

Význam faktorů napodobování, fyzické atraktivity a druhu předávaných obsahů v aktivizaci prosociálního chování

The importance of imitation factors, physical attractiveness and type of forwarded content in the activation of pro-social behavior

Anna Szuster^{1*}

¹*Institut psychologii Uniwersytet Warszawski*

Abstrakt

V posledních letech vzrostl zájem o tělesné projevy emocí. Badatelé většinou poukazují na systém nervových buněk, zrcadlové neurony (mirroneurons), jako na neurofyziologický základ automatické mimiky a zpětné vazby. V předkládaném výzkumu byla verifikována hypotéza o vlivu nápodoby na prosociální chování. Získané výsledky potvrdily mimořádnou roli napodobování v rozvoji pozitivních vazeb k druhým lidem.

Klíčová slova: prosociální chování, teorie ztělesnění, empatie, mimika, zrcadlové neurony

Abstract

In the last years interest in physical manifestations of emotion is growing. Researchers usually indicate a system of nerve cells, mirror neurons, as the neurophysiological basis of automatic mimicry and feedback. In the present research was verified hypothesis about the impact of imitation on prosocial behaviour. The results confirmed the exceptional role of imitation in the development of positive relationships with other people.

Keywords: prosocial behaviour, embodimenttheories, empathy, mimicry, mirroneurons

Úvod

Klíčovou myšlenkou ve výzkumech altruismu a prosociálna je povaha stimulace, která se vytváří v konfrontaci s jedincem, který je v diskomfortní situaci (Batson, 1991; Lerner, 1980; Schwarz, 1976; Piliavin, Dovidio, Gaertner, & Clark, 1982; Horstein, 1978). Povaha

*Korespondenční autor: Institut psychologii Uniwersytet Warszawski, ul. Stawki 5/7, 00-183 Warszawa, Polska
e-mail: hanka@psych.uw.edu.pl

stimulace se liší v závislosti na faktorech, ze kterých pramení. Poukazuje se na postkognitivní charakter stimulace, generované kromě jiného prostřednictvím vzbuzení kognitivní empatie (Hoffman, 1990; 2000) nebo aktivizací emocí, které mají reflexivní povahu (Imbir & Jarymowicz, 2011), nabouráním zinternalizovaných sociálních norem (Berkowitz & Daniels, 1963; Leeds, 1963; Walster, Walster, & Berscheid, 1978; Gouldner, 1960) nebo osobních norem (Schwartz, 1976). Obsah a rozsah posledně jmenovaných dodefinovává jedince tím, že jim přidává vlastní význam, který je odvozen z individuálních sociálních zkušeností a reflexe. Zvláštnost takového afektivního stavu je determinována tím, jak svět a zejména jiní lidé jsou reprezentováni v myšlení jedinců.

Podtrhuje se rovněž afektivní charakter stimulace (Hoffman; 1990, Piliavin, Dovidio, Gaertner, & Clark, 1981) nebo automatický charakter regulace, jenž je odvozen z aktivizace emocí, které mají automatický charakter (Imbir & Jarymowicz, 2011). Celkem brzy se pozornost obrátila ke skutečnosti, že pozorování trpícího člověka vyvolává změny řady fyziologických parametrů (Scotland, 1969). McDougall (1920) se domníval, že expresivní projevy emocí vyvolávají na instinktivním principu stejnou reakci u pozorovatele. Dochází k tomu díky vrozenému mechanismu přijímání, který se označuje rovněž jako „percepční přítok“. Je přizpůsoben k přijímání určitých signálů nebo modalit doprovázejících expresivní projevy emocí a jejich přetváření na vhodnou odpověď v podobě afektivní reakce. Taková odpověď, která je označována jako soucítění, je automatickým výsledkem aktivity mechanismu uvědomování si, založeného na složitém systému spojení. Díky tomuto vrozenému mechanismu, se lze „nakazit“ emocemi. Lidské náchylnosti nakazit se emocemi druhých lidí si všímal rovněž Darwin (1872/1904). Na konci 19. století Le Bon (1886), pod dojmem působení davu, podtrhoval „nakažlivý“ charakter idejí a citů, které se šíří vysokou rychlostí, stejně jako je tomu u infekčních nemocí.

Tato vrozená schopnost reagování takovou stimulací, tvoří základ rozvoje mechanismů afektivní empatie (Eisenberg, 1992; Scotland, 1969; Eisenberg & Strayer, 1987; Barson, 1991). Má univerzální a automatický charakter a jejím základem je nervový systém. Tento afektivní rozměr empatie je zárukou lidského altruismu a působí, že utrpení lidí spojuje.

Role tělesnosti ve fungování společnosti

Afektivní druh aktivizace je úzce spojen s fyzickým. Z pohledu civilizačního vývoje, postoj k tělu a k tělesnosti ovlivňoval myšlení a zvyky a šířeji i kulturu. Tělo a tělesnost byly od nepaměti předmětem zájmu představitelů přírodních věd a lékařství, stejně tak i sociálních oborů, jako antropologie, sociologie, psychologie. Tělo představuje výchozí bod pro naši orientaci v přírodě i společnosti (Kant in Chałupnik, Dudzik, Kanabrodzki, & Kolankiewicz, 2008). Předchůdce humanistické geografie Yi-Fu Tuan (1987) připisoval lidskému tělu schopnost určování směrů (nahoru – dolů, doprava – doleva) spolu s jejich hodnocením. Jeho projevem je dominance nebe nad zemí a preference toho, co se nachází na pravé straně. Z fyzická jsou odvozeny rovněž základní početní metody – desetinná soustava (podle deseti prstů), kroky byly mírou délky a vzdálenosti. Umístění těla generuje dělení osob na vlastní a cizí, rozlišení tady a tam. S tělem bylo zacházeno jako s konstantou, která tvořila základ

sociálního a kulturního chování (v sociologii, medicíně, psychoanalýze) nebo jako proměnlivá veličina, která podléhá vlivům kultury a obyčejových proměn.

Nekončící přítomnost těla se promítá rovněž do způsobu reprezentování světa. V psychologii tělesnost do značné míry určovala zájem o emoce (srovnej koncepcce Jamese–Langeho – Oatley & Jenkinse, 2003) nebo taxonomie automatických a reflexivních emocí od Jarymowicze & Imbir, 2010), standardy hodnocení – ty, které mají orgasmický charakter, mající hédonistický charakter, střeží zájmy organismu (Golab & Reykowski, 1985) nebo souvisejí s identitou (Szostak, 1978).

Během poslední dekády zájem o tělesnost prožívá nebývalou renesanci. K tělu a zejména svalovým reakcím, k reflexům vedoucím od a ke stimulu, k automatickým, univerzálním aspektům neverbální komunikace (kývání hlavou) a zejména k tělesným projevům emocí, se začalo přistupovat jako k důležitým prvkům podporujícím orientaci ve společenském světě.

Teorie ztělesnění (embodimenttheories) poukazují na přímou roli tělesných reakcí v sociálním fungování člověka. Názor, že tělesné stavy tj. postoj, pohyby svalů, mimické výrazy, sehrávají důležitou roli v procesech, které probíhají v lidské psychice, a ty automaticky modifikují fungování sociální, emoční i poznávací, odráží podstatu ztělesnění (Barsalou, 1999, 2008; Barsalou, Niedenthal, Barbey, & Ruppert, 2003). V teoriích embodimentu se zdůrazňuje role, jakou v přetváření informací hraje informace, pocházející z těla a také to, že tělo je nezbytné v poznávacích procesech a slouží k poznání (Winkielman & Niedenthal, 2009).

