została zastosowana, ponieważ w badaniu kontrolowano zarówno płeć osoby przedstawionej na zdjęciu, jak i płeć osoby oceniającej. Każda seria tych zdjęć została przedstawiona dwa razy: kobiecie i mężczyźnie. Dlatego liczba obserwacji w tej grupie jest czterokrotnie większa niż liczba badanych ( $N = 60$ ;  $n = 233$ ).

Aktorzy i obserwatorzy zostali losowo przydzieleni do dwóch grup porównawczych. Połowa osób badanych nie miała świadomości wprowadzonych zmian w wyglądzie twarzy. Badani otrzymali komunikaty maskujące użycie upiększającego retuszu zdjęć

(warunki 1 i 3). Pozostali badani mieli z kolei świadomość wprowadzonych zmian w wyglądzie twarzy. W zależności od perspektywy oceniania otrzymali oni komunikat informujący, że zdjęcia zostały poddane upiększającemu retuszowi (warunki 2 i 4). Poniżej znajdują się instrukcje podane respondentom w zależności od warunku badania.

- (1) **Warunek 1 – perspektywa aktora:** *Poniżej znajduje się 9 zdjęć Twojej twarzy (różne ujęcia), wybierz to, na którym według Ciebie wyglądasz najlepiej.*
- (2) **Warunek 2 – perspektywa aktora:** *Poniżej znajduje się 9 wersji zdjęcia Twojej twarzy, wybierz to, na którym według Ciebie wyglądasz najlepiej. Seria zdjęć została wcześniej poddana modyfikacjom w Photoshopie w taki sposób, aby Cię upiększyć. Im wyższy numer zdjęcia, tym zdjęcie bardziej zmodyfikowane. Zdjęcie 1 jest zdjęciem autentycznym.*
- (3) **Warunek 3 – perspektywa obserwatora:** *Poniżej znajduje się 9 zdjęć twarzy (różne ujęcia) tej samej osoby, wybierz to, na którym według Ciebie ta osoba wygląda najlepiej.*
- (4) **Warunek 4 – perspektywa obserwatora:** *Poniżej znajduje się 9 wersji zdjęcia twarzy tej samej osoby, wybierz to, na którym według Ciebie ta osoba wygląda najlepiej. Seria zdjęć została wcześniej poddana modyfikacjom w Photoshopie w taki sposób, aby upiększyć tę osobę. Im wyższy numer zdjęcia, tym zdjęcie bardziej zmodyfikowane. Zdjęcie 1 jest zdjęciem autentycznym.*

Jako wskaźnik preferencji badanych zastosowano numer wybranego zdjęcia (od 1 do 9). Im wyższy numer zdjęcia, tym bardziej upiękkszzone zdjęcie.

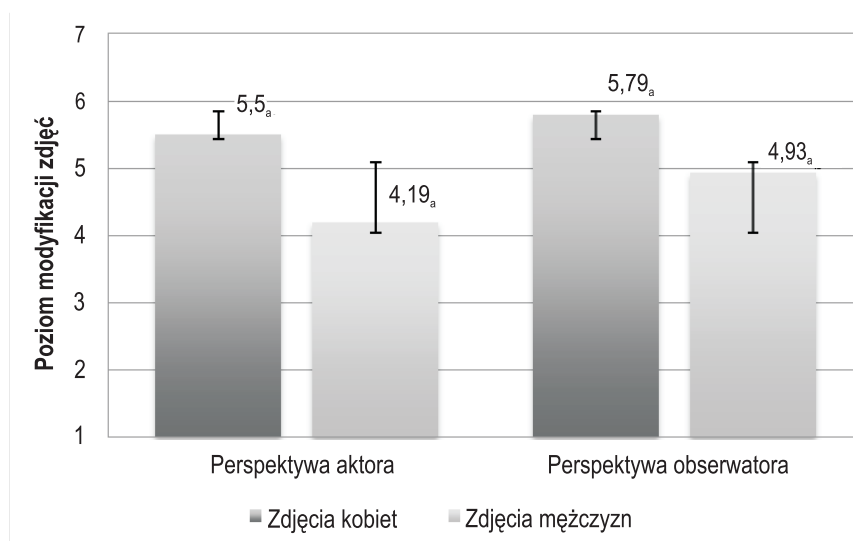
## WYNIKI

Badanie przeprowadzono w schemacie: ANOVA 2 (świadomość wprowadzonych zmian: świadomość, brak świadomości)  $\times$  2 (perspektywa oceniania: aktor, obserwator)  $\times$  2 (płeć osoby ocenianej: kobieta, mężczyzna). Zmienną zależną był wybór najbardziej atrakcyjnego zdjęcia spośród różnych wersji fotografii poddanych upiększającemu retuszowi.

