

Krása jako kapitál: Role atraktivity v úspěchu na trhu práce*

†PETR MATĚJŮ, PETRA ANÝŽOVÁ**

Institut pro sociální a ekonomické analýzy, z.s., Praha

Vysoká škola finanční a správní, a.s., Praha

Beauty Capital: The Role of Attractiveness in the Labour Market

Abstract: The main objective of the paper is threefold: first, to examine the role of physical attractiveness in the labour market in the broader context of economic and sociological theory; second, to assess gender differences in returns to beauty; and third, to show that the empirical evidence on gender differences in returns to beauty that has to date prevalingly come from North America cannot be applied to Europe without further examination. We use data from the first large-scale sociological survey focusing on physical attractiveness carried out in Europe and in particular from the follow-up to the Czech national survey of adult competencies (PIAAC). First, using structural modelling to identify differences in how men and women transform family background, formal education, competencies, socio-economic status of occupation and physical attractiveness into income, we found strong evidence in support of the hypothesis that, in general, physically more attractive people have better chance of obtaining a higher socio-economic status occupations, and higher incomes than less attractive people, but the causalities are different for men and women. Second, replicating the linear regression models applied to North American data we assessed the differences in returns to beauty between Czech men and women and found that, unlike in North America, in the Czech Republic the income premium for beauty is markedly higher among women than men, while men capitalise on their attractiveness more in the area of occupational status. We conclude that while returns to beauty are culturally universal, gender differences in these returns are culturally specific.

Keywords: attractiveness, human capital, skills, education, labour market outcomes, gender gaps, structural modelling

Sociologický časopis / Czech Sociological Review, 2017, Vol. 53, No. 4: 503–531

<https://doi.org/10.13060/00380288.2017.53.4.356>

* Tato stať vznikla v rámci grantového projektu „Opomíjené dimenze lidského kapitálu: Role neekonomických charakteristik a přitažlivosti na pracovním a sňatkovém trhu a životních preferencí“, financovaného Grantovou agenturou České republiky (reg. č. 14-06264S), jehož příjemce byla FF UK a spolupříjemcem Institut pro sociální a ekonomické analýzy. Autoři děkují anonymním recenzentům za podnětné připomínky.

** Veškerou korespondenci posílejte na adresu: PhDr. Petra Anýžová, Ph.D., Vysoká škola finanční a správní, Estonská 500, 101 00 Praha 10, e-mail: petra.anyzova@gmail.com.

Úvod

Krása je fenomén tak starý jako lidská společnost. Antropologové a archeologové nachází důkazy o tom, že zdobení a zkrášlování patřilo ke všem kulturám, bez ohledu na jejich vyspělost. Podle Nancy Etcoffové [1999] starověký Egypt znal „make-up“. Egyptská královna Nefertiti se stala symbolem ženské moci i krásy. V antice byla krása považována za „šestý smysl“. Platón, autor často citovaného výroku „Krása je v očích pozorovatele“, považoval ideál krásy za jeden z nejdůležitějších ideálů, jedinečný tím, že je postižitelný smysly, přičemž krása těla je pouze jednou z forem krásy (nejvýše stojí absolutní krásno). Sapfo svým výrokem „Co je hezké, to je dobré“, obrazně řečeno, vyjádřila podstatu teorie generalizace statusu, zatímco Aristotelův výrok „Krása je nejlepší doporučující dopis“, není daleko od zjištění soudobých studií o roli krásy na trhu práce. Darwin [1888] viděl ve fyzické atraktivitě a sexuální přitažlivosti klíč k pochopení procesů zajišťujících posilování geneticky založené odolnosti druhů. V podobném duchu evoluční biologové považují krásu za „certifikát“ fenotypické i genotypické genetické kvality [Grammer et al. 2003].

Fyzické atraktivitě a kráse je věnována čím dál větší pozornost i v ekonomii, sociologii a psychologii, a to zejména od poslední dekády minulého století. Zásluhu má na tom (nejenom) Naomi Wolfová, která se v monografii *The Beauty Myth* (Mýtus krásy) [Wolf 1991] pokusila prokázat, že krása není nic jiného než ideologický konstrukt sloužící jako nový nástroj patriarchálního útlaku žen [ibid.: 11].¹ Částečně v reakci na Wolfovou² začali ekonomové [Hamermesh 2011], psychologové [Etcoff 1999; Langlois et al. 2000], literární vědci [Gottschall et al. 2008] a sociologové [Hakim 2010, 2011] – zpravidla s odvoláním na antropologické výzkumy [Buss 1994; Buss et al. 2001; Buss, Shackelford 2008], výzkumy z oblasti evoluční biologie [Ridley 1994] a experimentální psychologie [Dion, Brescheid, Walster 1972; Byrne, London, Reeves 1968; Clifford, Walster 1973] – přinášet důkazy o tom, že krása a fyzická atraktivita jsou biologicky ukotvené fenomény, s nimiž není možné se vypořádat jednoduše tím, že je vykážeme do říše mýtů.

Cílem této stati ovšem není vstupovat do sporu o povaze krásy, tj. zda jde o sociální konstrukt nebo biologicky ukotvený fenomén, ale prokázat, že fyzická atraktivita je specifickou formou kapitálu, která je svými efekty srovnatelná s lidským kapitálem, resp. s ostatními formami kapitálu, s nimiž ekonomie a sociologie operují již více než půl století. Z tohoto hlediska není podstatné, na které straně zmíněného diskurzu stojíme, ale to, zda krása má na trhu práce vliv srovnatelný s jinými „kapitály“, resp. formami kapitálu.

¹ Podobně argumentuje například i Deborah Rhode [2010], podle níž krása sice má biologické kořeny, nicméně její hypertrofizace jak na trhu práce (skrytá i otevřená diskriminace méně atraktivních), tak ve spotřebě a v životním stylu („zkrášlovací“ průmysl, marketing) činí z krásy účinný nástroj diskriminace a zdroj nových forem nespravedlnosti.

² Podle Wolfové dokonce ani neexistuje žádný důkaz, že by před rokem 1830 ženám na kráse nějak zvlášť záleželo [Wolf 1991: 15].

V úvodní části se stručně věnujeme teoretické konceptualizaci fyzické atraktivity v ekonomii a sociologii. Dále načrtne hlavní hypotézy týkající se role fyzické atraktivity na trhu práce. Platnost hypotéz budeme testovat na datech z unikátního českého výzkumu,³ v němž byla fyzická atraktivita zjišťována třemi metodami (sebehodnocením respondenta, hodnocením respondenta tazatelem, hodnocením fotografií respondentů expertní skupinou), a to v kontextu dalších proměnných používaných v analýzách faktorů působících na úspěch na trhu práce. Důležité jsou přitom dvě proměnné, o nichž je známo, že v úspěchu na trhu práce hrají klíčovou roli, jmenovitě dosažené vzdělání a kompetence.

Sledujeme přitom tři cíle: (a) aplikací metody strukturního modelování prokázat, že v České republice hraje fyzická atraktivita v úspěchu na trhu práce významnou roli, a to i při kontrole sociálního původu, vzdělání a inteligence (resp. měřených kompetencí) a dalších relevantních proměnných;⁴ (b) prokázat, že v hlavních kauzálních vazbách, v nichž figuruje fyzická atraktivita, existují významné rozdíly mezi muži a ženami; (c) zjistit, zda rozdíly v efektech fyzické atraktivity na úspěch na trhu práce mezi muži a ženami mají stejnou nebo opačnou „polaritu“ než v jiných zemích, a přispět tak do diskuse o jejich kulturní a sociální podmíněnosti a tím i k postupnému budování teorie, která by tyto rozdíly uspokojivě vysvětlila.⁵

Za hlavní přínos stati považujeme testování vlivu subjektivně měřené fyzické atraktivity na úspěch na trhu práce (tj. na sociálně-ekonomický status zaměstnání a příjem) při kontrole robustně měřených kognitivních schopností (kompetencí) a dalších relevantních proměnných (sociálně-ekonomický původ, dosažené vzdělání), a to na reprezentativním souboru svou velikostí umožňujícím aplikaci strukturního modelování na podsouborech definovaných pohlavím a věkem. Právě využití strukturního modelování umožnilo do systému příčinných vazeb zahrnout řadu kontrolních proměnných, které v analýzách vlivu fyzické atraktivity na úspěch na trhu práce často chybí nebo jsou měřeny méně robustními protokoly měření (kompetence v metrice OECD PIAAC, vícedimenzionálně měřené sociálně-ekonomický a kulturní status výchozí rodiny, sociálně-ekonomický

³ Šlo o první následné šetření provedené na souboru respondentů z národního výzkumu kompetencí dospělých realizovaného v rámci projektu OECD PIAAC. Pokud je nám známo, podobný výzkum zahrnující komplexní (vícedimenzionální) měření fyzické atraktivity i kompetencí (inteligence) a provedený na rozsáhlém reprezentativním souboru (přes dva tisíce respondentů) nebyl zatím uskutečněn v žádné jiné zemi.

⁴ Jak ukážeme dále, vliv krásy na příjem byl sice prokázán i v jiných zemích, ale jak měření krásy, tak měření klíčových kontrolních proměnných (zejména měřené kompetence, sociálně-ekonomický původ a sociálně-ekonomický status zaměstnání) bylo méně robustní než v českém výzkumu.

⁵ Dosavadní studie rozdíly v efektech krásy na příjem mezi muži a ženami spíše jen konstatovaly, aniž se pokusily o hlubší teoretické vysvětlení. Výjimkou jsou práce Hakimové [2011, 2015], které však, zejména pokud jde o měření krásy, nestojí na robustním empirickém základu.

status zaměstnání). Tento přístup v důsledku použití latentních proměnných výrazně posiluje roli společných variancí a snižuje tak podíl „šumu“ v testovaných kauzálních vazbách.

Krása jako kapitál v ekonomické perspektivě

S cílem objasnit pravidelnosti v ekonomické a sociální reprodukci a identifikovat hlavní zdroje ekonomických a sociálních nerovností jsou v ekonomii od poloviny minulého století rozvíjeny a ověřovány teorie různých kapitálů, od ekonomického kapitálu, jehož základní charakteristiky popsal Karel Marx [(1858) 1987, (1883) 1955], přes kapitál finanční, přírodní, sociální až po lidský kapitál, jehož teorii v návaznosti na Johna Stuarta Milla [(1848) 1926] rozvíjeli zejména ekonomičtí „nobelisté“ Gary Becker [1964] a Theodor Schultz [1961, 1963]. Vše nasvědčuje tomu, že ekonomie je jak teoreticky, tak empiricky otevřená zahrnutí fyzické atraktivity (krásy) do širší definice lidského kapitálu. Ostatně předchůdci moderní teorie lidského kapitálu Adam Smith [Smith, Garnier 1838] a John Stuart Mill [(1848) 1926] pod lidský kapitál zahrnovali prakticky vše, čím člověk na trhu práce může konkurovat ostatním. Každodenní zkušenosti i empirické studie skutečně vedou k závěru, že atraktivnější lidé jsou ve srovnání s méně atraktivními úspěšnější v hledání zaměstnání [Shahani-Denning 2003; Musumeci, Shahani-Denning 1996; Podratz, Dipboye 2002], častěji obsazují vyšší pozice a mají zpravidla i vyšší příjmy [Hamermesh, Biddle 1994]. Vliv atraktivity přitom zůstává statisticky významný i po kontrole vlivů vzdělání, věku a dalších relevantních proměnných. To vše svědčí ve prospěch teze, že fyzickou atraktivitu lze považovat za jednu z komponent lidského kapitálu. Empirická evidence však nestačí. Je třeba identifikovat mechanismy, jimiž na trhu práce atraktivita působí.