Mimika – o možnostech tělesného pochopení druhých

Výsledky mnoha studií (Miles, Griffiths, Richardson, & Macrae, 2010) potvrzují obecně rozšířenou tendenci lidí ke spontánní koordinaci individuálního chování, včetně mimiky a chování, které bylo vyzorováno u partnera interakce. Lidé často a obvykle nevědomky napodobují malá gesta a mimické projevy – odpovídají na úsměv úsměvem nebo si třou bradu, když stejné gesto vidí u osoby, se kterou právě hovoří (Chartrand, Maddux, & Lakin, 2005). Rovněž byla vyzorována větší intenzita výskytu mimiky vůči oblíbeným osobám a těm, které bychom rádi blíže poznali (Chartrand & Bargh, 1999). Zároveň bylo zjištěno nevědomý pokles napodobování v případě kontaktu s neoblíbenými osobami nebo těmi, které řadíme mezi členy cizích skupin (Bourgeois & Hess, 2008).

Důležitým aspektem odvozeným z dovednosti povšimnutí si a rozeznání mimických projevů, nikoliv nutně odděleným od napodobování, je emoční empatie. Jejím zvláštním projevem je afektivní nákaza. Jedná se o proces, který nevyžaduje vědomou pozornost. V lidském vývoji se objevuje v raném období a je bezprostředním důsledkem přijímání emočních projevů jiných osob a zároveň individuální a situační způsobilostí přijímat určitý druh podnětů.

Četné výzkumy podporují oprávněnost hypotézy o kauzálním charakteru vztahu mezi motorickým napodobováním emočních projevů a afektivní nákazou.

Samotný projev určité mimické exprese může vyvolat pocit dané emoce, což prokázaly mimo jiné výzkumy, ve kterých omezení mimické exprese radosti a smutku, dosažené pomocí tužky držené v ústech, vedlo ke změně v hodnocení vtipnosti obrázků (Strack & Stepper,

1988). V jiném výzkumu (Duclos, Laird, & Scheider, in Wróbel, 2008) se autoři obrátili na testované osoby se žádostí, aby napjali určité svaly, k úkolu byla připravena podrobná instrukce ovšem bez zmínky týkající se konkrétní emoce. Aktivizace obsahovala čtyři druhy exprese, jednalo se o strach, smutek hněv a odpor. Uvedený výraz musely testované osoby podržet po dobu šesti sekund. Poté měly na škále určit intenzitu prožitku devíti různých emocí. Ukázalo se, že nejintenzivněji byla prožívaná emoce, která se vyjadřovala prostřednictvím mimiky. Zpětná vazba definuje mechanismus, který spočívá na prohloubeném pocíťování emocí v důsledku aktivizace určitého mimického výrazu.

Série výzkumů prokázala, že podstatou emoční náказы je právě tendence k automatickému napodobování mimického výrazu, co následně vede k přejímání cizích emocí (Hatfield, Hsee, Costello & Weisman, 1995). V jednom experimentu vystupovaly osoby, z čehož jedna hovořila o smutné a druhá o veselé životní zkušenosti, jejich vyprávění bylo doprovázeno adekvátním mimickým projevem. Po vyslechnutí obou historek měli probandi určit pomocí škály vlastní emoční stav. Navíc emoční projev probandů měli hodnotit kompetentní hodnotitelé, kteří nebyli seznámeni s cílem experimentu. Výsledky jasně ukázaly, že mimický projev probandů souhlasil s deklarovanými emocemi a navíc se shodoval v otázce obsahu s emocemi shlédnutými ve filmu.

Badatelé většinou poukazují na systém nervových buněk, kterým se říká zrcadlové neurony (mirror neurons), jako na neurofyziologický základ automatické mimiky a zpětné vazby. Jedná se o specifický druh neuronů, které se specializují na kódování celých pohybových programů. Tyto neurony se označují rovněž jako neurony plánování jednání. Tyto buňky se nachází v dolní části kůry předpohybové, jsou spojeny s ostatními neurony pohybu, které bezprostředně koordinují pohyby svalů. Jejich mimořádné vlastnosti byly zprvu popsány u opic (Rizzolatti, Fadigma, Fogassi & Gallese, 1996), následně pak u lidí, u kterých byly zkoumány pomocí neurozobrazovací techniky (Bauer, 2008). Bylo zjištěno, že právě tyto buňky se podílí na vzniku svého druhu neurobiologické rezonance. Zrcadlové buňky se aktivizují v rámci plánování určité činnosti, v průběhu její realizace, jakož i během pozorování nebo spoluprožívání s někým, kdo se spolupodílel na této činnosti.

Vliv napodoby na vztahy k druhým

Nejnovější výzkumy sociální psychologie poukazují na vliv, který na sociální fungování mohou mít procesy, na kterých se podílejí zrcadlové neurony. V důsledku napodobování dochází k facilitaci kontaktu tak, že jedinec, který je napodobován reaguje náklonností vůči jedinci, který zrcadlí jeho projev (srovnej výzkumy Van Baarena, Hollanda, Steenaerta a Van Knippenberga). Také napodobující má většinou, byť existují výjimky, potvrzující opak, větší sklon mít rád osobu, kterou napodobuje (Van der Velde, Staper, & Gordijn, 2010). Napodobování posiluje sympatie a pocit porozumění, interpersonální blízkost, pocíťovanou podobnost s Já, jakož i kontinuitu interakce (Stel, Van Baaren, & Vonk, 2008). Tento druh mimiky je označován dokonce jako sociální lepidlo (social glue), které spojuje lidi a vytváří harmonické vztahy (Lakin, Jefferis, Cheng, & Chartrand, 2003).

Napodobování však má selektivní povahu, imitace neafiliativních emocí (jako například hněvu), může vést k větší averzi vůči osobě, kterou člověk napodobuje než, když se pozorovatel zdrží napodobování (Van der Velde et al., 2010).

Vliv napodobování na prosociálně

Spojení mezi empatií a prosociálním chováním je v psychologii důkladně doloženo. Hoffman (1990) nahlíží na empatii jako na most, spojující prožívání emocí druhého člověka s prosociálním chováním. Aktivizace empatie v důsledku napodobování, stejně jako souvislost mezi empatií a prosociálním chováním, vedly vědce k hledání vazby mezi mimikou a pomáháním druhým.

Výzkumy byly nejdříve orientované na zkoumání prosociálnosti u napodobovaných osob. Van Baaren, Holland, Kawakami a Van Knippenberg (2004) dokládají, že mimika zvyšuje chuť pomáhat (cestou operacionalizace bylo zvoleno sbírání drobných mincí, které náhodou vypadly buď napodobující osobě, nebo někomu jinému). Chuť pomáhat směřovala nejen k osobě napodobující, ale zároveň k cizím osobám. Napodobování jedinci byli otevřenější rovněž k věnování peněz charitativní organizaci, než kolik bylo ochotných osob v kontrolní skupině.

V dalších experimentech (Stel et al., 2008) byl prokázán podobný mechanismus rovněž u osob, které napodobovaly. Probandům byl promítnut film, ve kterém člen charitativní organizace, která pečuje o zvířata PETA, hovoří o potřebě pomoci zvířatům. Podle podmínek se badatelé obraceli na probandy a žádali je o napodobování nebo zdržení se od napodobování emočních projevů osoby, která vystupovala ve filmu. Po zhlédnutí filmu měli probandi možnost finančně podpořit organizaci PETA. Zjistilo se, že ti, kteří napodobovali mimiku, byli častěji ochotni věnovat peníze na pomoc zvířatům. Další výzkumy potvrdily tuto závislost rovněž v případě, kdy jedinec, který byl předmětem nápodoby, nebyl spojen s charitativní organizací, pro kterou byly nabízené peníze.