Trójczynnikowa analiza wariancji dla zmiennej zależnej wybór zdjęcia ujawniła efekt główny płci osoby ocenianej  $F(1, 339) = 9,70; p < 0,003; \eta^2 = 0,03$ . Badani wybierali bardziej zmodyfikowane zdjęcia, kiedy oceniali kobiety ( $M = 5,71; SD = 2,93$ ), niż gdy oceniali mężczyzn ( $M = 4,71; SD = 3,00$ ).

Ponadto uzyskano efekt interakcyjny: perspektywy i płci osoby ocenianej  $F(1, 337) = 3,08; p < 0,05; \eta^2 = 0,03$ . Test *post hoc* (NIR Fishera) wykazał, że mężczyźni preferowali mniej zmodyfikowane zdjęcia własnej twarzy niż kobiety oraz badani niezależnie od płci preferowali bardziej zmodyfikowane zdjęcia twarzy kobiet niż mężczyzn. Średnie wyniki przedstawiono na rysunku 2.

Uzyskano również efekt interakcyjny: perspektywy, świadomości wprowadzonych zmian i płci osoby ocenianej  $F(1, 332) = 2,33$ ;  $p = 0,05$ ;  $\eta^2 = 0,05$ . Test *post hoc* (NIR Fishera) porównujący preferencje poziomu zmodyfikowania zdjęć twarzy we wszystkich grupach badanych wykazał, że osoby badane świadome użycia upiększającego retuszu fotografii i oceniające z perspektywy obserwatora, preferowały znacznie bardziej zmodyfikowane zdjęcia mężczyzn niż sami przedstawiciele tej płci (perspektywa aktora). W przypadku zdjęć kobiet osoby badane oceniające z perspektywy obserwatora wybierały podobnie zmodyfikowane zdjęcia, jak same kobiety. Kolejne istotne statystycznie porównania *post hoc* (NIR Fishera) wykazały, że kobiety preferowały znacznie bardziej zmodyfikowane zdjęcia własnej twarzy niż mężczyźni w warunkach świadomości wprowadzonych zmian. Wskazane różnice międzypłciowe nie wystąpiły, gdy badani nie mieli świadomości użycia upiększającego retuszu zdjęć. Średnie wyniki przedstawiono w tabeli 2.



<sub>a</sub> oznacza  $p < 0,05$ ; <sub>b</sub> oznacza  $p < 0,05$

Rysunek 2. Preferencje poziomu zmodyfikowania zdjęć twarzy w zależności od perspektywy oceniania i płci osoby przedstawionej na zdjęciu ( $N = 168$ ;  $n = 341$ ) – im wyższy numer zdjęcia (od 1 do 9), tym więcej wprowadzonych zmian w wyglądzie twarzy

Tabela 2. Preferencje poziomu zmodyfikowania zdjęć twarzy w zależności od świadomości wprowadzonych zmian, płci osoby ocenianej i perspektywy oceniania ( $N = 169$ ,  $n = 341$ ) – im wyższy numer zdjęcia (od 1 do 9), tym więcej wprowadzonych zmian w wyglądzie twarzy