Hamermesh a Biddle [1994] nabízí tři základní teoretické modely vysvětlující větší šance atraktivních jedinců na ekonomický úspěch. První z nich, nazývaný „model produktivity“, spočívá v předpokladu, že v některých zaměstnáních atraktivnější jedinci dosahují lepších výsledků proto, že jejich práce spočívá v kontaktu s lidmi, kteří – jak prokázaly psychologické experimenty a jak ostatně můžeme potvrdit i na základě vlastní zkušenosti – přijmou službu nebo koupí zboží nabízené fyzicky atraktivnějším jedincem. U těchto zaměstnání (právníci, služby, agenti finančních institucí atd.) lze očekávat, že zaměstnavatel bude při výběru uchazečů o práci upřednostňovat jedince s vyšší atraktivitou před průměrně a podprůměrně atraktivními, nehledě na to, že atraktivnější jedinci často mají větší sklon právě k povoláním či zaměstnáním tohoto typu. Tento model preferencí (diskriminace) na základě atraktivity je založen na mechanismu označovaném jako „diskriminace klientem“ (customer discrimination).

Kromě toho se rozlišují ještě dva další mechanismy zvýhodňující nadprůměrně atraktivní jedince proti méně atraktivním, souhrnně označované jako diskriminace zaměstnavatelem. První z nich vychází z Beckerovy ekonomie diskriminace [Becker 2010], jejíž jedna větev, konkrétně diskriminace založená na vkusu

(„taste based discrimination“), predikuje menší ochotu zaměstnavatele dát vyšší mzdu méně atraktivnímu jedinci, může-li více odměnit nadprůměrně atraktivního zaměstnance. Jde tedy o přímou příjmovou diskriminaci méně atraktivních jedinců.⁶ Podobně funguje diskriminace v ochotě přijmout do zaměstnání nebo na vyšší pozici podprůměrně atraktivního jedince, je-li k dispozici atraktivnější jedinec, aniž by tento výběr byl nutně spjat s očekáváním vyšší produktivity u atraktivnějšího jedince v důsledku příznivějších reakcí zákazníků či klientů, jako je tomu v případě „modelu produktivity“. Tento třetí model, v literatuře nazývaný „occupational-crowding“, původně navržený na vysvětlení segregace povolání na typicky „ženská“ a „mužská“ [Bergman 1974], je založen na předpokladu, že atraktivní lidé dostávají přednost před méně atraktivními, aniž se nutně očekává, že atraktivita má na dané pozici přímý vliv na produktivitu [Hamermesh, Biddle 1994: 1178].

Ve výzkumné praxi není snadné působení těchto tří modelů diskriminace empiricky oddělit⁷ a poměrně přesně určit, který z nich stojí za konkrétním efektem krásy či atraktivity na úspěch na trhu práce. Lze však očekávat, že všechny tři mechanismy jednotlivě i ve vzájemných souvislostech vedou k tomu, že atraktivita působí na trhu práce jako specifická dimenze lidského kapitálu, kterou nelze vysvětlit jeho nejčastěji používanými indikátory, tj. vzděláním a kompetencemi. V tomto smyslu s fyzickou atraktivitou jako komponentou lidského kapitálu pracují převážně ekonomové, a to jak v analýzách „ekonomické návratnosti“ krásy [Hamermesh, Biddle 1994], tak ve studiích návratnosti investic do krásy [Hamermesh 2011; Hamermesh, Meng, Zhang 2002].

Poněkud odlišné vysvětlení efektů krásy na úspěch na trhu práce nedávno předložili a testovali Mobius a Rosenblat [2006], kteří též rozlišují tři mechanismy, které sice nejsou přímo odvozené od teorie lidského kapitálu, ale „kapacita“ uspět v konkurenci s ostatními je v nich přítomná. První spočívá v tom, že fyzicky atraktivní jedinci vyvolávají u nadřízených vyšší důvěru, přičemž vyšší důvěra vede k vyšší mzdě. Dále, při stejné důvěře jsou fyzicky atraktivnější zaměstnanci (nesprávně) považováni za kompetentnější, což též příznivě působí na mzdu. A konečně, opět při stejné důvěře, fyzicky atraktivnější jedinci mají lepší verbální, komunikační a sociální dovednosti, což je též oceňováno vyšší mzdou. Zde je ovšem třeba poznamenat, že k těmto výsledkům a závěrům autoři dospěli na základě experimentu provedeného na skupinách studentů rozdělených na zaměstnance a zaměstnavatele, což i samotné autory vedlo k opatrnosti, pokud jde o zobecnění závěrů.

Pro tyto teoretické předpoklady nacházíme oporu v již provedených analýzách, zejména pak ve studiích, které na sklonku minulého století provedli Hamer-

⁶ Zde je třeba poznamenat, že Becker měl v případě „taste based discrimination“ na mysli zejména rasovou diskriminaci.

⁷ Diskriminace je zde chápána jako specifické zacházení, tj. jak v negativním, tak v pozitivním smyslu.

mesh a Biddle [Hamermesh, Biddle 1994; Biddle, Hamermesh 1998; Hamermesh 2011], Averett a Korenman [1996], Scholz a Sicinski [2015] a další. Jedna z prvních studií, které se vlivem krásy na úspěch na trhu práce zabývaly [Hamermesh, Biddle 1994], prokázala, že fyzická krása se na trhu práce vyplácí, zejména pokud jde o příjmy. Stručně řečeno, nadprůměrně atraktivní jedinci v USA a Kanadě si vydělají o 10 až 15 % více než podprůměrně atraktivní, což je efekt srovnatelný s vlivem pohlaví a rasy. Věc ovšem není tak jednoduchá, protože za tímto obecným závěrem se skrývají poměrně velké rozdíly mezi zeměmi i mezi muži a ženami. Pokud jde o muže, v USA byl pozitivní efekt nadprůměrné atraktivity na příjem menší než negativní efekt podprůměrné atraktivity. V Kanadě tomu bylo u mužů naopak, tj. pozitivní efekt nadprůměrné atraktivity na příjem byl u mužů větší než negativní efekt podprůměrné atraktivity. Podobně tomu bylo u žen. Zajímavé ale je, že negativní efekty podprůměrné atraktivity na příjem byly větší u mužů, zatímco pozitivní efekty nadprůměrné atraktivity byly zjištěny u žen.

Analýzy provedené na spojených souborech za USA a Kanadu, které vedly k robustnějším výsledkům, pak ukázaly, že při kontrole většiny relevantních proměnných (zejména pak vzdělání a věku) jsou muži více penalizováni za podprůměrnou atraktivitu (o 10 % nižší příjem ve srovnání s průměrně atraktivními) než zvýhodňováni nadprůměrnou atraktivitou (o 5 % vyšší příjem ve srovnání s průměrně atraktivními). Příjmový rozdíl mezi nadprůměrně a podprůměrně atraktivními muži tak činil okolo 15 %. U žen byly rozdíly mnohem menší: podprůměrně atraktivní ženy si ve srovnání s průměrnými vydělaly o zhruba 7 % méně, nadprůměrně atraktivní ženy si ve srovnání s průměrnými vydělaly o zhruba 5 % více, což představuje příjmový rozdíl mezi nadprůměrně a podprůměrně atraktivními ženami okolo 12 % příjmového průměru [Hamermesh, Biddle 1994].

Studie současně ukázala, že povolání s vysokým podílem interpersonální komunikace skutečně „přitahují“ nadprůměrně atraktivní jedince, resp. trh práce jedince s vysokou atraktivitou do těchto povolání směřuje [Hamermesh, Biddle 1994: 1193]. V této souvislosti je také zajímavá studie, která ukazuje, že studenti práva, kteří byli během studií považováni za nadprůměrně atraktivní, měli po pěti letech po ukončení studií vyšší příjem než méně atraktivní [Biddle, Hamermesh 1998]. Ve stejném duchu Hamermesh a Parkerová [2005] prokázali, že v hodnocení výkonu vyučujících ze strany studentů se mimo jiné uplatňuje i to, jak jsou vyučující atraktivní.

Role krásy v životním úspěchu v sociologické perspektivě

Sociologicky relevantní odpověď na otázku, zda je krása kapitál, lze najít v teorii různých forem kapitálu Pierra Bourdieua [1986]. Na otázku, co je kapitál, Bourdieu odpovídá, že v principu jde o jakoukoli „kapacitu“ umožňující získat určitou výhodu a přímo i nepřímo generovat zisk v ekonomickém smyslu. Tuto

vlastnost má podle Bourdieua nejen ekonomický kapitál, ale též kulturní kapitál, který – zejména díky osvojení si bohatšího jazyka – usnadňuje získat vyšší vzdělání, lepší zaměstnání a pohybovat se ve „vyšší společnosti“, což opět přímo i nepřímo (zejména díky sociálnímu kapitálu) zvyšuje šance na ekonomický úspěch. Podobně pak funguje i sociální kapitál, který spočívá v sociálních sítích fungujících na principu vzájemně výhodných reciprocit a směn mezi jedinci aktivně participujícími na takových sítích, které usnadňují přístup k důležitým informacím, zdrojům i žádoucím pozicím. Podstatou fungování všech forem kapitálu je podle Pierra Bourdieua nutnost akumulace a reprodukovatelnost (do každého kapitálu je třeba investovat a neustále jej udržovat na určité úrovni) a konvertibilita (jednotlivé formy kapitálu jsou navzájem převoditelné). Ačkoli ekonomický kapitál je v základu všech dalších forem kapitálu, nelze ani jednu z nich na ekonomický kapitál redukovat. Na druhé straně všechny „neekonomické“ formy kapitálu efektivně fungují mimo jiné i proto, že ekonomický kapitál je jejich společným jmenovatelem.

Neméně významnou teoretickou perspektivou umožňující vysvětlit roli fyzické atraktivity v životním úspěchu je teorie statusové generalizace [Webster, Driskell 1978; Webster, Foschi 1988] a její přímá aplikace na roli fyzické atraktivity [Webster, Driskell 1983]. Badatelé zabývající se tímto fenoménem hovoří o generalizaci statusu v situacích, kdy se na základě vnějších (pozorovatelných) statusových charakteristik (pohlaví, rasa, fyzická atraktivita apod.) vytváří úsudek o těch vlastnostech, které nejsou na první pohled zřejmé a vyžadují bližší seznámení a zkoumání (inteligence, kompetence, výkonnost, spolehlivost, status zaměstnání, příjem atd.). Tato teorie mezi vnější statusové charakteristiky explicitně zahrnuje i fyzickou krásu, z níž pozorovatelé usuzují, stejně jako z jiných charakteristik (pohlaví, rasa atd.), na jiné důležité statusové charakteristiky. Jak teorie [Webster, Driskell 1983; Berger, Zelditch 1985], tak provedené experimenty [Clifford, Walster 1973; Dion et al. 1972; Kirkpatrick, Cotton 1951; Elder 1969] prokazují, že fyzicky atraktivnější jedinci jsou vnímáni jako intelektuálně zdatnější, kompetentnější a celkově úspěšnější [viz též Jackson, Hunter, Hodge 1995]. V důsledku těchto větších očekávání jsou pak nositelé těchto vlastností nakonec také úspěšnější.⁸

V neposlední řadě je třeba uvést teoretickou inspiraci z dílny Catherine Hakimové, jmenovitě pak v její teorii „erotického kapitálu“. Ačkoli erotický kapitál není totožný s pouhou krásou, protože kromě fyzické přitažlivosti v sobě zahrnuje zvláštní sociální energii, schopnost lehce a příjemně komunikovat, šarm, hravost a erotickou imaginaci, fyzická přitažlivost (krása) je jeho nutnou podmínkou [Hakim 2010, 2011]. Podstatné je, že Hakimová přímo navazuje na Pierra Bourdieua a erotický kapitál označuje za čtvrtou formu kapitálu (ekonomický, kultur-

⁸ Jde svým způsobem o mechanismus sebenaplňujícího se proroctví, dříve popsany W. I. Thomasem [Thomas, Thomas 1928] a R. K. Mertonem [1948].

ní, sociální, erotický). Ačkoli nemusíme s Hakimovou souhlasit ve všech bodech její teorie erotického kapitálu, nelze popřít, že ve stále více „sexualizované kultuře“ moderních západních společností hraje erotický kapitál velkou roli, a to nejen při hledání partnera, ale – podobně jako krása sama o sobě – i na trhu práce.⁹

V tomto kontextu je třeba zmínit, že v novějších studiích se začíná rozlišovat mezi fyzickou atraktivitou jako takovou a upraveností (grooming), která je výsledkem péče o vzhled. Například Wong a Penner [2016] jako mnozí jiní analyzovali vliv fyzické atraktivity na příjem, ale kromě hodnocení celkové atraktivity ještě hodnotili momentální upravenost respondenta a dospěli k závěru, že ačkoli vliv fyzické atraktivity jako takové je prokazatelný (velmi atraktivní lidé mají ve srovnání s průměrně atraktivními příjem o 22 % vyšší), vliv upravenosti se ukázal být větší (vložením vnímané upravenosti respondenta do rovnice vysvětlující příjem příspěvek k příjmu vyplývající z nadprůměrné atraktivity klesl z 22 % na 13 %, zatímco čistý vliv nadprůměrné upravenosti byl 20 %). Současně se ukázalo, že kultivovaná krása má u žen větší vliv než krása „od přírody“ a že malus za neupravenost je větší než malus za podprůměrnou atraktivitu.