Výzkum

V níže předkládaném výzkumu byla verifikována hypotéza o vlivu nápodoby na prosociální chování. Pozornost byla věnována jeho obecnější podobě, bez vazby s napodobovaným objektem. Většina výzkumů (srovnej vliv napodobování) poukazuje na regulační vliv nápodoby na nárůst prosociálnosti, platí to však vůči napodobovaným osobám. Výhodiskem výzkumu byl předpoklad, že napodobování aktivizující základní mechanismy nemusí mít specifický charakter a může vést k zintenzivnění prosociálnosti vůči jiným objektům nežli těm, které se staly předmětem nápodoby.

Zájem byl soustředěn rovněž na fyzickou atraktivitu. Ve výzkumech významu mimiky nebyla fyzická atraktivita mnohdy zohledňována. Její zařazení se zdálo být opodstatněné zejména v kontextu velkého množství dat, které dokládají nadměrný velký vliv atraktivita na zaujímání postoje a to zejména v případě, kdy je objekt spatřen poprvé (srovnej Wojciszke, 2002; Walster, Aronson, Abrahams, & Rottmann, 1966). Údaje ukazují, že fyzická atraktivita

modifikuje postoje právě vzhledem k prosociálnosti. Atraktivní jedinci jsou daleko častěji příjemci prosociálního chování (Hatfield & Sprechel, 1986; Benson, Karabenick, & Lerner, 1976). Jsou rovněž daleko úspěšnější ve vyhledávání pomoci určené jiným osobám, jako například tváře sociální kampaně (Baggozi & Moore, 1994). Ve společnosti atraktivních osob jsou lidé častěji ochotni se chovat příjemně a společensky přijatelně (Snyder, Tanke, & Berscheid, 1977). Lze tedy předpokládat, že expozice fyzicky atraktivní osoby povede k nárůstu prosociálního chování.

Zájem byl věnován rovněž tomu, zda druh předávaných informací exponovaným jedincem může mít facilitační charakter a může vést k nárůstu prosociálnosti. V citovaných výzkumech byla předmětem napodoby osoba, která byla členem charitativní organizace. Zatímco se v dalších výzkumech měnily prezentované emoce, v pozadí předávaného obsahu zůstával stále stejný prosociální kontext. Určitá část výzkumů sugeruje, že nejen samotné napodobování, ale zároveň i kontext a druh imitovaného projevu, má vliv na zaujetí postoje. Z uvedených výzkumů (Van der Velde et al., 2010) vyplývá, že napodobování neafiličních emocí vede k nárůstu averze vůči napodobované osobě, což potvrzuje skutečnost, že napodobování ne vždy a za všech okolností vede k nárůstu sympatie. Pravdou zůstává, že v jiných výzkumech (Sten et al., 2008) nebyly zaznamenány rozdíly v intenzitě prosociálnosti a to bez ohledu na druh imitovaných emocí, ovšem nebyl kontrolován vliv obsahového kontextu promítaného filmu.

Vzhledem k nejednoznačným výsledkům, bylo ve zde prezentovaném výzkumu snahou explarovat, zda mají a pokud ano pak, jaký mají vliv předávané exponovaným jedincem obsahy na nárůst prosociálnosti.

Metody

Výzkum měl experimentální a individuální charakter. Manipulovány byly podmínky napodobování vs. zdržení se napodobování, předávání prosociálně orientovaných obsahů vs. orientace na sebe, které prezentoval jedinec exponovaný ve filmu. Předmětem manipulace byla dále atraktivita exponovaného jedince – byl prezentován jednak velmi atraktivním a jednak průměrně atraktivním jedincem. Závisle proměnnou byla výše příspěvku věnovaného nadaci.

Pro účely operacionalizace fyzické atraktivity a druhu předávaných informací byly použity čtyři verze filmového materiálu. Každý příspěvek prezentoval pětiminutovou výpověď jedné ze dvou mladých žen, které se od sebe lišily fyzickou atraktivitou a předávaným obsahem. Podmínky napodobování vs. zdržení se napodobování byly navozeny prostřednictvím slovní instrukce, která informovala zkoumané osoby, aby buď napodobovaly mimiku, nebo se zdržely napodobování a pozorovaly osobu exponovanou ve filmu s kamennou tvář.

Filmový materiál, fyzickou atraktivitu žen a obsah jejich sdělení hodnotili kompetentní hodnotitelé.

Každá ze dvou žen se objevila ve dvou filmových spotech. Rozhovor obsahoval stejný scénář se stejnými otázkami týkající se činnosti a spokojenosti s realizací osobních plánů. V obou případech odpovědi silně ukázaly, spokojenost s prací, hrdinky nevyjádřily touhu ke změně. Délka poskytnuté doby byla stejná. Verze se lišily v obsahu odpovědí. V jednom

případě byl obsah laděn výrazně prosociálně. Představitelem byla osoba (hodnocená jako fyzicky velmi atraktivní a fyzicky méně atraktivní), která pracovala s dětmi z rodin, nacházejících se v obtížných situacích. Její výpovědi byly zaměřeny na děti a jejich situaci. Mluvila o různých formách pomoci: v učení, v domácích úkolech, při organizaci her – učících spolupracovat. Zdůrazňovala spokojenost s výsledky svých žáků, radost z toho, že se dostali do dalšího ročníku. Podtrhla sympatie pro ostatní, zdůrazňovala svou náklonnost k druhým, soucit a vůli pomáhat, ukazovala na schopnosti, a jak málo stačí, aby jim pomohla. Zdůraznila vzájemnou náklonnost. V druhém spotu, obsahově zaměřeném na Já, byla prezentována osoba (hodnocená jako fyzicky velmi atraktivní a fyzicky méně atraktivní), pracující pro velkou korporaci. Své odpovědi soustřeďovala na sebe, akcentovala hodnotu vlastní práce a z ní plynoucí zisky, distancovala se od aktivit nesoucích pomoc druhým. Její život je plný práce a profesionálních jednání. Příprava na ně vyžaduje znalosti a předem vypracovanou strategii. Prioritou je rychlá a úspěšná kariéra. Práce ji pohlcuje tak moc, že není schopna jednou za měsíc navštívit své rodiče. Je také toho názoru, že by se pomáháním měli zabývat profesionálové. Příležitostná pomoc je podle této osoby plýtváním zdroji a energie.

K měření reálného chování byla připravena možnost věnování finančního příspěvku na charitativní účely. Aby byla eliminována situace, kdy zkoumaná osoba nemá u sebe peníze, byla všem za účast ve výzkumu vyplacena peněžitá odměna. Hotovost 10 zlotých (asi 60 Kč) byla vyplacena v několika mincích tak, aby bylo možno sestavit rozdílnou hodnotu potenciálního příspěvku.