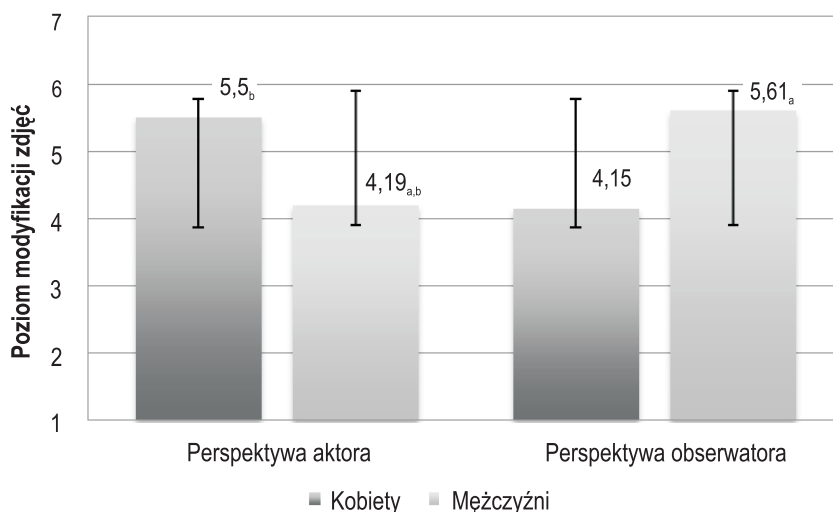
Wyszczególnienie			Wybór najbardziej atrakcyjnego zdjęcia <sup>1</sup>	
			M	SD
<b>Świadomość</b> użycia upiększającego retuszu zdjęć	Zdjęcia kobiet	Aktor	5,89 <sub>a</sub>	2,67
		Obserwator	5,97	2,62
	Zdjęcia mężczyzn	Aktor	3,80 <sub>a,b</sub>	2,81
		Obserwator	5,30 <sub>b</sub>	2,84
<b>Brak świadomości</b> użycia upiększającego retuszu zdjęć	Zdjęcia kobiet	Aktor	5,11	3,36
		Obserwator	5,53	3,21
	Zdjęcia mężczyzn	Aktor	4,56	3,65
		Obserwator	4,56	2,86

<sup>1</sup> jako wskaźnik preferencji zastosowano numer wybranego zdjęcia.

<sub>a</sub> oznacza  $p < 0,05$ ; <sub>b</sub> oznacza  $p < 0,01$

Można również odnotować, że ANOVA 2 (świadomość wprowadzonych zmian: świadomość, brak świadomości)  $\times$  2 (perspektywa oceniania: aktor, obserwator)  $\times$  2 (płeć osoby ocenianej: kobieta, mężczyzna) dla wyboru najbardziej atrakcyjnego zdjęcia ujawniła jedynie istotny efekt interakcyjny perspektywy i płci sędziego  $F(1, 333) = 6,83$ ;  $p < 0,01$ ;  $\eta^2 = 0,20$ . Mężczyźni, wybierając najatrakcyjniejsze spośród zmodyfikowanych zdjęć własnej twarzy, preferowali wersje zdjęć mniej zmodyfikowane niż kobiety wybierające z tej samej perspektywy badawczej. Ponadto mężczyźni preferowali mocniej zmodyfikowane zdjęcia, gdy oceniali innych, niż w przypadku gdy oceniali siebie. Wyniki natomiast nie były istotnie zależne od tego, kto wybierał zdjęcie w grupie obserwatorów: kobieta czy mężczyzna. Średnie wyniki przedstawiono na rysunku 3.





<sup>a</sup> oznacza  $p < 0,005$ ; <sup>b</sup> oznacza  $p < 0,03$

Rysunek 3. Preferencje poziomu zmodyfikowania zdjęć twarzy w zależności od perspektywy oceniania i płci sędziego ( $N = 168$ ;  $n = 341$ ) – im wyższy numer zdjęcia (od 1 do 9), tym więcej wprowadzonych zmian w wyglądzie twarzy

## DYSKUSJA

Zaprezentowane wyniki badań pokazały, jak płeć sędziego i płeć osoby ocenianej wpływają na postrzeganie atrakcyjności twarzy modyfikowanych cyfrowo zarówno w warunku świadomości użycia upiększającego retuszu zdjęć, jak i jego braku.

Zgodnie z hipotezą 1 badani oceniający z perspektywy obserwatora preferowali silnie upiękzone zdjęcia cudzych twarzy. Należy jednak odnotować, że założenie dotyczące różnic w formułowanych ocenach zależnych od perspektywy oceniania potwierdziło się jedynie częściowo. Ocena własnej twarzy okazała się zależna zarówno od płci oraz świadomości wprowadzonych zmian. Mężczyźni świadomi wprowadzonych zmian w wizerunku ich twarzy preferowali fotografie własnej twarzy bliskie realności, a z perspektywy obserwatora wybierali zdjęcia kobiet i mężczyzn poddane wielokrotnym modyfikacjom, co potwierdza hipotezę 1. Taki wynik jest zgodny z założeniami teorii samoświadomości prywatnej i publicznej, gdyż mężczyźni, oceniając własną

twarz, prawdopodobnie przyjęły standardy osobiste – a więc mniej restrykcyjne – niż wówczas, gdy oceniali twarze innych osób (Carver, Scheier, 1981). Badanie jednak nie potwierdziło założeń dotyczących kobiet – niezależnie od perspektywy oceniania (aktor vs. obserwator) preferowały one silnie upiękkszzone wizerunki własnych i cudzych twarzy.