Bez ohledu na to, zda budeme spolu s ekonomy fyzickou atraktivitu považovat za komponentu širěji chápaného lidského kapitálu nebo – v souladu s teorií statusové generalizace – za zdroj generalizací, či – spolu s Bourdieuem a Hakimovou – za jednu z forem kapitálu, můžeme se opřít o předpoklad, že jde o „kapacitu“, která se, podobně jako inteligence, vzdělání a další osobnostní rysy, zhodnocuje jak na trhu práce, tak v životních šancích obecně.

Důležitou otázkou, na kterou je třeba hledat odpověď, jsou rozdíly v roli fyzické atraktivity na trhu práce mezi muži a ženami. Zahraničí studie, založené převážně na datech z USA a Kanady [Hamermesh, Biddle 1994], ukazují, že ženy zhodnocují fyzickou atraktivitu v příjmech méně než muži, což – jak poznamenávají jejich autoři – je v rozporu s předpoklady, na nichž stojí kritika role krásy [Wolf 1991]. Rozbor několika možných vysvětlení (jde o metodologický artefakt vyplývající z měření atraktivity, selektivní participace atraktivnějších žen na trhu práce, větší šance velmi atraktivních žen na ekonomicky „výhodný“ sňatek) ukázal, že tyto faktory s největší pravděpodobností nejsou ve hře [Hamermesh, Biddle 1994: 1188–1189]. Zatím nezbývá než připustit, že jde o určitý kulturní vzorec, který však nemusí být univerzálně platný.

Současně lze předpokládat, že analýzy provedené na více než třicet let starých datech nemohly zachytit efekty pokračující emancipace žen, resp. zvyšování jejich zastoupení v povoláních, v nichž původně jednoznačně dominovali muži,

⁹ Aniž bychom se zde mohli rolí erotického kapitálu zabývat hlouběji, za zmínku stojí jedna z hlavních tezí Hakimové [2011], podle níž erotickým kapitálem disponují muži stejnou měrou jako ženy, přičemž obě pohlaví by neměla váhat s tímto kapitálem vědomě pracovat doma, ve společnosti, na trhu práce i na pracovišti. Nelze se divit, že tyto názory nechávají v klidu jen málokoho, popřít samotnou existenci erotického kapitálu však zřejmě nebude snadné.

což je mimo jiné dáno i expanzí podílu žen s vysokoškolským vzděláním. Větší zastoupení žen v těchto povoláních s vyššími příjmy může vést nejen k větší konkurenci mezi muži a ženami, ale též mezi ženami navzájem, v níž vysoce atraktivní ženy mohou být ve srovnání s méně atraktivními ženami příjmově úspěšnější, zřejmě i proto, že disponují větším sebevědomím (náš výzkum také prokázal statisticky významnou souvislost mezi sebevědomím a fyzickou atraktivitou). V tomto smyslu nepovažujeme výsledky předchozích studií provedených v USA a v Kanadě za přenositelné do současnosti, zejména pak na Českou republiku, kde změny vyvolané transformací, modernizací a individualizací preferencí mezi orientací na domácnost a na kariéru [Hakim 2000; Weidnerová, Matějů 2015] zřejmě působí i na strategie žen prosadit se na trhu práce s využitím kapitálů, jejichž role byla v minulosti méně významná, resp. byla překryta různými stereotypy. K těmto kapitálům jistě patří i fyzická atraktivita a erotický kapitál.

Dosavadní studie tak rozdíl v efektech krásy na příjem mezi muži a ženami spíše jen konstatovaly, aniž se pokusily o hlubší teoretické vysvětlení. Výjimkou jsou práce Hakimové věnující se „erotickému kapitálu“ [Hakim 2010, 2011], operující s tezí, že tento specifický kapitál zhodnocují více ženy než muži, pravděpodobně proto, že sexuální deficit mužů je trvale větší než sexuální deficit žen [Hakim 2015], takže fyzická krása žen vyvolává u mužů častěji pozitivní odezvu než fyzická krása mužů u žen. Tyto práce však, zejména pokud jde o měření krásy a dalších kontrolních proměnných, nestojí na robustním empirickém fundamentu.

Hypotézy a analytický plán

Jak teorie, tak dosavadní empirické výsledky ukazující na nezanedbatelnou roli fyzické atraktivity v úspěchu na trhu práce nás vedou k formulování následujících tří hypotéz:

1. V souladu s převážně ekonomickými teoriemi (teorie diskriminace, teorie diskriminace klientem) a sociologickou teorií různých forem kapitálu očekáváme, že významnou roli v získání zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statusem a dosažení vyššího příjmu hraje fyzická atraktivita jedince, a to při kontrole dosaženého vzdělání, kompetencí a sociálně-ekonomického původu.
2. Kauzální vazby, jimiž se sociální původ, vzdělání, kompetence, sociálně-ekonomický status zaměstnání a atraktivita transformují v příjem, nejsou u mužů a žen stejné.
3. V souladu s pokračující emancipací žen a jejich pronikáním do skupin povolání s vyššími příjmy (což zvětšuje konkurenci mezi ženami navzájem), a pravděpodobně silnějším efektem „erotického kapitálu“ na straně žen (v důsledku trvale většího sexuálního deficitu na straně mužů), očekáváme větší zhodnocení fyzické atraktivity na trhu práce u žen než u mužů.

Uvedené hypotézy testujeme primárně pomocí strukturního modelování, které – na rozdíl od běžné regresní analýzy – umožňuje odhadovat koeficienty pro celá vztahová zřetězení, v nichž sledované charakteristiky mohou figurovat současně na straně závisle i nezávisle proměnných. Strukturní model navíc umožňuje identifikovat nejen přímé efekty (bezprostřední kauzální vztah dvou proměnných), ale též efekty nepřímé (působení jedné proměnné na druhou prostřednictvím jiných proměnných). Výhodou strukturního modelování je i to, že umožňuje pracovat nejen s manifestními (přímo měřenými) proměnnými (v tom se příliš neliší od regresní analýzy), ale též s latentními proměnnými, které jsou definovány přímo v modelu podobně jako ve faktorové analýze [blíže viz Matějů 1989; Anýžová 2015].

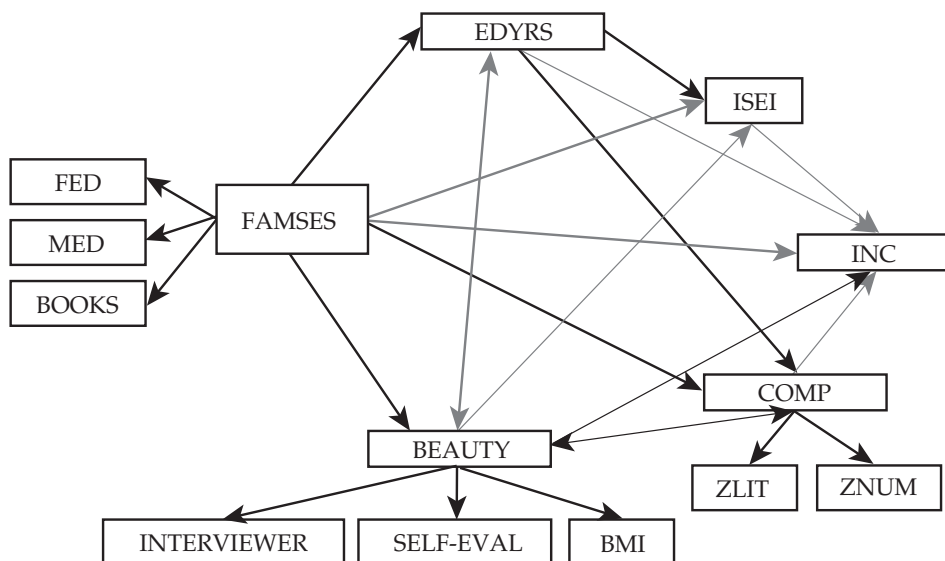
Na tomto místě je ovšem třeba poznamenat, že pokusy o kauzální výklad společenských jevů na základě statických dat jsou vždy poněkud problematické, protože předpokládané příčiny a následky nelze bez longitudinálních dat jednoznačně umístit na časové ose. Zatímco u některých vlastností či proměnných víme, zda jde o příčinu nebo následek (například vzdělání otce a matky je jedním z faktorů ovlivňujících vzdělání respondenta, těžko tomu může být naopak), v jiných případech to už tak jednoznačné není. Například dosažené vzdělání lze pokládat za jednu z příčin naměřených kompetencí, současně však platí, že šance dostat se na určitý stupeň vzdělání jsou již zpravidla podmíněny prokázanými schopnostmi. Oprávněná skepse týkající se možnosti kauzálního výkladu společenských jevů by nás ale neměla vést k rezignaci na pokusy jdoucí tímto směrem. Je pouze třeba uvažovat o míře platnosti hlavních předpokladů, totiž že zkoumané charakteristiky spolu opravdu souvisí a že uvažované příčiny skutečně – či alespoň s vysokou mírou pravděpodobnosti – předcházely následkům.

Testovaný strukturní model je uveden v Diagramu 1. Jeho základní teoretické předpoklady lze shrnout následovně:¹⁰

- Vzdělání, kompetence, zaměstnanecký status, příjem i samotná atraktivita jsou ve větší či menší míře ovlivněny sociálním původem.
- Dosažené vzdělání působí přímo na kompetence, zaměstnanecký status a příjem. Vzdělání působí na příjem i nepřímo, tj. prostřednictvím zaměstnaneckého statusu.
- Kompetence působí na zaměstnanecký status a příjmy, v případě příjmů navíc model opět rozlišuje mezi přímým a nepřímým vlivem kompetencí (šance na lepší místo a vyšší plat na stejné pozici).
- Fyzicky atraktivnější jedinci mají vyšší šanci získat zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statusem a dosáhnout vyššího příjmu.

¹⁰ Samotný kauzální model vysvětlující formování kompetencí a jeho teoretické zdůvodnění, včetně vysvětlení role jednotlivých proměnných v kauzálních vazbách, byl již popsán a testován v Matějů, Večerník [2015]. Teoretické předpoklady a výsledky analýzy podobného kauzálního modelu s klíčovými proměnnými, jako je sociálně-ekonomický status zaměstnání a příjem (avšak bez fyzické atraktivity), v Matějů, Anýžová [2015].

Diagram 1. Schéma příčinných vazeb determinace výdělku



Poznámka: FED (vzdělání otce), MED (vzdělání matky), BOOKS (počet knih v domácnosti rodičů), FAMES (latentní proměnná – sociálně-kulturní status výchozí rodiny), INTERVIEWER (hodnocení tazatelem), SELF-EVAL (sebehodnocení), BMI (Body Mass Index), BEAUTY (latentní proměnná – fyzická atraktivita), EDYRS (počet let strávených formálním vzděláváním), ISEI (sociálně-ekonomický status zaměstnání), INC (příjem), ZLIT (standardizovaný index čtenářské gramotnosti), ZNUM (standardizovaný index numerické gramotnosti), COMP (latentní proměnná – kompetence).