V rámci experimentu byla ke spolupráci vybrána známá nadace AKOGO (zakladatelkou nadace je v Polsku populární herečka, která léta pečuje o nemocnou dceru. Nadace se věnuje pomoci dětem po těžkých úrazech mozku. – pozn. překladatele), která nevzbuzuje pochybnosti o svém prosociálním zaměření. Nadace (v době experimentu – pozn. předkladatele) sbírala peníze na stavbu kliniky určené dětem v kómatu. Výběr nadace byl rovněž určen snahou předejít u testovaných osob možnému nedorozumění či omylu. V místnosti, kde probíhal výzkum, visel plakát nadace, na kterém byla uvedena prosba o pomoc. Po seznámení probandů s cílem a jednotlivými kroky studie, jim byla vyplacena finanční odměna za účast ve výzkumu, následně byl promítnut film a výzkumník odešel z místnosti. Tato procedura zajistila možnost se svobodně rozhodnout věnovat (či nikoliv) peníze a to bez případného ovlivňování probandů přítomností výzkumníka. Zkoumané osoby věnovaly peníze do zaplombovaných kasiček. Obsah kasiček byl kontrolován po skončení testování každé varianty výzkumu. Ukazatelem prosociálního jednání byla suma peněz získána v jednotlivých variantách výzkumu.

Průběh výzkumu

Po objasnění cíle a průběhu výzkumu (včetně pravidel, kterými se řídí percepce a hodnocení druhých), experimentátor před odchodem z místnosti (v rámci standardizované instrukce) informoval probandy o možnosti věnování peněz nadaci, upozornil na plakát a kasičku. Následně probandi zhlédli jednu z osmi verzí filmu s variantou napodobování versus

zdržení se napodobování. Na konci vyplnili dotazník, jehož výsledky nejsou předmětem prezentovaného výzkumu.

Výzkumný soubor

Soubor tvořilo 80 žen ve věku mezi 19–24 roky. Šlo o studentky v prvních ročnících studia na univerzitě ve Varšavě. Omezení testování na ženy bylo provedeno kvůli eliminování vlivu pohlaví, protože ženy mají průkazně větší empatickou citlivost (de Vignemont & Singer, 2002; Matczak, Piekarska, & Studniarek, 2005).

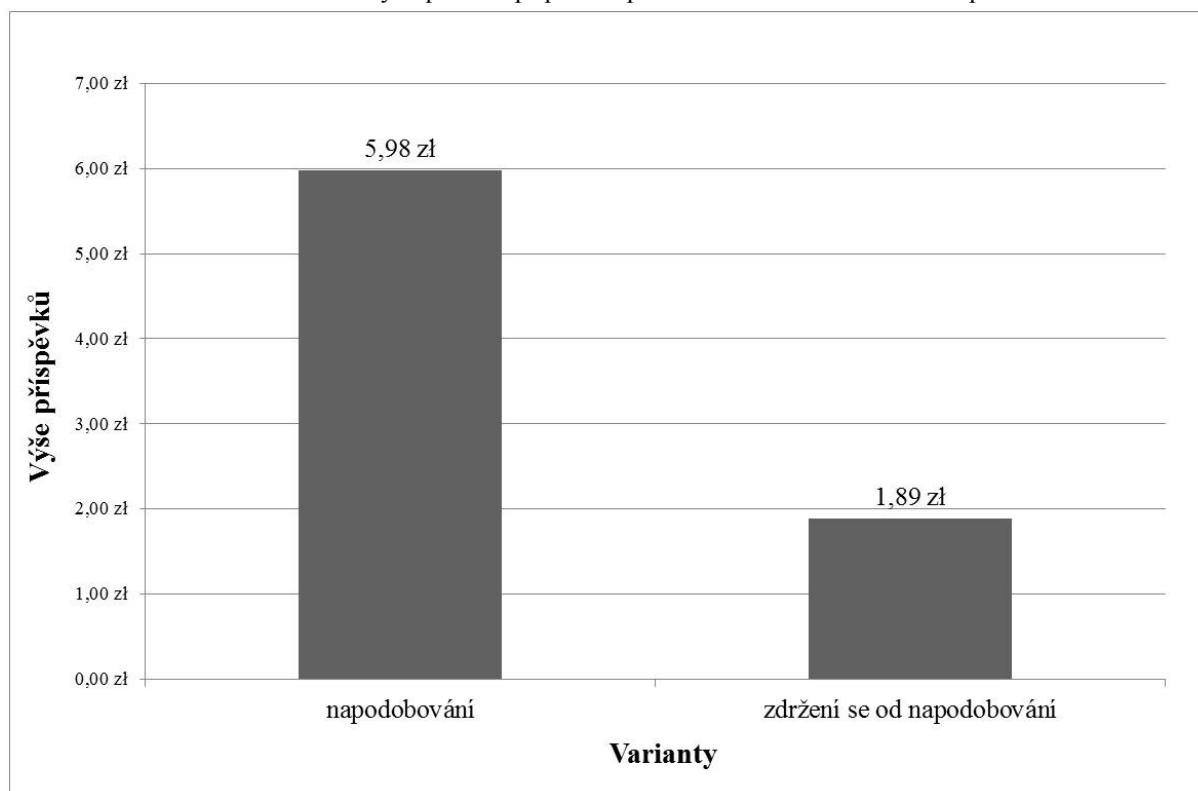
Výsledky

Nezávisle na verzích filmu u varianty s napodobováním průměrná hodnota věnovaných peněz činila 5,975 zlotých ($SD = 0,9347$) a u varianty se zdržením se od napodobování 1,885 zlotých ($SD = 0,8011$). Zjištěný rozdíl je signifikantní ($t_{(78)} = -19,923$) $\alpha < 0,01$). V případě napodobování byla získaná hodnota příspěvků statisticky významně větší než u varianty se zdržením se od napodobování.

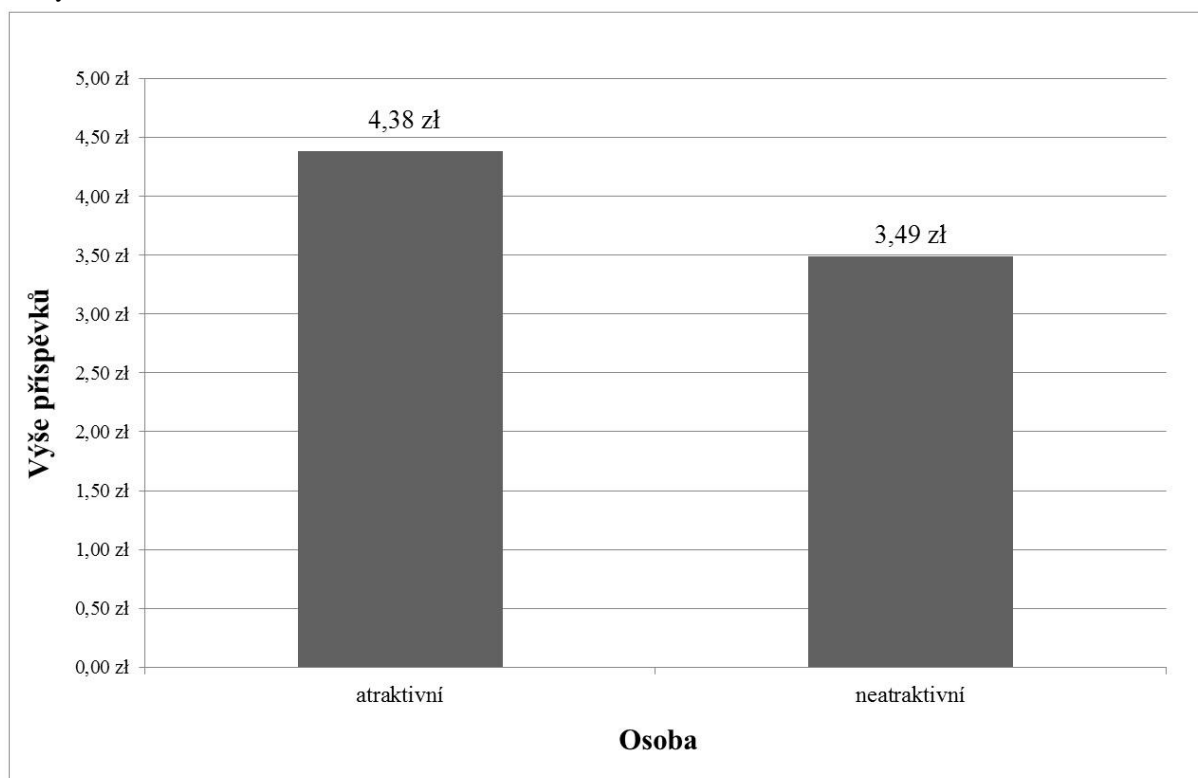
K ověření hypotézy o vlivu atraktivity objektu na prosociální chování byl použit Kolmogorovův–Smirnovův test, volba testu byla podmíněna nenormálním rozložením souboru. Zároveň byl použit Mann–Whitneyův U test. Výsledky analýz ukázaly, že v případě expozice atraktivní osoby se výše věnovaných prostředků pohybovala průměrně na hodnotě 4,375 zlotých ($SD = 2,175$). U méně atraktivní osoby činil průměr vybraných peněz 3,485 zlotých ($SD = 2,264$). Výsledky Mann–Whitneyova U testu ukázaly na signifikantní rozdíl ($U = 600$, $\alpha = 0,050$). V případě, kdy byla exponována fyzicky atraktivní osoba, byla věnována statisticky významně vyšší částka peněz.