Zgodnie z hipotezą 3 kobiety niezależnie od świadomości użycia upiększającego retuszu zdjęć preferowały fotografie własnej twarzy poddane wielokrotnym modyfikacjom. Wybór mężczyzn z kolei był zależny od świadomości wprowadzonych zmian w ich wyglądzie – w przypadku gdy wiedzieli, że ich zdjęcia zostały upiękkszzone, wskazywali zdjęcia bliskie realności, kiedy zaś nie wiedzieli o retuszu, wybierali fotografie mocno zmodyfikowane. Może to wiązać się z myśleniem stereotypowym oraz nadal jeszcze nieakceptowanym społecznie w Polsce stosowaniem zabiegów upiększających przez mężczyzn.

Ponadto kobiety, oceniając zdjęcia cudzych twarzy, wybierały wizerunki mocno upiękkszzone, niezależnie od świadomości użycia upiększającego retuszu zdjęć, co częściowo potwierdziło hipotezy 1 i 3. Oprócz tego wbrew oczekiwaniom mężczyźni preferowali silnie zmodyfikowane zdjęcia kobiet, zarówno w warunkach świadomości użycia upiększającego retuszu zdjęć, jak i jego braku – ta kwestia wymaga dalszych badań.

Kobiety i mężczyźni oceniający zdjęcia mężczyzn uznawali natomiast za bardziej atrakcyjne zdjęcia znacznie upiękkszzone, niż robiły to przedstawione na nich osoby. Oceny twarzy kobiet sformułowane przez obserwatorów były zgodne z ich preferencjami mocno zmodyfikowanych zdjęć, w każdym warunkach badania. Należy przy tym zaznaczyć, że wariancja wewnątrzgrupowa w ocenach jest wyraźnie większa u kobiet niż u mężczyzn, co warunkuje znaczne rozproszenie ocen wśród kobiet i w ocenach kobiet.

Jednak trzeba uznać, że najbardziej interesujących wyników, pod względem projektowania przyszłych badań, dostarczyli mężczyźni, którzy preferowali bardziej upiękkszzone zdjęcia innych i mniej upiękkszzone zdjęcia własnych twarzy, ale tylko w warunkach świadomości użycia upiększającego retuszu zdjęć. Ponadto badani niezależnie od perspektywy, z której dokonywali wyboru najbardziej atrakcyjnego zdjęcia, oraz świadomości wprowadzonego retuszu, preferowali silniej zmodyfikowane wizerunki, kiedy oceniali zdjęcia kobiet, niż oceniając zdjęcia mężczyzn, co jest zgodne z hipotezą 2. Tak zarysowana tendencja potwierdza założenia Davida Bussa (2001) dotyczące silnej skłonności mężczyzn do preferowania kobiet o wyraźnie zarysowanych oznakach młodości. Wynika z tego ponadto, że kobiety mają świadomość istnienia takiego mechanizmu, dlatego najważniejszy dla nich jest efekt pięknego i młodego wyglądu, a nie świadomość tego, na jakiej drodze został on uzyskany. Takie założenie dodatkowo tłumaczy częstotliwość poddawania się przez kobiety różnym zabiegom upiększającym oraz ich dbałość o zachowanie tego w tajemnicy. Jak wynika z przytoczonego wcześniej raportu Amerykańskiego Towarzystwa Chirurgii Estetycznej, ponad 3 miliony kobiet w 2012 roku poddały się iniekcji toksyny botulinowej (Botox), a 1,4 miliona osób

skorzystało z poprawek preparatem z kwasu hialuronowego. Nie trudno spostrzec, że przytoczone zabiegi stosowano głównie w celu korekty bądź wypełnienia zmarszczek, a więc w celu utrzymania młodego wyglądu. Badania potwierdzają, że twarze kobiet w wieku średnim, które poddały się rzeczywistym zabiegom korekty zmarszczek przy użyciu Botoxu, były oceniane jako bardziej atrakcyjne w tydzień po zabiegu niż przed nim (Dayan i in., 2008). Ponadto prawie wszystkie kobiety (95%) oceniające własny wygląd po takim zabiegu uważają, że znacznie poprawił on ich atrakcyjność (Sommer i in., 2003).