- Vztahy mezi atraktivitou na jedné straně a kompetencemi a vzděláním na straně druhé ponecháváme neorientované, tj. v poloze korelací, a nikoli kauzálních efektů. Předpokládáme, že atraktivita na jedné straně ovlivňuje dosažené vzdělání, na druhé straně lidé s vyšším vzděláním si více uvědomují roli atraktivity v životním úspěchu a více se tedy na svůj vzhled a vystupování zaměřují, což nepochybně přispívá k výslednému efektu. S odkazem na jiné studie [viz například Clifford, Walster 1973; Judge, Hurst Simon 2009] současně předpokládáme působení tzv. Pygmalion efektu [Rosenthal, Jacobson 1968], podle něž mají atraktivnější jedinci větší šanci na dosažení vyššího vzdělání, a to zejména díky tomu, že hezčí děti upoutávají pozitivní pozornost učitelů, což vede k lepším známkám, vyšším aspiracím atd. Podobně je tomu v případě vztahu mezi atraktivitou a inteligencí (kompetencemi) [Kanazawa, Kovar 2004]. Současně ale inteligence může, podobně jako vzdělání, přispívat k „pěstování“ atraktivity jako ekonomicky zhodnotitelného kapitálu.

Model bude aplikován na tři věkové skupiny (do 30 let, 30 až 50 let, nad 50 let) a pro muže a ženy zvlášť. Hlavním důvodem pro aplikaci modelu separátně na populaci mužů a žen je možnost identifikovat předpokládané genderové rozdíly v kauzálních vazbách mezi klíčovými proměnnými (hypotézy 2 a 3). Účelem tedy není jen identifikace, popř. kontrola vlivu pohlaví na klíčové proměnné, ale přímé porovnání síly efektů (např. vliv atraktivity na příjem) mezi muži a ženami, což umožní případně odhalit možné kulturní rozdíly mezi americkou a evropskou společností. Rozdělení populace na tři věkové skupiny je založeno na předpokladu, že vliv fyzické atraktivity na úspěch na trhu práce je nejsilnější ve středním, ekonomicky produktivním věku, kdy se jedinci blíží vrcholu profesionálních kariér. Detailní výsledky pro mladší a starší věkovou skupinu používáme prakticky jen pro ilustraci rozdílů mezi věkovými skupinami. Důvodem jsou i relativně malé počty ekonomicky aktivních jedinců v nejmladší a nejstarší věkové skupině.

V prvním kroku představíme základní fakta o působení atraktivity na trhu práce, aniž bychom blíže zkoumali další souvislosti, v jejichž kontextu atraktivita působí (zejména vzdělání, kompetence a věk). Dále aplikací strukturního modelování působení atraktivity na trhu práce zasadíme do širšího kontextu dalších proměnných. V dalším kroku budeme v zájmu srovnatelnosti s výsledky analýz provedených v zahraničí aplikovat i metodu lineární regrese, která umožňuje stanovit tzv. čisté efekty nadprůměrné a podprůměrné krásy na sociálně-ekonomický status zaměstnání a příjem.

Data, proměnné a metody

Data, s nimiž v této stati pracujeme, pochází z výzkumu, který navázal na rozsáhlé šetření kompetencí dospělých „Předpoklady úspěchu v práci a v životě“, uskutečněné v rámci projektu OECD-PIAAC.¹¹ Z výchozího šetření provedeného v letech 2012 až 2013 byly k dispozici údaje za 6081 respondentů ve věku 16 až 66 let. Pro navazující výzkum bylo z tohoto základního souboru náhodně vybráno 2220 respondentů, na nichž bylo v roce 2015 provedeno navazující šetření zacílené zejména na fyzickou atraktivitu, osobnostní charakteristiky, hodnoty, sociální kapitál a některé dimenze životního způsobu.¹²

¹¹ Základní informace o šetření PIAAC provedeném v ČR lze nalézt v souhrnné zprávě z výzkumu [Straková, Veselý 2013].

¹² Sběr dat navazujícího šetření se uskutečnil metodou osobních rozhovorů a probíhal od podzimu 2014 do jara 2015. Do výzkumu se zapojilo 2220 respondentů, data sbíralo 79 tazatelů. Kontrolními mechanismy byly vedle konzistence dat nahrávky vybraných částí všech rozhovorů a telefonické kontroly náhodně vytipovaných respondentů. Data byla převážena na populaci ČR podle aktuálních dat ČSÚ (zejména veřejné údaje z VŠPS 2013) s využitím RIM vážení (Random Iterative Method) v SPSS podle pohlaví, věku, vzdělání a NUTS2.

Navazující šetření sice umožňuje replikovat analýzy provedené v zahraničí, což v zájmu srovnatelnosti činíme, avšak rozsáhlejší okruh informací o respondentech, které výzkum díky svojí vazbě na projekt PIAAC poskytl, umožnil krásu a atraktivitu zkoumat v širším kontextu. Základní a do značné míry unikátní výhodou propojení dat z navazujícího šetření s daty ze základního šetření je možnost pracovat s nebyvale rozsáhlou množinou proměnných pokrývajících sociální původ (vzdělání a zaměstnání rodičů), podrobné údaje o dosaženém vzdělání a zaměstnání, příjmy, údaje o rodině a zejména výsledky velmi důkladného měření kompetencí. Projekt PIAAC se zaměřil na následující tři domény kompetencí: (a) numerická gramotnost (NUM), (b) čtenářská gramotnost (LIT) a (c) dovednost řešit problémy v prostředí informačních technologií (PSL).

V analýzách založených na strukturním modelování vytváříme latentní proměnnou COMP (schopnosti, kompetence), založenou pouze na dvou dimenzích, jmenovitě na numerické gramotnosti (NUM) a čtenářské gramotnosti (LIT), odpovídající tzv. prvním plausibilním hodnotám, které souhrnně nazýváme kompetence či inteligence. Dovednost řešit problémy v prostředí informačních technologií nepoužíváme, neboť její hodnoty jsou pouze pro ekonomicky aktivní a pro respondenty, kteří prokázali alespoň elementární schopnost pracovat s počítačem. V deskriptivních a regresních analýzách používáme index schopností (ABIL), který vznikl zprůměrováním hodnot proměnných NUM a LIT $[(NUM+LIT)/2]$. V textu často tuto proměnnou považujeme za indikátor inteligence (IQ). Jsme si vědomi toho, že kompetence a inteligence jsou v teorii odlišné koncepty, ale s ohledem na to, že mezi měřenými kompetencemi a inteligencí je velmi silný vztah [viz například Desjardins, Warnke 2012], jde podle našeho názoru o přijatelné zjednodušení, k němuž se nezřídka uchylují i někteří psychologové analyzující inteligenci v rámci sociologických šetření, která vždy měří inteligenci jednodušeji než klasické inteligenční testy [viz např. Kanazawa 2011].

Klíčovou proměnnou v naší analýze představuje krása, resp. atraktivita jedince.¹³ V navazujícím výzkumu proběhlo trojí hodnocení atraktivity respondentů. Respondenti se v rámci výzkumu sami zhodnotili na jedenáctibodové škále (0–10) atraktivity,¹⁴ dále je na stejné škále zhodnotili tazatelé¹⁵ a v případech, kdy respondenti souhlasili s pořízením portrétní fotografie (977 případů), byli hodnoceni ještě panelem hodnotitelů o 32 členech. Panel byl složen z 16 mužů a 16 žen ve věku od 24 do 71 let. Pro hodnocení panelem hodnotitelů byla aplikována

¹³ Ačkoli mezi pojmy krása a atraktivita lze v teoretické rovině činit rozdíl, v této statí je vědomě používáme ve stejném smyslu, což vyplývá především z metody, kterou jsme na zjišťování atraktivity použili. S podobnou volností s těmito pojmy (beauty, attractiveness) pracují i zahraniční studie zabývající se vlivem krásy na úspěch na trhu práce či na životní úspěch obecně [viz např. Hamermesh, Biddle 1994; Hamermesh 2011 a další].

¹⁴ Otázka zněla: Jak celkově hodnotíte svou fyzickou přitažlivost? Vyberte na škále od 0 (velmi neatraktivní) do 10 (velmi atraktivní).

¹⁵ Otázka zněla: Jak celkově hodnotíte respondentovu fyzickou přitažlivost? Vyberte na škále od 0 (velmi neatraktivní) do 10 (velmi atraktivní).

Q-metodologie podle Williama Stephensona [Stephenson 1935, 1953]. Základní metoda spočívá ve sběru dat ve formě „Q-třídění“, které umožňuje analýzu případů (respondentů) jako proměnných. Fotografie byly nejprve roztrženy podle technické kvality snímku a následně podle pohlaví a věkových kategorií do skupin zpravidla o 36 respondentech. Vzhledem k tomu, že s ohledem na předem určený počet fotografií ve skupině nebylo možné věkové kategorie definovat zcela jednotně, byl u fotografií ponechán údaj o věku jako pomocný údaj pro hodnocení. Následně byly pomocí online dotazníku fotografie zařazené do jedné skupiny anonymně předloženy hodnotitelům. Každou skupinu hodnotilo minimálně 23 nezávislých hodnotitelů. Jednotliví hodnotitelé portrétní fotografie skládali do předem určeného schématu kopírujícího normální rozložení za využití sedmibodové škály. Na krajních pólech (v tomto případě „nejvíce atraktivní“ a „nejméně atraktivní“) je nejmenší počet fotografií (3), ve středu největší (8). Hodnotitelé tak byli nuceni fotografie vzájemně porovnávat, nemohli se automaticky uchýlit k neutralitě nebo podobnému hodnocení všech fotografií.

Hodnocení probíhalo ve třech fázích. Nejprve si hodnotitelé prostřednictvím online dotazníku prohlédli všechny fotografie ve skupině. Ve druhém kroku je rozdělili do tří přibližně stejně velkých skupin (nejvíce atraktivní – středně atraktivní – nejméně atraktivní). Následně vybírali předem daný počet fotografií pro konkrétní škálovou hodnotu v rámci tří skupin (které určili v předchozím kroku). Umísťování fotografií dle předem určeného schématu probíhalo tak, že nejprve byly vybrány fotografie pro krajní škálové hodnoty a následně fotografie pro středové hodnoty. Systém byl nastaven tak, aby hodnotitel měl pro umístění na danou škálovou hodnotu k dispozici více fotografií, než skutečně potřeboval. Fotografie, které nebyly postupně vybrány pro krajní hodnoty, dostaly automaticky středové hodnocení (škálová hodnota 4). Zvolená metoda jednak umožňuje zjistit, kteří hodnotitelé si jsou v hodnocení nejvíce podobní, a zároveň díky využití normálního rozložení respondenty diferencuje.

V analytickém datovém souboru má výsledná škála atraktivity více variant, podle toho, které proměnné byly pro její konstrukci použity, a to zejména s ohledem na počty případů, s nimiž bylo možné a potřebné pracovat. Základní škála atraktivity byla zkonstruována metodou hlavních komponent ze sebehodnocení respondenta, hodnocení tazatelem, hodnocení skupinou hodnotitelů a BMI indexu (index tělesné hmotnosti).¹⁶ Nevýhodou tohoto indexu je omezený počet případů, pro které jej lze spočítat (982 případů), a obtížně se s ním pracuje v analýzách skupiny ekonomicky aktivních (485 případů), a to zejména provádě-li se analýza na různých podsouborech (podle pohlaví, věku atd.). Pro analýzy vlivu krásy na úspěch na trhu práce proto pracujeme s indexem, do něhož nevstupuje hodnocení skupinou hodnotitelů. Metoda hlavních komponent ukázala velmi podobnou

¹⁶ Metoda hlavních komponent identifikovala pouze jednu komponentu vyčerpávající 48% variance s následujícími faktorovými zátěžemi: sebehodnocení (0,578), hodnocení tazatelem (0,766), hodnocení panelem hodnotitelů (0,708) a BMI index (-0,703).

strukturu faktorových zátěží¹⁷ a vyšší podíl vyčerpané variance. Podstatné pro rozhodnutí pracovat s takto konstruovaným indexem byla velmi vysoká korelace s indexem založeným na všech čtyřech proměnných (0,940). Počet případů, pro něž je tento „redukováný“ koeficient k dispozici, je mnohem vyšší (2200).