K verifikaci otázky směřující k zjištění vlivu předávaného obsahu, buď prosociálně orientovaného nebo orientovaného na Já, na prosociální chování, z důvodu nesplnění podmínky normálního rozložení souboru, byl použit Kolmogorovův–Smirnovův test. Výsledky analýz přinesly následující zjištění: v případě předávání prosociálně laděného obsahu průměrná hodnota věnovaných peněz činila 3,535 zlotých ($SD = 2,175$). V případě předávání obsahu orientovaného na Já darovaný příspěvek průměrně dosáhl hodnoty 4,325 zlotých ($SD = 2,264$). Srovnáním U testu byl zjištěn statisticky významný rozdíl ($U = 600$, $\alpha = 0,050$). Znamená to tedy, že suma věnovaných peněz v situaci předávání prosociálně laděného obsahu byla signifikantně nižší než v případě obsahu koncentrovaného na Já. Dvousložkové variační analýzy nezjistily interakční vlivy napodobování a fyzické atraktivity, fyzické atraktivity a druhu předávaného obsahu a konečně druhu předávaného obsahu a napodobování na prosociální chování. Bylo zjištěno pouze, že signifikantně nejvyšší suma peněz ($2,87$, $t_{(38)} = 4,944$, $\alpha < 0,01$) byla věnována v případě, kdy manipulovanými proměnnými byly prosociálně laděný obsah a průměrná atraktivita exponované osoby.

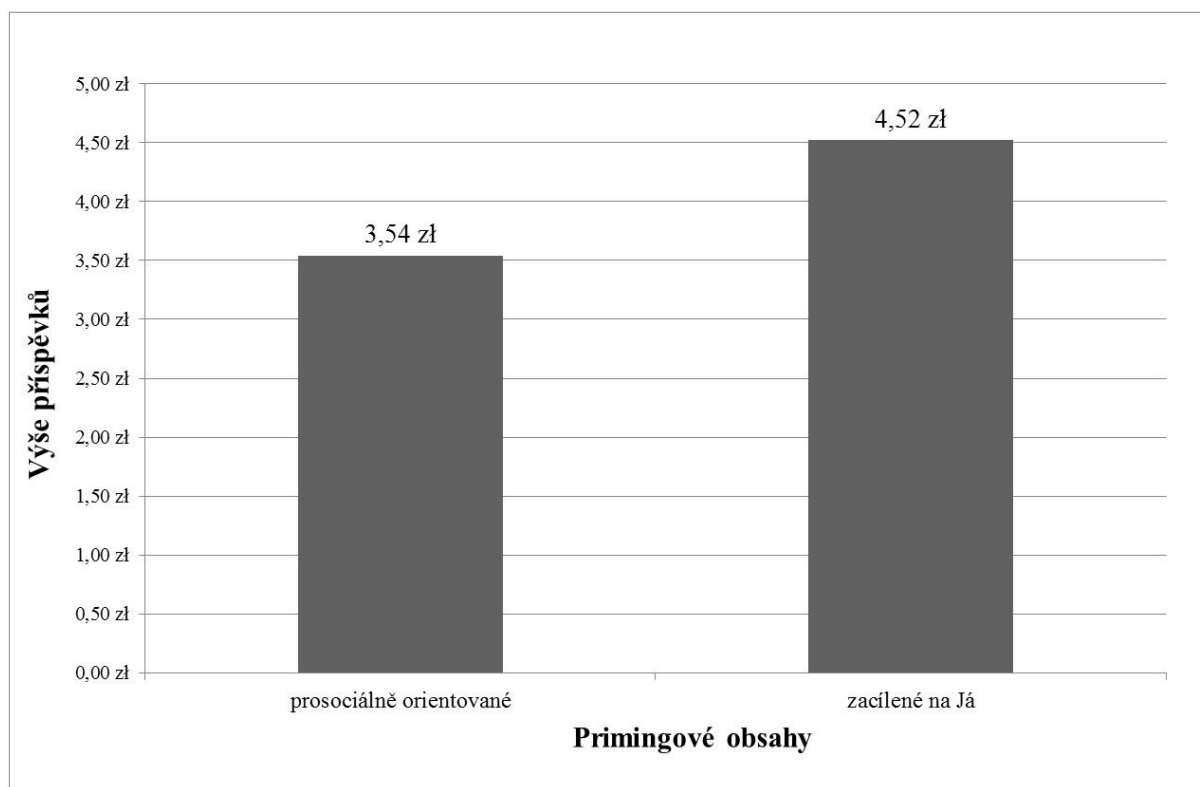
Graf 1: Průměrná hodnota věnovaných peněz v případě napodobování vs. zdržení se od napodobování



Graf 2: Průměrná hodnota věnovaných peněz v případě expozice fyzicky atraktivní vs. průměrně atraktivní osoby



Graf 3: Průměrná hodnota věnovaných peněz v případě obsahu prosociálně laděného vs. obsahu orientovaného na Já



Tabulka 1: Průměrná hodnota věnovaných peněz po setkání s osobami s rozdílnou fyzickou atraktivitou a obsahem orientovaným prosociálně vs. zacíleným na Já v případě napodobování vs. zdržení se napodobování

Atraktivita objektu Druh předávaného obsahu	Varianta s napodobováním	Varianta se zdržením se od napodobování	Hladina významnosti rozdílů věnovaných peněz
Atraktivní objekt, prosociální obsah	7,0 zł	1,4 zł	0,01
Atraktivní objekt, obsah zacílený na Já	5,7 zł	3,4 zł	0,05
Málo atraktivní objekt, prosociální obsah	4,6 zł	1,4 zł	0,01
Málo atraktivní objekt, obsah zacílený na Já	6,6 zł	1,6 zł	0,01

Tabulka 1 prezentuje průměrnou hodnotu věnovaných peněz u jednotlivých variant výzkumu. Jak je patrné, bez ohledu na druh předávaného obsahu a atraktivitu objektu, v případě napodobování významně rostla výše věnovaných peněz. Dokonce v potenciálně nejméně příznivých podmínkách – předávání obsahu koncentrovaného na Já a malé atraktivitu objektu – napodobování facilite prosociální chování.