Omówione wyniki sugerują ponadto, że o ile trudno jednoznacznie określić charakter standardów atrakcyjności u kobiet (duże rozproszenie wyników), o tyle można przypuszczać, że standardem atrakcyjności męskich twarzy jest *Ja realne* – w odniesieniu do siebie – oraz przyjęcie standardów idealnych lub społecznie akceptowanych w odniesieniu do innych. Nasuwa się tym samym wniosek, że u mężczyzn dochodzi do przesunięcia standardów z realnych na idealne odnośnie do własnego wyglądu pod wpływem świadomości wprowadzonych zmian, jednak taka hipoteza wymaga dalszych badań.

Wyniki wcześniejszych badań (Gawron, 2017) skłaniają ponadto do przewidywań, że tendencja ludzi do preferowania silnie upiękuszonych zdjęć własnych twarzy może wynikać z ich oczekiwań (*Ja odzwierciedlone*) zakładających negatywne oceny ze strony innych osób. Potwierdza to fakt, że nie tylko osoby postronne niżej oceniają atrakcyjność rzeczywistych twarzy innych osób niż oni sami, ale też preferują ich zdjęcia poddane wielokrotnym modyfikacjom. Wymaga to jednakże dalszych weryfikacji na drodze empirycznej.

Zaprezentowane wyniki badań z pewnością nie pozostają wolne od ograniczeń i wątpliwości. Wymagają zatem replikacji z uwzględnieniem odmiennych metod manipulacji eksperymentalnej i pomiaru zmiennych zależnych. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na nielosowy dobór osób do wszystkich grup badanych (aktorzy vs. obserwatorzy). Grupę aktorów stanowiły osoby, które dobrowolnie zgodziły się na fotografowanie twarzy. Trzeba jednak nadmienić, że mechanizm rekrutacji w tej grupie badanej zawierał elementy autoselekcji – duża liczba osób odmawiała udziału w doświadczeniu o takim charakterze. Nie można wykluczyć, że tak dobrana grupa jest mało reprezentatywna. Ponadto, w grupie obserwatorów nie pojawiły się podobne zagrożenia. Przedstawiona procedura badawcza została zastosowana, ponieważ w zamierzeniu badanie miało ujawnić różnice w spostrzeganiu tych samych twarzy w zależności od perspektywy oceniania. Takie rozwiązanie pozwoliło na kontrolę obiektywnej atrakcyjności ocenianych zdjęć. Trzeba tym samym zaznaczyć, że oparcie wniosków na tak dobranej próbie niejako obciąża przedstawione wyniki i budzi wątpliwości, że mogą być one nietypowe dla populacji jako całości.