Sociálně-kulturní status výchozí rodiny v modelu měříme pomocí tří indikátorů: vzdělání otce, vzdělání matky a počet knih v domácnosti rodičů. Vzdělání matky a otce bylo kategorizováno na tři stupně (1 = nanejvýš vyučení bez maturity, 2 = střední s maturitou, 3 = vysokoškolské). Do analýzy dále vstoupilo vzdělání respondenta, které bylo s ohledem na postupy běžné v ekonomických analýzách i v naší analýze reprezentováno počtem roků strávených formálním vzděláváním. V kauzálním modelu dále figuruje sociálně-ekonomický status zaměstnání a výdělek. Obě tyto proměnné jsou měřeny způsobem běžným v analýzách příjmů. Pro příjem používáme průměrný hodinový výdělek včetně všech bonusů, a to v logaritmické podobě. Sociálně-ekonomický status zaměstnání je reprezentován mezinárodním indexem sociálně-ekonomického statusu, který je odvozený z klasifikace povolání ISCO88 [Ganzeboom, De Graaf, Treiman 1992].¹⁸

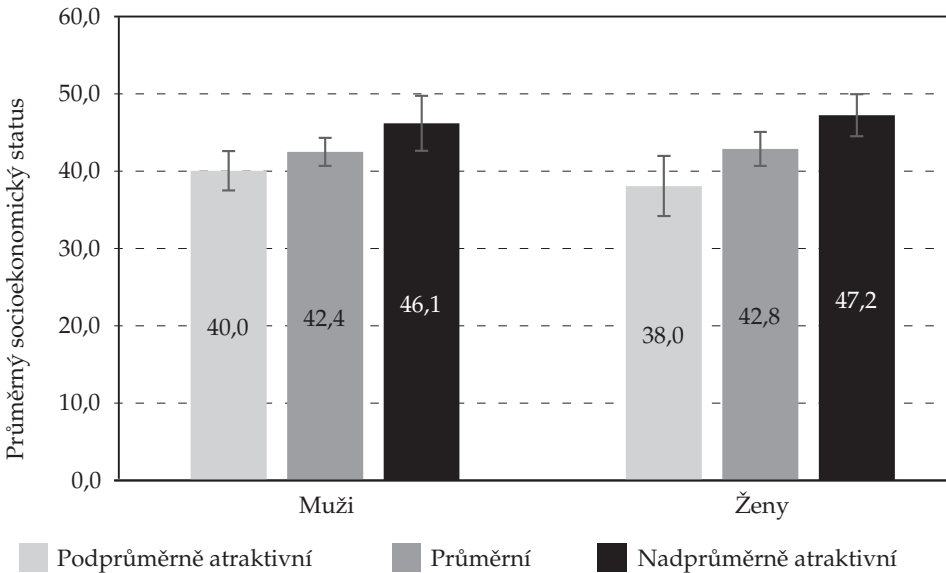
Datový soubor byl v případě strukturního modelování očištěn od chybějících hodnot metodou „listwise deletion“ a jako metoda odhadu parametrů modelu byla použita metoda maximální věrohodnosti (ML), která je doporučována i v případě výskytu standardně velkého počtu chybějících hodnot v datovém souboru [Byrne 2010]. Výpočet vychází z původní datové matice, tudíž z kovariančních matic příslušného počtu skupin v analýze. Všechny analýzy modelu byly provedeny v programu AMOS (verze 21.0.) [Arbuckle 2012]. V zájmu korektnosti je třeba uvést, že pro dosažení srovnatelnosti modelů mezi muži a ženami a mezi věkovými skupinami jsme do modelů měření vložili předpoklad, že sociálně-kulturní původ, celková úroveň kompetencí a atraktivita jsou mezi skupinami definovány shodně, resp. faktorové zátěže jejich indikátorů byly zafixovány mezi skupinami jako identické. Adekvátnost takového metrického modelu je klasicky zjišťována prostřednictvím statistické komparace se základním (konfigurálním) modelem, kde k žádným podobným restrikcím nedochází.

Analýza dat

Nejdříve se podívejme na to, zda a jak atraktivita ovlivňuje šanci na získání zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statutem a výši příjmu. Na rozdíl od analýz, které budou následovat, zde ukážeme výsledky za všechny ekonomicky

¹⁷ Metoda hlavních komponent identifikovala jednu komponentu vyčerpávající 54% variance s následujícími faktorovými zátěžemi: sebehodnocení (0,690), hodnocení tazatelem (0,778) a BMI index (-0,722).

¹⁸ Pokud jde o distribuce proměnných, odkazujeme na Tabulku A v Příloze.

Graf 1. Sociálně-ekonomický status zaměstnání podle stupně atraktivity a pohlaví (průměry a intervaly spolehlivosti)

Zdroj: Šetření – Opomíjené dimenze lidského kapitálu (2015). Vlastní výpočty.

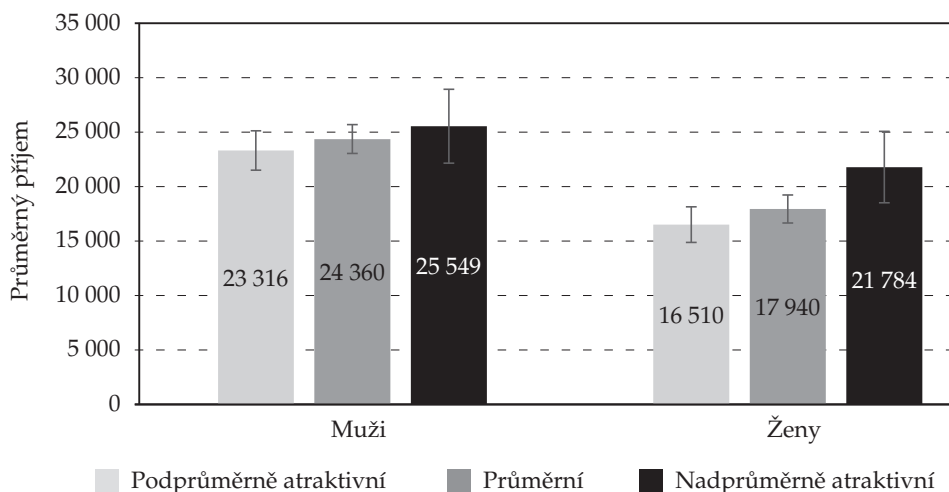
Poznámka: $N_{\text{muži}} = 791$, $N_{\text{ženy}} = 599$.

aktivní, tj. bez ohledu na věk. Výsledky uvedené v Grafu 1 možná vypadají málo přesvědčivě. Uvědomíme-li si však, že index sociálně-ekonomického statusu se pohybuje v rozmezí od 16 do 90 bodů, přičemž nejvyšších 10 bodů představuje absolutní špičku hierarchie zaměstnání, musíme přinejmenším připustit, že rozdíl mezi podprůměrně a nadprůměrně atraktivními je patrný, a to zejména u žen.

Výsledky uvedené v Grafu 2, který ukazuje rozdíly v příjmech, jsou zajímavější a přesvědčivější. U mužů i žen průměrný příjem s atraktivitou výrazně roste. U mužů s podprůměrnou atraktivitou je průměrný příjem pod průměrem a naopak, nadprůměrně atraktivní muži dosahují nadprůměrných příjmů. Ještě větší rozdíly ale sledujeme u žen. Zatímco podprůměrně atraktivní žena si v průměru vydělá okolo 16,5 tisíce, nadprůměrně atraktivní žena si vydělá 21,8 tisíce.

Tyto výsledky jsou jistě zajímavé, ale s ohledem na to, že atraktivita je fenomén úzce provázaný s řadou dalších vlastností, které působí jak na atraktivitu samotnou, tak na ekonomický úspěch (například sociální původ, vzdělání či věk), nelze je chápat jinak než jako ilustraci a první přiblížení k odpovědi na otázku, zda a jak atraktivita ovlivňuje úspěch na trhu práce. Dalším krokem tedy musí

Graf 2. Měsíční příjem podle stupně atraktivity a pohlaví (průměry a intervaly spolehlivosti)



Zdroj: Šetření – *Opomíjené dimenze lidského kapitálu* (2015). Vlastní výpočty.

Poznámka: $N_{\text{muži}} = 573$, $N_{\text{ženy}} = 422$.

být analýza, která atraktivitu a její působení na trhu práce (zaměstnání a příjem) zasadí do širšího kontextu a umožní minimalizovat riziko tzv. falešných korelací. Tímto krokem bude, jak jsme již uvedli, strukturní modelování.

Detailněji popsané výsledky kauzální analýzy jsou prezentovány v Tabulce 1, kde jsou uvedeny standardizované parciální regresní koeficienty, které říkají, o kolik směrodatných odchylek se změní hodnota závisle proměnné, změní-li se hodnota nezávisle proměnné o jednu směrodatnou odchylku, a to při kontrole všech dalších proměnných, které na závisle proměnnou přímo nebo nepřímo působí.¹⁹ Před detailnějším rozbořením výsledků můžeme konstatovat, že ženy a muži kapitalizují svou atraktivitu na trhu práce různým způsobem, což platí zejména pro věkovou skupinu 30 až 50 let. Tento způsob zúročení krásy platí nejen ve finančním ohodnocení, ale i ve vzdělání nebo statusu zaměstnání. Jak jsme již uvedli, výsledky za nejmladší a nejstarší věkovou skupinu nepodrobujeme de-

¹⁹ Výsledky modelování výše popsaných vztahů tedy čteme tak, že čím vyšší je koeficient příslušející k danému kauzálnímu efektu, tím silnější je přímý a ničím nezprostředkovaný vliv nezávisle proměnné na závisle proměnnou. Například hodnota koeficientu 0,46 pro efekt sociálního původu na zaměstnanecký status v diagramu pro muže do 30 let znamená, že změna o jednu směrodatnou odchylku sociálního původu vede ke změně o 0,46 směrodatné odchylky zaměstnaneckého statusu.

Tabulka 1. Standardizované regresní koeficienty metrického kauzálního modelu vysvětlujícího výtěžky u ekonomicky aktivních mužů a žen ve třech věkových skupinách

	Muži			Ženy		
	do 30 let	30–50 let	nad 50 let	do 30 let	30–50 let	nad 50 let
Kompetence ⇔ Příjem	-0,07	0,05	0,07	0,36**	0,13	-0,03
Vzdělání ⇔ Příjem	0,11	0,01	0,14	0,16	0,22**	0,28**
ISEI ⇔ Příjem	0,19	0,26**	0,38**	0,13	0,29**	0,47**
Sociální původ ⇔ Příjem	0,32	0,24**	0,12	-0,13	-0,06	0,03
Atraktivita ⇔ Příjem	-0,19	0,11	0,16	0,10	0,24**	-0,21*
Kompetence ⇔ ISEI	-0,01	0,26	0,20**	-0,01	0,08	-0,05
Vzdělání ⇔ ISEI	0,44**	0,54**	0,52**	0,46**	0,49**	0,80**
Sociální původ ⇔ ISEI	0,46	0,03	0,19**	0,09	0,22**	0,03
Atraktivita ⇔ ISEI	-0,25	0,01	0,10	0,05	0,18**	-0,13
Vzdělání ⇔ Kompetence	0,26**	0,36**	0,45**	0,41**	0,23**	0,40**
Sociální původ ⇔ Kompetence	0,41**	0,22*	0,18	0,28	0,48**	0,10
Atraktivita ⇔ Kompetence	-0,34**	0,16	0,19	0,23**	-0,01	-0,06
Sociální původ ⇔ Vzdelání	0,51**	0,55**	0,41**	0,40**	0,62**	0,47**
Atraktivita ⇔ Vzdelání	0,21	0,12	-0,01	0,25*	0,20**	0,33**
Sociální původ ⇔ Atraktivita	0,64**	0,22*	0,04**	-0,07	0,12	0,09
N	158	301	120	109	238	104

Zdroj: Štřeněl – *Opomíjené dimenze lidského kapitálu (2015). Vlastní výpočty.*

Poznámka: Model fit (muži): Chi-square = 121,29 (107df), $p = 0,163$, GFI = 0,951, CFI = 0,988, RMSEA = 0,018, AIC = 303,29), Model fit (ženy): Chi-square = 131,19 (106df), $p = 0,049$, GFI = 0,951, CFI = 0,983, RMSEA = 0,023, AIC = 315,19).