Diskuse a závěr

Hlavním cílem výzkumu bylo pokusit se integrovat premisy, které přinesly výzkumy v oblasti embodimentu (poukazující na význam různých reprezentací a tělesných aktivit, zejména aktivizací svalů, které jsou charakteristické v určitých afektivních stavech) s aspektem fyzické atraktivity a faktory více kognitivního charakteru (druh předávaných obsahů).

V části týkající se vlivu mimiky a fyzické atraktivity měl výzkum spíše replikační charakter. Získané výsledky opětovně potvrdily mimořádnou roli napodobování v rozvoji pozitivních vazeb, zvláště v případě ochoty přispět na dobročinnou sbírku. Tento výsledek s různou intenzitou byl zaznamenán bez ohledu na vliv jednotlivých proměnných jako například druh předávaných obsahů nebo fyzická atraktivita. Z uvedeného vyplývá, že popsáný jev má základní, automatický a zároveň adaptační charakter.

Otázkou zůstává mechanismus vedoucí k nárůstu prosociálního chování. Postuluje se zprostředkující role afektivní empatie. Vybuzená cestou napodobování a skrze zpětnou vazbu, která vzniká v důsledku uvedeného mechanismu, aktivizuje prosociální stav myšlení – základ prosociálního chování (Stel et al., 2008; Macrae & Johnstone, 1998). Výsledky zkoumání prosociálnosti u osob napodobovaných a poté rovněž u osob napodobujících potvrdily hypotézu, že mimika generuje obecnou změnu orientace, druh obecného prosociálního stavu myšlení. Byla zaznamenána zřetelná a zobecněná změna orientace na druhé lidi, stejně tak u osob napodobovaných, jakož i napodobujících (Stel & al., 2008). Potvrzena byla rovněž zprostředkující role afektivní empatie – osoby, které se soustředily na emoční rovinu, intenzivněji projevovaly své prosociální chování než osoby, které se koncentrovaly na kognitivní oblast prezentovaného filmu (Stel et al., 2008).

Získané výsledky lze interpretovat jako potvrzení zprostředkující funkce afektivní empatie a prosociálního stavu myšlení, které se ukázaly být efektivní při zvyšování prosociálního chování. Uvedený prosociální stav myšlení má nespecifický charakter, neomezuje se pouze na napodobovaný objekt, ale se vztahuje k širšímu dění. V našem výzkumu byly věnované peníze určeny nadaci, jejíž přítomnost (zprostředkovaná pouze skrze plakát) nebyla žádným způsobem spojena s osobou exponovanou ve filmu.

Navzdory rčení *proti gustu žádný dišputát*, což implicitně vyjadřuje, že vzhled, krása, atraktivita mají relativní a individuální charakter, výzkumy ukazují, že nezávisle na dílčích individuálních odlišnostech v rámci jedné kultury, lidé zpravidla sdílí společná kritéria hodnocení (Cunningham, Roberts, Druen, & Wu, 1995).

V souladu s většinou údajů se zdá, že fyzická atraktivita prospívá rozvoji prosociálnosti. Získané výsledky jsou ve shodě s jinými, které ukazují, že atraktivní obličej nejen zintenzivňuje sympatie a prosociálnost směrem k této osobě, ale popsáný výsledek lze generalizovat – prosociálnost roste rovněž směrem k dalším lidem. Uvedená situace nastala v předloženém výzkumu, protože věnované peníze šly na podporu nadace a nikoliv osoby prezentované ve filmu. Vliv fyzické atraktivity má proto charakter automatický, zobecněný. Je nejvíce percepčně dostupnou proměnnou, její vliv je mimovolní, zůstává mimo kontrolu subjektu.

Explorační otázka se týkala vlivu předávaných obsahů laděných prosociálně vs. zacílených na Já, na prosociální chování. Nepřímým záměrem bylo ověření, zda v podmínkách napodobování regulační roli plní pouze empatie, aktivizující automatický a afektivní způsob hodnocení.

Získané výsledky se zdají být v rozporu s intuicí, ukazující větší intenzitu prosociálního chování v podmínkách předávání obsahu koncentrovaného na Já. Tento výsledek si žádá bedlivější přístup k mechanismům, které se podílí na zvětšování prosociálního chování. Může dokládat fakt, že chování uskutečňované v situaci napodobování, není řízeno pouze automatickým charakterem psychických procesů.

Pravděpodobná se zdá být aktivizace reaktance. Prezentovaný prosociální postoj vyžaduje angažovanost, a navíc je velmi společensky ceněn. Tento pozitivní kontext mohl být vnímán jako svého druhu nátlak na ty hodnoty, které se pojí s prosociálností, což mohlo vyvolat opačnou reakci. Uvedený mechanismus byl odhalen v mnoha výzkumech, rovněž v kontextu prosociálnosti (srovnej např. Karyłowski, 1982), může vysvětlovat pokles mimoosobního zapojení v podmínkách, kdy je předáván prosociálně laděný obsah.

Otázkou zůstává, proč v podmínkách předávání obsahu koncentrovaného na Já, jsme obdrželi výsledek, poukazující na větší míru pomáhání. Možná, že kontakt s tímto druhem obsahu generoval koncentraci na Já, aktivizující endocentrické mechanismy prosociálního chování (Karyłowski, 1982; Szuster, 2005), jež jsou odvozeny od snahy podržet si pozitivní sebeobraz. Proto předávání obsahu koncentrovaného na Já, zřejmě vedlo k větší koncentraci na Já, což zase přispělo k aktivizaci autovalorizačních motivů. Podpora dobročinné organizace přitom uvedený motiv dobře realizuje.

Zjištěný vliv druhu předávaných obsahů na prosociální chování se liší od vlivu odvozeného z napodobování a z fyzické atraktivity. Lze se domnívat, že jeho podstata má post-kognitivní charakter.

Získané výsledky neodhalily interakci mezi žádnou z aktivizovaných oblastí: napodobováním, fyzickou atraktivitou a druhem předávaných obsahů. Tato situace napovídá, že jejich fungování je na sobě nezávislé, je založeno na jiných mechanismech, jejichž vliv na prosociálnost nemá aditivní charakter. Stel a jeho spolupracovníci (2008) se domnívali, že mechanismem, který se aktivizuje prostřednictvím napodobování je afektivní empatie – primární, automatický proces, nezapojující kulturní kontext, zůstávající stranou vědomé reflexe. Naproti tomu vliv předávaných obsahů je zřejmě odvozen z aktivizace kognitivních mechanismů.

Ačkoliv nebyl odhalen interakční vliv fyzické atraktivity a předávaných obsahů na prosociální chování, v případě, že málo atraktivní osoba předávala prosociálně laděný obsah, výše věnovaných příspěvků na charitu byla signifikantně nejnižší. Možná, že prosociálnost osoby v kombinaci s nízkou fyzickou atraktivitou mohly být interpretovány jako určitý způsob optimalizace sociálního fungování. Jinými slovy, instrumentální kontext této situace mohl vést ke vzniku odstupů, důsledkem čeho se snížila prosociálnost testovaných osob.