## LITERATURA

- ASPS (2012). *Plastic surgery report*. <http://www.plasticsurgery.org/news/plastic-surgery-statistics/2012-plastic-surgery-statistics.html>.
- Brytek-Matera, A. (2008). *Obraz ciała – obraz siebie. Wizerunek własnego ciała w ujęciu psychospołecznym*. Warszawa: Difin.
- Buss, D.M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses testing in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 1–49.
- Buss, D.M. (2001). *Psychologia ewolucyjna*. Gdańsk: GWP.
- Carver, C.S., Scheier, M.F. (1981). *Attention and self-regulation: A control theory approach to human behavior*, New York: Springer-Verlag.
- Crerand, C.E., Infield, A.L., Sarwer, D.B. (2007). Psychological considerations in cosmetic breast augmentation. *Plastic Surgical Nursing*, 27(3), 146–154.
- Dayan, S.H., Lieberman, E.D., Thakkar, N.N., Larimer, K.A., Anstead, A. (2008). Botulinum toxin can positively impact first impression. *Dermatologic Surgery*, 34, 40–47.
- Etcoff, N. (2002). *Przetrywają najpiękniejsi*. Warszawa: Wydawnictwo CiS, Wydawnictwo WAB.
- Gawron, D. (2017). Perspektywa oceniania a spostrzegana atrakcyjność twarzy autentycznych: różnice międzypłciowe. *Psychologiczne Zeszyty Naukowe. Półrocznik Instytutu Psychologii Uniwersytetu Zielonogórskiego*, 3, 173–182.
- Głębocka, A. (2009). *Niezadowolone z wyglądu a rozpaczliwa kontrola wagi*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Głębocka, A., Helka, A. (2009). The contents and photos in popular women periodicals – do they only concern with a promotion of a beauty? W: M. Blohm, A. Głębocka, C. Heil (red.), *Body – Images. Social-cultural aspects*. Flensburg: Wydawnictwo Naukowe Flensburg University Press.
- Henss, R. (1991). Perceiving age and attractiveness in facial photographs. *Journal of Applied Social Psychology*, 21, 933–946.
- Jackson, L.A. (1992). *Physical appearance and gender: Sociobiological and sociocultural perspectives*. Albany: State University of New York Press.
- Johnston, C., Hunt, O., Burden, D., Stevenson, M., Hepper, P. (2010). Self-perception of dentofacial attractiveness among patients requiring orthognathic surgery. *The Angle Orthodontist*, 80(2), 361–366.
- Jones, D. (1995). Sexual selection, physical attractiveness, and facial neoteny: Cross-cultural evidence and implications. *Current Anthropology*, 36, 723–748.
- Sanefuji, W., Ohgami, H., Hashiya, K. (2007). Development of preference for baby faces across species in humans (*Homo sapiens*). *Journal of Ethology*, 25, 249–254.
- Sommer, B., Zschocke, I., Bergfeld, D., Sattler, G., Augustin, M. (2003). Satisfaction of patients after treatment with botulinum toxin for dynamic facial lines. *Dermatologic Surgery*, 29, 456–460.
- Wiśniewska, L.A. (2014). *Kobiece ciało – kobieca psychika. Ja cielesne a psychospołeczne funkcjonowanie młodych kobiet*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Zajonc, R.B. (1968). Attitudinal effects of mere exposures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1–27.

**PERSPEKTYWA OCENIANIA A SPOSTRZEGANA ATRAKCYJNOŚĆ TWARZY  
UPIĘKSZANYCH CYFROWO: RÓŻNICE MIĘDZYPŁCIOWE**

**STRESZCZENIE:** Celem badania przedstawionego w artykule było odpowiedzenie na pytanie, czy świadomość upiększenia ocenianych twarzy oraz płeć mają znaczenie dla oceny atrakcyjności własnej oraz innych osób. Artykuł przedstawia różnice w postrzeganiu atrakcyjności twarzy modyfikowanych cyfrowo, zależnych od perspektywy oceniania oraz płci zarówno osoby przedstawionej na zdjęciu, jak i oceniającego. W badaniu ustalano, jak perspektywa oceniania (aktor vs. obserwator) wpływa na postrzeganie atrakcyjności twarzy modyfikowanych cyfrowo zarówno w warunkach świadomości użycia upiększającego retuszu zdjęć wykonanego w Photoshopie, jak i przy jej braku. Wyniki tego badania (N = 168) wskazały na ogólną tendencję osób badanych do preferowania zdjęć twarzy własnych i cudzych, które zostały poddane wielokrotnym modyfikacjom. Jedynie mężczyźni w warunkach świadomości wprowadzonych zmian w wyglądzie preferują zdjęcia własnej twarzy bliskie realności.

**SŁOWA KLUCZOWE:** atrakcyjność twarzy, preferencje estetyczne, modyfikacja wyglądu, różnice międzypłciowe.

**THE PERSPECTIVE OF JUDGEMENTS AND THE PERCEPTION OF FACIAL ATTRACTIVENESS  
MODIFICATION: GENDER DIFFERENCES**

**SUMMARY:** The article concerns the differences in the perception of facial attractiveness modification depending on the perspective of judgements and gender. In the experiment (N = 168), participants chose which of the 9 beautified photos was the most attractive. Then an observer repeated this same procedure for this participant. In this study, there were two conditions. Some people knew about the use of Photoshop and others did not know. The results indicated an overall tendency to select the photo with multiple modifications. Only the men who were aware preferred photos of their face that were closer to reality.

**KEYWORDS:** faces, attractiveness judgment, body modification, gender.