Úroveň statistické signifikance: ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$. Hladiny statistické významnosti jsou pouze orientační, protože odhady koeficientů byly provedeny pouze na sadě prvních „plausible values“.

tailním interpretacím, a to zejména proto, že velikosti těchto skupin jsou relativně malé (268, resp. 224 případů, střední věková skupina má 539 případů) a výsledky tedy postrádají potřebnou robustnost. Dále se také domníváme, že v těchto věkových skupinách dochází k intervenci mnoha skrytých faktorů, které nelze spolehlivě kontrolovat. Například v mladších věkových skupinách je atraktivita více dílem samotného mládí než systematické péče o tělo a zevněšek [Etcoff 1999]. Naopak v případě starších věkových skupin může výsledky zkreslovat fenomén tzv. zelených vdov, což jsou atraktivní ženy, které se vdaly za úspěšné podnikatele a v produktivním věku se staraly výhradně o děti a domácnost, zatímco jiné ženy (možná méně atraktivní) pracovaly v placených zaměstnáních. Musíme také zohlednit možnost, že tato generace je poněkud netypická, protože se jedná o ženy, které svou kariéru zahájily ještě v komunistickém režimu. Z výše zmíněných důvodů se tedy dále zabýváme především interpretací výsledků pro ekonomicky produktivní věkovou skupinu 30 až 50 let.

Z výsledků prezentovaných v Tabulce 1 je evidentní, že vliv atraktivity na úspěch na trhu práce není zanedbatelný, a to zejména u žen. Ženy ve středním věku kapitalizují atraktivitu mnohem více než muži. Atraktivnější ženy ve srovnání s méně atraktivními ženami nejenže nacházejí uplatnění v lepších pracovních pozicích (koeficient 0,18 u žen vs. 0,01 u mužů), ale také více vydělávají (0,24 vs. 0,11). Ženy ve středním věku tedy zúročují atraktivitu jednak přímo ve finančním ohodnocení své práce, ale také nepřímo přes vzdělání a lépe placené pracovní pozice. V této věkové skupině ženy silněji než muži kapitalizují i sociální status výchozí rodiny, a to jak v získání vyššího vzdělání (0,62 vs. 0,55), tak v sociálně-ekonomickém statusu zaměstnání (0,22 vs. 0,03), což je v souladu s poznatky z jiných studií [DiPrete, Buchman 2013], podle nichž vzdělanější, a tudíž méně konzervativní rodiče více podporují své dcery v získávání vyššího vzdělání, v umísťování se na lepších pracovních místech a také rozvíjejí jejich kompetence. Nelze přehlédnout ani rozdíly v korelaci mezi vzděláním a atraktivitou, která je u žen téměř dvakrát silnější než u mužů (0,20 vs. 0,12).²⁰

Dané výsledky ještě více podtrhuje analýza celkových, přímých a nepřímých efektů vlivu atraktivity na příjem, ze které vyplývá značný rozdíl mezi celkovým vlivem atraktivity na příjem u mužů a u žen ve prospěch žen (0,29 vs. 0,11) ve středním věku (viz Tabulka 2).

Zatím jsme v zájmu splnění předpokladů pro aplikaci strukturálního modelování s atraktivitou pracovali, jako by působila „kontinuálně“ či „lineárně“. Jak předchozí studie, tak životní zkušenost však ukazují, že krása a atraktivita působí zřejmě jinak. Zatímco průměrně krásný či atraktivní jedinec příliš nezaujme, lidé velmi nadprůměrně krásní nebo naopak výrazně oškliví pozornost přitahují. Proto také většina studií doposud pracovala s nespojitými proměnnými, které vycházely z pěti či sedmibodových škál, které hodnocené jedince klasifikovaly

²⁰ Tyto genderové rozdíly platí i v případě, kdy v analýze nerozlišujeme mezi věkovými skupinami a provádíme ji na celé populaci žen a mužů, jen jsou o něco méně výrazné.

Tabulka 2. Standardizované celkové, přímé a nepřímé regresní koeficienty vlivu atraktivity na příjem u ekonomicky aktivních mužů a žen ve třech věkových skupinách

		Atraktivita → Příjem		
		celkový efekt	přímý efekt	nepřímý efekt
Muži	do 30 let	-0,234	-0,187	-0,046
	30–50 let	0,113	0,110	0,003
	nad 50 let	0,202	0,164	0,037
Ženy	do 30 let	0,107	0,100	0,007
	30–50 let	0,288	0,235	0,052
	nad 50 let	-0,273	-0,211	-0,062

Zdroj: Šetření – Opomíjené dimenze lidského kapitálu (2015). Vlastní výpočty.

od velmi krásných (strikingly handsome), přes průměrné (average looking) až po ošklivé (homely, ugly). Mimo jiné i proto analýzy vlivu atraktivity na zaměstnání či příjmy vedly k poněkud kontrastnějším výsledkům, než by tomu bylo v případě využití spojených veličin.

V zájmu dosažení srovnatelnosti s předchozími studiemi jsme dále analyzovali vliv krásy pomocí klasifikace jedinců na nadprůměrně atraktivní (krásné), průměrné a podprůměrně atraktivní. Jako nadprůměrně atraktivní jsme určili 25 % jedinců, kteří se na škále atraktivity umístili nejvýše, obdobně jako podprůměrně atraktivní jsme označili 25 % nejméně atraktivních jedinců, zbývajících 50 % jsme označili za průměr. Pro srovnatelnost jsme stejně naložili i s inteligencí (resp. kompetencemi). S ohledem na výsledky strukturního modelování, které ukázaly, že jak krása, tak inteligence se na trhu práce konzistentně prosazuje až ve středním věku (30 až 50 let), tedy v době, kdy se lidé blíží vrcholu svých kariér, jsme regresní analýzy provedli jen na této skupině.

Analýzu jsme provedli pomocí dvou sad lineárních regresí, do nichž jako závisle proměnné vstoupil sociálně-ekonomický status zaměstnání (ISEI) a příjem vyjádřený průměrným hodinovým výdělkem včetně všech bonusů v logaritmické podobě (lnINC), což umožňuje interpretaci výsledků v procentech průměrného příjmu. Do regresních rovnic kromě atraktivity a inteligence ještě vstoupilo vzdělání respondenta v letech strávených ve škole. Atraktivita a inteligence do rovnic vstoupila v podobě sady tzv. dummy proměnných, ATT_TOP (jedinec je nadprůměrně atraktivní), ATT_BOT (jedinec je podprůměrně atraktivní), IQ_TOP (jedinec je nadprůměrně inteligentní) a IQ_BOT (jedinec je podprůměrně inteligentní). Průměrně atraktivní (ATT_AVR) a průměrně inteligentní (IQ_AVR) jedinci byli z analýzy vynecháni, neboť sloužili jako tzv. referenční skupina, tj. kategorie vůči které se ostatní skupiny porovnávají.

Tabulka 3. Regresní analýza sociálně-ekonomického statusu zaměstnání (věk 30 až 50 let)

		Nestandardizované koeficienty		Standardizované koeficienty	t	Sig.
		B	S.E.	Beta		
Muži	Konstanta	-21,633	4,288		-5,045	0,000
	Vzdělání	4,661	0,317	0,579	14,722	0,000
	ATT_TOP	5,853	2,127	0,105	2,752	0,006
	ATT_BOT	-2,236	1,616	-0,053	-1,384	0,167
	IQ_TOP	5,389	1,664	0,132	3,239	0,001
	IQ_BOT	-3,110	2,088	-0,058	-1,489	0,137
Ženy	Konstanta	-25,045	5,567		-4,499	0,000
	Vzdělání	5,126	0,410	0,598	12,503	0,000
	ATT_TOP	3,182	1,936	0,076	1,643	0,101
	ATT_BOT	-0,260	2,368	-0,005	-0,110	0,913
	IQ_TOP	1,300	2,210	0,028	0,588	0,557
	IQ_BOT	-4,305	2,095	-0,097	-2,055	0,041

Zdroj: Šetření – Opomíjené dimenze lidského kapitálu (2015). Vlastní výpočty.

Poznámka: Závisle proměnná: ISEI.

Výsledky regresní analýzy uvedené v Tabulce 3 ukazují, že atraktivita vyjádřená kontrastními kategoriemi používanými v běžném životě (krásný, průměrný, ošklivý) sice zhruba odpovídají výsledkům strukturního modelování, jsou však poněkud přehlednější. Předně se ukazuje, že klíčové pro získání zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statusem je dosažené vzdělání. Každý rok strávený ve škole zvyšuje sociálně-ekonomický status v průměru o pět bodů, přičemž rozdíl mezi muži a ženami v efektu vzdělání není veliký (4,7, resp. 5,2 bodu). Vliv atraktivity je podle očekávání statisticky významný. Při stejném vzdělání a stejné inteligenci mají nadprůměrně atraktivní muži šanci na zvýšení sociálně-ekonomického statusu zaměstnání o 5,8 bodu (statisticky významné zvýšení), podprůměrná atraktivita pak sociálně-ekonomický status snižuje o 2,2 bodu (bez statistické významnosti).

U mužů ve středním věku je tedy statusový bonus za krásu výrazně větší než statusový malus za silně podprůměrnou atraktivitu, přičemž rozdíl mezi nadprůměrně a podprůměrně atraktivním mužem je okolo osmi bodů. Za povšimnutí stojí, že téměř stejné změny vyvolává inteligence (5,4, resp. -3,1 bodu).

Tabulka 4. Regresní analýza příjmu (věk 30 až 50 let)

		Nestandardizované koeficienty		Standardizované koeficienty	t	Sig.
		B	S.E.	Beta		
Muži	Konstanta	4,146	0,138		30,105	0,000
	Vzdělání	0,059	0,010	0,335	5,643	0,000
	ATT_TOP	0,000	0,071	0,000	0,007	0,995
	ATT_BOT	-0,091	0,051	-0,102	-1,803	0,072
	IQ_TOP	0,092	0,053	0,106	1,758	0,080
	IQ_BOT	-0,023	0,070	-0,019	-0,327	0,744
Ženy	Konstanta	3,638	0,162		22,514	0,000
	Vzdělání	0,069	0,012	0,365	5,782	0,000
	ATT_TOP	0,152	0,056	0,161	2,732	0,007
	ATT_BOT	-0,064	0,067	-0,056	-0,953	0,342
	IQ_TOP	0,258	0,064	0,251	4,002	0,000
	IQ_BOT	-0,047	0,060	-0,048	-0,789	0,431

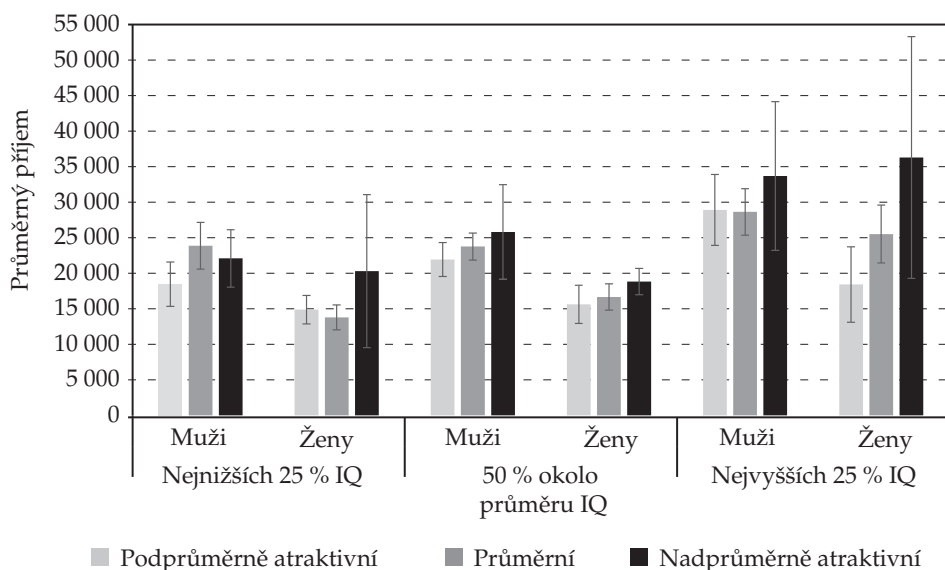
Zdroj: Šetření – Opomíjené dimenze lidského kapitálu (2015). Vlastní výpočty.
Poznámka: Závisle proměnná: (ln)INC.