Závěrem stojí za to si všimnout skutečnosti, že všechny proměnné, manipulované v tomto výzkumu, tedy: druh předávaných obsahů, fyzická atraktivita, napodobování modifikovaly prosociální chování vztahované k jinému objektu – nadaci věnující se dětem v kómatu. Rozhodnutí o věnování peněz bylo přijímáno v podmínkách aktivizujících mechanismy

afektivní (odvozené od napodobování, fyzické atraktivity) a možná i kognitivní (odvozené od předávaných obsahů). Zdrojem aktivizujícím tyto různorodé mechanismy byl přece jen jiný objekt než ten, který byl potenciálním beneficentem štědrosti testovaných osob. Nezávisle na dílčích mechanismech, tento prosociální stav myšlení a orientace na druhé byly generalizovány.

Vše co děláme, prochází filtrem naší tělesnosti, tedy i to jak vidíme svět nebo, jak reagujeme na druhé lidi, závisí na ní. Tělo je a zůstane prvním a nejpřirozenějším nástrojem člověka (Mauss, 1973). Rozum utvářený v průběhu individuálních zkušeností doplňuje a obohacuje naše fungování a způsobuje je více složitě a individualizované.

Zdroj financování

Text a výzkum byly financovány z prostředků BST Fakulty psychologie Varšavské univerzity a grantu Osobnostní aspekty prosociálního chování v kontextu dobrovolnictví, projekt GA ČR č. 407/1/0380.

Literatura

- Bagozzi, R. P., & Moore, D. J. (1994). Public Service Advertisements: Emotion and Empathy Guide Prosocial Behavior. *Journal of Marketing*, 58, 56–70.
- Barsalou, L. W. (1999). Perceptual symbol system. *Behavioral and Brain Sciences*, 22, 577–660.
- Barsalou, L. W. (2008). Grounded cognition. *Annual Review of Psychology*, 59, 617–645.
- Barsalou, L. W., Niedenthal, P. M., Barbey, A. K., & Ruppert, J. A. (2003). Social Embodiment. *Psychology of Learning and Motivation*, 43, 43–92.
- Batson, C. D. (1991). *The altruism question: Toward a social-psychologist answer*. New York Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bauer, J. (2008). *Empatia. Co potrafią ilustrzaneneyony*. (překl. M. Guzowska-Dąbrowska) Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Benson, P. L., Karabenick, S. A., & Lerner R. M. (1976). Pretty pleases: The effects of physical attractiveness, race, and sex on receiving help. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12 (5), 409–415.
- Berkowitz, L., & Daniels L. R. (1963). Responsibility and dependency. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 429–437.
- Bourgeois, P., & Hess, U. (2008). The impact of social context on mimicry. *Biological Psychology*, 77, 343–352.
- Chałupnik, A., Dudzik, W., Kanabrodzki, M., & Kolankiewicz, L. (2008). *Antropologiadwidowisk.Zagadnienia i wybórtekstów*. Warszawa: Wydawnictwa U. W.
- Chartrand, T. L., Maddux, W., & Lakin, J. (2005). Beyond the perception–behavior link: The ubiquitous utility and motivational moderators of nonconscious mimicry. In R. Hassin, J. Uleman, & J. A. Bargh (Eds.), *The New Unconscious* (pp. 334–361). New York: Oxford University Press.
- Chartrand, T. L., & Bargh, J. A. (1999). The chameleon effect: The perception–behavior link and social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 893–910.

- Cialdini, R., Brown, S. L., Lewis, B. P., Luce, C., & Neuberg, S. L., (1997). Reinterpreting the Empathy – Altruism relationship: When One Into One Equals Oneness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73 (3), 481–494.
- Cunningham, M. F., Roberts, A. R., Barbee, A. P., Druen, P. B., & Wu, C. (1995). “Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours”. Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59 (1), 61–72.
- Darwin, K. (1872/1904). *The expression of the emotions in the man and animals*. London: Murray.
- Davis, M. (1999). *Empatia. O umiejętności współodczuwania*. (překl. J. Kubiak). Gdańsk: GWP.
- de Vignemont, F., & Singer, T. (2006). The empathic brain: how, when and why? *Trends in Cognitive Sciences*, 10 (10), 435–441.
- Eisenberg, N. (1992). *The caring child*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Eisenberg, N., & Strayer, J. (1987). Critical issues in the study of empathy, In N. Eisenberg & J. Strayer (Eds.), *Empathy and its development* (pp. 3–13). Cambridge: Cambridge University Press.
- Glaser, J., & Banaji, M.R. (1999). When Fair is Foul and Foul is Fair: Reverse Priming in Automatic Evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 669–689.
- Gołąb, A., & Reykowski, J. (1985). *Studia nad rozwojem standardów ewaluacyjnych*. Wrocław: Ossolineum.
- Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25, 161–178.
- Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Utajone poznania społeczne: postawy, wartościowanie siebie i stereotypy. *Przegląd Psychologiczny*, 38, 11–63.
- Hatfield, E., Hsee, Ch. K., Costello, J., & Weisman, M. S. (1995). The impact of vocal feedback on emotional experience and expression. *Journal of Social Behavior and Personality*, 1, 293–312.
- Hatfield, E., & Sprecher, S. (1986). *Mirror, mirror...: The importance of looks in everyday live*. Albany, NY: Suny Press.
- Hoffman, M. L. (1990). Empatia a aktywność prospołeczna. In J. Reykowski, N. Eisenberg, & E. Staub (Eds.), *Indywidualne i społeczne wyznaczniki wartościowania* (s. 77–97). Wrocław: Ossolineum.
- Hoffman, M. L. (2000). *Empathy and Moral Development. Implication for Caring and Justice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Horstein, H. A. (1978). Promotive tension and prosocial behavior: a Lewinian analysis, In L. Wispe (Ed.), *Altruism, sympathy and helping: Psychological and sociological principles* (pp. 177–207). New York: Academic Press.
- Imbir, K., & Jarymowicz, M. (2011). Wzbudzanie emocji o genezie automatycznej bądź refleksyjnej a przejawy efektywności kontroli uwagi w Teście Antysakkad. *Psychologia, Genetyka, Zachowanie*, 23, 9–28.
- Jarymowicz, M. (1979). *Modyfikowanie wyobrażeń dotyczących Ja dla zwiększenia gotowości do zachowań prospołecznych*. Warszawa: Wyd. PAN.
- Jarymowicz, M. (1994), (Ed.). *Poza egocentryczna perspektywa widzenia siebie i świata*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Jarymowicz, M. (2001a), (Ed.). *Pomiędzy afektem a intelektem. Poszukiwania empiryczne*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Jarymowicz, M. (2001b). JA w automatycznym przetwarzaniu informacji (o roli JA–podmiotowego), In R. K. Ohme, M. Jarymowicz, & J. Reykowski (Eds.), *Automatyzmy w procesach przetwarzania*