Zajímavé je, že u žen nehraje atraktivita v šancích na získání zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statusem tak velkou roli jako u mužů (příslušné koeficienty 3,1 a -0,3 nejsou statisticky významné). Vliv inteligence je u žen o něco vyšší, ale stále je nižší než u mužů. Za povšimnutí ale stojí, že – ve srovnání s průměrem – je u žen malus za nízkou inteligenci výrazně větší než bonus za vysokou inteligenci.

Pokud tedy jde o šanci na zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statusem, u mužů i žen ve středním věku hraje dominantní roli dosažené vzdělání. Muži však ve srovnání s ženami v soutěži o lepší zaměstnání více zhodnocují jak vysokou atraktivitu, tak vysokou inteligenci. Současně jsou ale muži ve srovnání s ženami více znevýhodňováni podprůměrnou atraktivitou. Jinými slovy, bonus za vysoce nadprůměrnou atraktivitu i inteligenci, stejně jako „malus“ za silně podprůměrnou atraktivitu je v konkurenci o dobré zaměstnání u mužů větší než u žen.

Získat dobré zaměstnání je však jen jedna stránka úspěchu na trhu práce. Druhou, pro mnohé důležitější stránkou je příjem. V determinaci příjmu je opět

Graf 3. Příjmy mužů a žen podle zařazení do kategorií definovaných inteligencí a atraktivitou (průměry a intervaly spolehlivosti) – věková skupina 30 až 50 let



Zdroj: Šetření – *Opomíjené dimenze lidského kapitálu* (2015). Vlastní výpočty.

Poznámka: $N_{\text{muži}} = 317$, $N_{\text{ženy}} = 235$.

nejsilnějším faktorem vzdělání, viz Tabulka 4. U mužů každý rok vzdělání přináší v průměru 6 % a u žen 7 % průměrného příjmu. Bonus za nadprůměrnou atraktivitu nemají muži žádný, zato však malus za podprůměrnou atraktivitu je u mužů při stejném vzdělání a inteligenci 9 % příjmu. Při průměrném příjmu mužů okolo 25 tisíc korun tento rozdíl činí zhruba 27 tisíc korun ročně. U žen ve středním věku jsou ovšem rozdíly mnohem větší. Bonus za nadprůměrnou atraktivitu činí u žen 15 % průměrného příjmu, malus 6 %, což ve výsledku znamená, že mezi nadprůměrně a podprůměrně atraktivní ženou je příjmový rozdíl 21 %, což při průměrném příjmu žen okolo 20 tisíc korun měsíčně činí okolo 50 tisíc korun za rok. Podobně je tomu i u inteligence. Příjmový rozdíl mezi nadprůměrně a podprůměrně inteligentním mužem je okolo 11 %, u žen je 30 %.

V konkurenci o dobré zaměstnání tedy jak krása, tak inteligence zvýhodňuje více muže než ženy, u příjmů je tomu naopak. České ženy berou zhruba o 20 % méně než muži, ale jak ukazuje Graf 3, největší rozdíl mezi průměrnými příjmy mužů je v kategorii určené podprůměrnou atraktivitou i inteligencí. Nadprůměrně atraktivní a inteligentní ženy však mají stejné příjmy jako nadprůměrně atraktivní a inteligentní muži, resp. o tři tisíce muže „poráží“, rozdíl však není statisticky významný.

Závěry

Hlavním cílem této stati bylo prověřit, zda krásu, resp. atraktivitu lze považovat za kapitál, který se neobejde bez určitých investic, ale jestliže již jednou existuje a je udržován, působí na trhu práce podobně jako jiné kapitály či vlastnosti, které se jako kapitál „chovají“. Ačkoli je zřejmé, že tohoto cíle bylo dosaženo, některé z výsledků si zaslouží ještě jednou shrnout a uvést do širších souvislostí.

Předně se zdá být evidentní, že atraktivnější lidé mají větší šanci na zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statutem a na vyšší příjem než lidé méně atraktivní. Podstatné je, že viditelný vliv atraktivity na zaměstnání a příjem nezmizí, ani když do „hry“ zapojíme dosažené vzdělání, kompetence (inteligenci), věk a sociální původ. I když, zcela hypoteticky, porovnáváme jedince se stejným vzděláním, stejnou inteligencí, stejným sociálním původem a ve zhruba stejném věku, atraktivita sama o sobě působí jako „kapitál“, který trh práce zhodnocuje.

K podstatným zjištěním patří i to, že krása a atraktivita se nejvíce prosazuje, ve středním věku, kdy se lidé postupně blíží vrcholům svých kariér nebo jich již dosáhli. V této skupině se pak nejvíce projevují rozdíly mezi muži a ženami. Zde musíme rozlišovat mezi kapitalizací krásy v konkurenci o lepší zaměstnání (tj. zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statutem) a v příjmech. Pokud jde o získání zaměstnání s vyšším sociálně-ekonomickým statutem, kapitalizovat atraktivitu se daří spíše mužům než ženám, přičemž bonus za krásu zde jednoznačně převažuje nad malusem za nízkou atraktivitu. Totéž ovšem platí o inteligenci. U žen jsou tyto principy působení krásy a inteligence stejné, jen jejich vlivy jsou slabší.

Zcela odlišná situace je u příjmů. Ačkoli muži nemají za nadprůměrnou atraktivitu žádný bonus, za podprůměrnou atraktivitu jsou příjmově „trestáni“ více než ženy (příjmový propad způsobený podprůměrnou atraktivitou je u mužů 9 %, u žen 6 %). Zásadní rozdíl je ovšem v bonusech za nadprůměrnou atraktivitu i inteligenci. Bonus za nadprůměrnou atraktivitu činí u žen 15 % průměrného příjmu, malus 6 %, což vede k celkovému příjmovému rozdílu mezi atraktivními a neatraktivními ženami ve výši 21 % průměrného příjmu. To při průměrném příjmu žen okolo 20 tisíc korun měsíčně činí okolo 50 tisíc za rok a zhruba jeden milion za dvacetiletou pracovní kariéru. Podobně je tomu u inteligence: příjmový rozdíl mezi nadprůměrně a podprůměrně inteligentní ženou je 30 % průměrného příjmu, a to při kontrole vzdělání i atraktivity. Jak jsme již uvedli, u mužů jsou tyto efekty výrazně slabší. Příjmový rozdíl mezi nadprůměrně a podprůměrně atraktivním mužem ve středním věku je 9 %, což při průměrném příjmu mužů okolo 25 tisíc korun činí zhruba 27 tisíc korun ročně, což za dvacetiletou pracovní kariéru činí okolo půl milionu korun. Muži si ve srovnání se ženami příliš nepolepší ani nadprůměrnou inteligencí, její čistý vliv na příjem je ve srovnání se ženami poloviční.

Z provedených analýz je tedy zřejmé, že kapitál spojený s krásou a atraktivitou se v České republice ženám vyplácí více než mužům, přičemž „trest za

ošklivost“, na němž Naomi Wolfová [1991] postavila svoji tezi o kráse jako „patriarchálním mýtu zotročujícím ženy“, je paradoxně větší u mužů než u žen. V tomto smyslu jsou závěry z našich analýz velmi podobné těm, k nimž na datech ze Spojených států a Kanady dospěli Hamermesh a Biddle [1994]. K tomu bychom však dodali, že strukturní modelování ukázalo, že z metodologického hlediska je vhodnější měřit dané příčinné vazby na populaci ve středním věku, kdy fyzická atraktivita již není převážně atributem mládí a vyžaduje určitou, zpravidla systematickou, péči. Navíc v tomto věku se lidé blíží vrcholům svých pracovních kariér a je tedy logické, že na trhu práce nejvíce – vědomě či nevědomě – zhodnocují všechny „kapitály“, které dříve akumulovali.

Naše výsledky dále nepotvrzují zjištění z výzkumů provedených ve Spojených státech a v Kanadě, podle nichž výjimečnou fyzickou atraktivitu v příjmech zhodnocují více muži než ženy. U nás je tomu naopak, přičemž rozdíly ve prospěch žen jsou značné. Ani náš výzkum nepotvrdil statisticky významnou souvislost mezi fyzickou atraktivitou na jedné straně a ekonomickou aktivitou a rodinným stavem na straně druhé. Tedy ani v našem případě se tak vysvětlení genderových rozdílů ve vlivu atraktivity na úspěch na trhu práce různou mírou participace na trhu práce nejeví jako plausibilní. Vše tedy nasvědčuje tomu, že zatímco vliv fyzické atraktivity na úspěch na trhu práce je nezanedbatelný a kulturně univerzální, genderové rozdíly v působení fyzické atraktivity se naopak zdají být kulturně specifické. Tento závěr samozřejmě bude vyžadovat hlubší teoretický i empirický rozbor, který však přesahuje možnosti této stati.

PETR MATĚJŮ byl profesorem sociologie. V posledních letech působil jako ředitel Univerzitního výzkumného centra Vysoké školy finanční a správní. V roce 2002 založil Institut pro sociální a ekonomické analýzy (ISEA). Zabýval se zejména sociálními nerovnostmi, sociální stratifikací, mobilitou, lidským kapitálem a sociální spravedlností. Petr Matějů zemřel po dlouhé nemoci v průběhu redakčního zpracování tohoto článku 16. června 2017 ve věku 66 let (pozn. red.).

PETRA ANÝŽOVÁ absolvovala doktorské studium sociologie na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy a v současnosti pracuje jako vědecký pracovník v Sociologickém ústavu AV ČR a jako odborná asistentka na Vysoké škole finanční a správní. Jejími výzkumnými zájmy jsou metodologie mezinárodních výzkumů, vzdělanostní a sociální nerovnosti, lidský kapitál a problematika hodnotových orientací.

Literatura

- Anýžová, P. 2015. *Srovnatelnost postojových škál v komparativním výzkumu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Arbuckle, J. L. 2012. *IBM SPSS® Amos™ 21 User's Guide*. Amos Development Corporation. Crawfordville, FL.