- informacji (s. 103–121). Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN i Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej.
- Jarymowicz, M. (2008). *Psychologiczne podstawy podmiotowości*. Warszawa: Wydawnictwo: PWN.
- Jarymowicz, M. (2009). Czy jesteśmy egoistami? In M. Kofta, & T. Szustrowa (Eds.), *Złudzenia które pozwalają żyć* (s. 91–115). Warszawa; Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jarymowicz, M., & Imbir, K., (2010). Próba taksonomii ludzkich emocji. *Przegląd Psychologiczny*, 53 (4), 439–461.
- Karyłowski, J. (1982a). *O dwóch typach altruizmu. Badania nad endo- i egzocentrycznymi źródłami podejmowania bezinteresownych działań na rzecz innych ludzi*. Wrocław: Ossolineum.
- Karyłowski, J. (1982b). Two Types of Altruistic Behavior: Doing Good to feel Good or to Make the Other Feel Good. In V. J. Derlega, & J. Grzelak (Eds.), *Cooperation and helping behavior: Theories and Research* (pp. 397–413). New York: Academic Press
- Kofta, M. (1999). Regulacyjna Teoria Osobowości Janusza Reykowskiego a poznawcza psychologia osobowości lat 90. *Studia Psychologiczne*, 37 (2), 35–61.
- Lakin, J. L., Jefferis, V. E., Cheng, C. M., & Chartrand, T. L. (2003). The Chameleon Effect as social glue: Evidence for the evolutionary significance of nonconscious mimicry. *Journal of Nonverbal Behavior*, 27, 145–162.
- Le Bon, G. (1986). *Psychologia tłumy*. (překl. B. Kaprocki). Warszawa: PWN.
- Le Doux, J. E. (1998). Mózgowe interakcje poznawczo–emocjonalne. In P. Ekman, & R. J. Davidson (Ed.), *Natura emocji: podstawowe zagadnienia* (s.190–197). (překl. B. Wojciszke). Gdańsk: GWP.
- Leeds, H. (1963). Altruizm and the norm of giving. *Merrill–Palmer Quarterly*, 9, 229–240.
- Lerner, M. J. (1980). *The belief in a just world. A fundamental delusion*. New York: Plenum Press.
- Lombardi, W. J., Higgs, E. T., & Bargh, J. A. (1987). The role of consciousness in priming effect: assimilation vs contrast as a function of awareness of priming task. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 27–37.
- Macrae, C. N., & Johnston, L. (1998). Help, I need somebody: Automatic action and inaction. *Social Cognition*, 16, 400–417.
- Markus, H. (1977). Self–schema and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 63–78.
- Markus, H. (1980). The self in thought and memory. In D. M. Wegner, & R. R. Vallacher (Eds.), *The Self in Social Psychology* (pp- 102–130). New York: Oxford University Press.
- Markus, H., & Wurf, E. (1987). The dynamic self–concept: A social psychological perspective. *Annual Review of Psychology*, 38, 299–338.
- Matczak, A., Piekarska, A., & Studniarek, J. (2005). *Skala inteligencji emocjonalnej – twarze SIE–T. Podręcznik*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych Polskiego Towarzystwa Psychologicznego.
- Mauss, M. (1973). *Sposoby posługiwania się ciałem*. (překl. M. Król a kol). Warszawa: Polskie Wydawnictwo Naukowe.
- McDougall, W. (1920). *The Group Mind*, New York: Puntam’s.
- Miles, L. K., Griffiths, J. L., Richardson, M. J., & Macrae, C. N. (2010). Too late to coordinate: Contextual influences on behavioral synchrony. *European Journal of Social Psychology*, 40, 52–60.
- Murphy, S. T., & Zajonc, R. B., (1993). Affect, cognition and awareness: Affective priming with suboptimal and optimal stimulus. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 723–739.
- Oatley, K., & Jenkins, J. M. (2003). *Zrozumieć emocje*. (překl. J. Suchecki i in.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe: PWN.

- Piliavin, J. A., Dovidio, J. F., Gaertner, S. L., & Clark, R. D. III (1981). *Emergency intervention*. New York: Academic Press.
- Piliavin, J. A., Dovidio J. F., Gaertner S. L., & Clark R. D. (1982). Responsive bystanders: The Process of Intervention. In J. V. Derlega, & J. Grzelak (Eds.), *Cooperation and Helping Behavior* (pp. 279–304). New York: Academic Press.
- Rizzolatti, G., Fadiga, L., Fogassi, L., & Gallese, V. (1996). Premotor cortex and the recognition of motor actions. *Cognitive Brain Research*, 3, 131–141.
- Reykowski, J. (1986). *Motywacja, postawy prospołeczne a osobowość*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Reykowski, J., & Kochańska, G. (1980). *Szkice z teorii osobowości*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Roese, N. J. (1994). The function basis of counterfactual thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 805–818.
- Schwartz, S. (1976). Aktywizacja osobistych standardów normatywnych a zachowania prospołeczne. *Studia Psychologiczne*, 15, 5–88.
- Snyder, M., Tanke, E. D., & Berscheid, E. (1977). Social Perception and Interpersonal Behavior: On the self-fulfilling. Nature of Social Stereotypes, *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 656–666.
- Stel, M., Van Baaren, R.B., & Vonk, R. (2008). Effects of mimicking: acting prosocially by being emotionally moved. *European Journal of Social Psychology*, 38, 965–976.
- Steele, C. M. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, 261–302.
- Stotland, E. (1969). Exploratory investigations of empathy. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* 4 (pp. 271–314). New York: Academic Press.
- Strack, F., & Stepper, S. (1988). Inhibiting and facilitating conditions of the human smile: A nonobtrusive test of the facial feedback hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (5), 768–777.
- Szmajke, A. (2005). Wzorcowo atrakcyjność siołakobiet i mężczyzn: czy ewolucja skrzywdziła kobiety? In M. Straś-Romanowska, K. Lachowicz-Tabaczek, & A. Szmajke (Eds.), *Kolokwia Psychologiczne, t. 13: Jakość życia w badaniach empirycznych i refleksji teoretycznej* (s. 145–167). Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Szostak, M. (1978). Zaburzenia poczucia tożsamości (studium przypadku). In „Prace IPSiR UW”, *Elementy diagnozy społecznej i przeciwdziałania patologii* Warszawa: Wydział Psychologii UW.
- Swann, W. B. (1990). To be adored or to be known? The interplay of self-enhancement and the self-verification. In E. T. Higgins, & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior* 2 (pp. 408–448). New York: Guilford Press.
- Tesser, A. (1988). Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, 181–227.
- Walster, E., Aronson, V., Abrahams, & D., Rottmann, L. (1966). Importance of physical attractiveness in dating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 508–516.
- Walster E., Walster, G.W., & Berschied, E. (1978). *Equity: Theory and research*. Boston: Allyn and Bacon.
- Wegner, D. M. (1994). Ironic process of mental control. *Psychological Review*, 101, 34–52.
- Wicklund, R. A. (1975). Objective self-awareness. *Advances in Experimental Social Psychology*, 9, 233–275.
- Winkielman, P., & Niedenthal, P. M. (2009). Ucieleśniony emocjonalny umysł społeczny. In M. Kossowska, & M. Kofta (Eds.), *Psychologia Poznania Społecznego* (s. 83–101). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Wojciszke, B. (2002). *Człowiek wś rodzinnych ludzi. Wykłady z psychologii społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Wróbel, M. (2008). O transferze emocji i nastrojów między ludźmi – mechanizm i psychologiczne wyznaczniki zarażenia afektywnego. *Psychologia Społeczna*, 3 (8), 210–230.
- Van Baaren, R. B., Holland, R. W., Kawakami, K., & Van Knippenberg, A. (2004). Mimicry and prosocial behavior. *Psychological Science*, 15, 71–74.
- Van der Velde, S. W., Stapel, D. A. & Gordijn, E. H. (2010). Imitation of emotion: When meaning leads to aversion. *European Journal of Social Psychology*, 40, 536–542.
- Yi-Fu, T. (1987). *Przestrzeń i miejsce*. (překl. A. Morawińska). Warszawa: PIW.

Z polštiny do češtiny přeložila A. Kubicová, Filozofická fakulta OU Ostrava.