- Averett, S. L., S. Korenman. 1996. „The Economic Reality of the Beauty Myth.“ *Journal of Human Resources* 31 (2): 304–330, <https://doi.org/10.2307/146065>.
- Becker, G. S. 1964. „Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education.“ *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Becker, G. S. 2010. *The Economics of Discrimination*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berger, J., M. Zelditch. 1985. *Status, Rewards, and Influence*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Bergman, B. 1974. „Occupational Segregation, Wages and Profits When Employers Discriminate By Race and Sex.“ *Eastern Economic Journal* 1 (1–2): 103–110.
- Biddle, J. E. D., S. Hamermesh. 1998. „Beauty, Productivity, and Discrimination: Lawyers' Looks and Lucre.“ *Journal of Labor Economics* 16 (1): 172–201, <https://doi.org/10.1086/209886>.
- Bourdieu, P. 1986. „The Forms of Capital.“ Pp. 241–258 in J. Richardson (ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.
- Buss, D. M. 1994. *Evolution of Desire*. New York: Basic Books.
- Buss, D. M., T. K. Shackelford. 2008. „Attractive Women Want It All: Good Genes, Economic Investment, Parenting Proclivities, and Emotional Commitment.“ *Evolutionary Psychology* 6 (1): 134–146, <https://doi.org/10.1177/147470490800600116>.
- Buss, D. M., T. K. Shackelford, L. A. Kirkpatrick, R. J. Larsen. 2001. „A Half Century of Mate Preferences: The Cultural Evolution of Values.“ *Journal of Marriage and Family* 63 (2): 491–503, <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2001.00491.x>.
- Byrne, B. M. 2010. *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. 2nd ed. New York, NY: Taylor & Francis Group.
- Byrne, D., O. London, K. Reeves. 1968. „The Effects of Physical Attractiveness, Sex, and Attitude Similarity on Interpersonal Attraction.“ *Journal of Personality* 36 (2): 259–271, <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1968.tb01473.x>.
- Clifford, M. M., E. Walster. 1973. „The Effect of Physical Attractiveness on Teacher Expectations.“ *Sociology of Education* 46 (2): 248–258, <https://doi.org/10.2307/2112099>.
- Darwin, C. 1888. *The Descent of Man, and Selection in Relation to Sex*. 2nd ed. London: J. Murray.
- Desjardins, R., A. Warnke. 2012. „Ageing and Skills: A Review and Analysis of Skill Gain and Skill Loss Over the Lifespan and Over Time.“ *OECD Education Working Papers*, No. 72, <https://doi.org/10.1787/5k9csvgw87ckh-en>.
- Dion, K., E. Berscheid, E. Walster. 1972. „What Is Beautiful Is Good.“ *Journal of Personality and Social Psychology* 24 (3): 285–290, <https://doi.org/10.1037/h0033731>.
- DiPrete, T., C. Buchman, C. 2013. *The Rise of Women*. New York: Russell Sage Foundation.
- Elder, G. 1969. „Appearance and Education in Marriage Mobility.“ *American Sociological Review* 34: 519–533, <https://doi.org/10.2307/2091961>.
- Etofff, N. 1999. *Survival of the Prettiest: The Science of Beauty*. New York: Anchor.
- Ganzeboom, H. B., P. M. De Graaf, D. J. Treiman. 1992. „A Standard International Socio-economic Index of Occupational Status.“ *Social Science Research* 21 (1): 1–56, [https://doi.org/10.1016/0049-089x\(92\)90017-B](https://doi.org/10.1016/0049-089x(92)90017-B).
- Gottschall, J., K. Anderson, C. Burbank, J. Burch, C. Byrnes, C. Callanan, M. Zocco. 2008. „The 'Beauty Myth' Is No Myth.“ *Human Nature* 19 (2): 174–188, <https://doi.org/10.1007/s12110-008-9035-3>.
- Grammer, K., B. Fink, A. P. Møller, R. Thornhill. 2003. „Darwinian Aesthetics: Sexual Selection and the Biology of Beauty.“ *Biological Reviews* 78 (3): 385–407, <https://doi.org/10.1017/s1464793102006085>.
- Hakim, C. 2000. *Work-lifestyle Choices in the 21st Century: Preference Theory*. Oxford: Oxford University Press.

- Hakim, C. 2010. „Erotic Capital.“ *European Sociological Review* 26 (5): 499–518, <https://doi.org/10.1093/esr/jcq014>.
- Hakim, C. 2011. *Erotic Capital: The Power of Attraction in the Boardroom and the Bedroom*. Basic Books.
- Hakim, C. 2015. „The Male Sexual Deficit: A Social Fact of the 21st Century.“ *International Sociology* 30 (3): 314–335, <https://doi.org/10.1177/0268580915569090>.
- Hamermesh, D. S. 2011. *Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful*. Princeton, N. J.: Princeton University Press.
- Hamermesh, D. S., J. E. Biddle. 1994. „Beauty and the Labor Market.“ *American Economic Review* 84 (5): 1174–1194, <https://doi.org/10.3386/w4518>.
- Hamermesh, D. S., X. Meng, J. Zhang. 2002. „Dress for Success – Does Primping Pay?“ *Labour Economics* 9 (3): 361–373, [https://doi.org/10.1016/S0927-5371\(02\)00014-3](https://doi.org/10.1016/S0927-5371(02)00014-3).
- Hamermesh, D. S., A. M. Parker. 2005. „Beauty in the Classroom: Instructors’ Pulchritude and Putative Pedagogical Productivity.“ *Economics of Education Review* 24 (4): 369–376, <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2004.07.013>.
- Jackson, L. A., J. E. Hunter, C. N. Hodge. 1995. „Physical Attractiveness and Intellectual Competence: A Meta-analytic Review.“ *Social Psychology Quarterly* 58 (2): 108–122, <https://doi.org/10.2307/2787149>.
- Judge, T. A., C. Hurst, L. S. Simon. 2009. „Does It Pay to Be Smart, Attractive, or Confident (or All Three)? Relationships Among General Mental Ability, Physical Attractiveness, Core Self-evaluations, and Income.“ *Journal of Applied Psychology* 94 (3): 742–755, <https://doi.org/10.1037/a0015497>.
- Kanazawa, S. 2011. „Intelligence and Physical Attractiveness.“ *Intelligence* 39 (1): 7–14, <https://doi.org/10.1016/j.intell.2010.11.003>.
- Kanazawa, S., J. L. Kovar. 2004. „Why Beautiful People Are More Intelligent.“ *Intelligence* 32 (3): 227–243, <https://doi.org/10.1016/j.intell.2004.03.003>.
- Kirkpatrick, C., J. Cotton. 1951. „Physical Attractiveness, Age, and Marital Adjustment.“ *American Sociological Review* 16 (1): 81–86, <https://doi.org/10.2307/2087975>.
- Langlois, J. H., L. Kalakanis, A. J. Rubenstein, A. Larson, M. Hallam, M. Smoot 2000. „Maxims or Myths of Beauty? A Meta-analytic and Theoretical Review.“ *Psychological bulletin* 126 (3): 390–423, <https://doi.org/10.1037//0033-2909.126.3.390>.
- Marx, K. (1858) 1987. *Ekonomicko-filosofické rukopisy*. Praha: Svoboda.
- Marx, K. (1883) 1955. *Kapitál. Kritika politické ekonomie*. Praha: SNPL.
- Matějů, P. 1989. „Metoda strukturálního modelování. Přehled základních problémů.“ *Sociologický časopis* 25 (4): 399–418.
- Matějů, P., P. Anýžová. 2015. „Role lidského kapitálu v úspěchu na trhu práce: srovnání šesti evropských zemí participujících na projektu PIAAC.“ *Sociológia-Slovak Sociological Review* 47 (1): 31–65.
- Matějů, P., J. Večerník. 2015. „Kompetence, vzdělání a lidský kapitál v České republice ve světle dat OECD-PIAAC.“ *Politická ekonomie* 63 (2): 185–203, <https://doi.org/10.18267/j.polek.996>.
- Merton, R. K. 1948. „The Self-fulfilling Prophecy.“ *The Antioch Review* 8 (2): 193–210, <https://doi.org/10.2307/4609267>.
- Mill, J. S. (1848) 1926. *Principles of Political Economy, with Some of Their Applications to Social Philosophy* (W. J. Ashley, ed.). New York: Longmans, Green and Company.
- Mobius, M. M., T. S. Rosenblat. 2006. „Why Beauty Matters.“ *The American Economic Review* 96 (1): 222–235, <https://doi.org/10.1257/000282806776157515>.
- Musumeci, C., C. Shahani-Denning. 1996. „Self-monitoring: Impact on Applicant Attractiveness and Selection Decisions.“ Příspěvek přednesený na *Annual Conference of the Society of Industrial and Organizational Psychology*. San Diego, CA, 1996.
- Podratz, K., R. L. Dipboye. 2002. „In Search of the ‘Beauty Is Beastly’ Effect.“ Příspěvek

- přednesený na *Annual Convention of the Society for Industrial and Organizational Psychology*. Toronto, Canada.
- Ridley, M., 1994. *The Red Queen: Sex and the Evolution of Human Nature*. Penguin UK.
- Rhode, D. L. 2010. *The Beauty Bias: The Injustice of Appearance in Life and Law*. Oxford: Oxford University Press.
- Rosenthal, R., L. Jacobson. 1968. *Pygmalion in the Classroom*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Shahani-Denning, C. 2003. „Physical Attractiveness Bias in Hiring: What Is Beautiful Is Good.“ *Hofstra Horizon* 14–17.
- Scholz, J. K., K. Sicinski. 2015. „Facial Attractiveness and Lifetime Earnings: Evidence from a Cohort Study.“ *Review of Economics and Statistics* 97 (1): 14–28, https://doi.org/10.1162/REST_a_00435.
- Schultz, T. W. 1961. „Investment in Human Capital.“ *The American Economic Review* 51 (1): 1–17.
- Schultz, T. W. 1963. *The Economic Value of Education*. New York: Columbia University Press.
- Smith, A., M. Garnier. 1838. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Edinburgh: T. Nelson.
- Stephenson, W. 1935. „Correlating Persons Instead of Tests.“ *Character & Personality: A Quarterly for Psychodiagnostic & Allied Studies* 4 (1): 17–24, <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1935.tb02022.x>.
- Stephenson, W. 1953. *The Study of Behavior; Q-technique and Its Methodology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Straková, J., A. Veselý (eds.). 2013. *Předpoklady úspěchu v práci a v životě. Výsledky mezinárodního výzkumu dospělých OECD PIAAC*. Praha: Dům zahraniční spolupráce.
- Thomas, W. L., D. S. Thomas. 1928. *The Child in America*. New York: Alfred A. Knopf.
- Webster, M., J. E. Driskell. 1978. „Status Generalization: A Review and Some New Data.“ *American Sociological Review* 43 (2): 220–236, <https://doi.org/10.2307/2094700>.
- Webster, M., J. E. Driskell. 1983. „Beauty as Status.“ *American Journal of Sociology* 89 (1): 140–165, <https://doi.org/10.1086/227836>.
- Webster, M., M. Foschi. 1988. *Status Generalization: New Theory and Research*. Stanford: Stanford University Press.
- Weidnerová, S., P. Matějů. 2015. „Hodnotový kontext volby mezi kariérou a domácností: mezinárodní srovnání.“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 51 (4): 637–666, <https://doi.org/10.13060/00380288.2015.51.4.210>.
- Wong, J. S., A. M. Penner. 2016. „Gender and the Returns to Attractiveness.“ *Research in Social Stratification and Mobility* 44: 113–123, <https://doi.org/10.1016/j.rssm.2016.04.002>.
- Wolf, N. 1991. *The Beauty Myth* [Kindle edition]. New York: William Morrow.

Příloha

Tabulka A. Deskriptivní statistiky klíčových proměnných

	Mean	SD	N	Minimum	Maximum
Vzdělání otce	1,992	0,0106	2157	1	3
Vzdělání matky	1,781	0,0116	2197	1	3
Počet knih v domácnosti rodičů	3,953	0,0261	2206	1	6
Hodnocení tazatelem	6,874	0,0352	2219	1	10
Sebehodnocení	5,800	0,0370	2201	1	10
BMI index	26,228	0,1035	2139	15,9	54,1
Vzdělání (počet let ve formálním vzdělávání)	12,859	0,0551	2220	5	21
Sociálně-ekonomický status zaměstnání	42,873	0,5185	1444	16	90
Měsíční příjem	21 891,7	408,13	1031	8366	159 537
Čtenářské kompetence	275,966	0,8539	2220	118,97	445,15
Numerické kompetence	275,756	0,9105	2220	124,99	425,31
Věk	40,531	0,3063	2220	16	65
			Procenta (%)		
Muži/ženy			50,2/49,8		

Zdroj: Šetření – Opomíjené dimenze lidského kapitálu (2015). Vlastní výpočty.