



Fotó: Profimedia-Red Dot

VÁLASSZ ENGEM!

Egy egészen friss francia vizsgálatban azt találták, hogy a pincérnők, amikor szőke hajat viseltek, több borralalót kaptak a vendégtől, ha az férfi volt. A női vendégeket ugyanakkor ez hidegen hagyta. Erre az eredményre többféle magyarázat is kínálkozik.



A szociálpszichológusok már az 1980-as években számos vizsgálatban bemutatták, hogy az átlagosnál vonzóbb emberek különféle társadalmi előnyöket élveznek kevésbé kedvező megjelenésű társaikkal szemben. A szebb embereket okosabbnak, megbízhatóbbnak, hozzáértőbbnek is tartják, így nem meglepő, hogy nagyobb sikerrel, magasabb fizetésért helyezkednek el. Iskolai helyzetben jobb osztályzatot kapnak, vádlottként pedig kevésbé találják bűnösnek őket – tudtuk meg **Dr. Meskó Norbert** evolúciós pszichológustól.

Az egyik elképzelés szerint a férfiak azért értékelik magasabbra (és jutalmazták több borralalóval adott helyzetben) a szőkéket, mert a világosabb hajszín összekapcsolódik tulajdonosa fiatalságával, amely a reprodukív életkor szignálja. Az evolúciós múltban a férfiak olyan megbízható jelzések-ből tájékozódtak lehetséges partnerük életkoráról, mint a fizikai megjelenés, a viselkedés. Akik érzékenyek voltak a nők fiatalságának jelzéseire, és ilyen társat választottak, több egészséges és a reprodukciót elérő utódot hagytak maguk után, mint azok, akiket hidegen hagyott a partner életkorának szignálja. Egy másik lehetséges magyarázat szerint napjainkban azok a nyugati nők, akik fogékonyak a férfiaknak a női fiatalság iránti érzékszervi érzékenységére, és emiatt sajátjuknál világosabb hajszínt viselnek, azért is vonzóak lehetnek, mert igyekeznek megfelelni a férfiak elvárásainak, jelezve ezzel alkalmazkodó készségüket.

■ **E „kivételezettség” miatt törekszünk mindannyian arra, hogy a legjobbat hozzuk ki magunkból?**

– Igen, szebbnek lenni valóban megéri, különösen a nyugati világban, ahol a dollármilliárdos évi forgalommal büszkélkedő szépségipar is erre a felismerésre épült. A különböző kozmetikumokat, táplálékkiegészítőket és testedzési programokat forgalmazó cégek azt üzenik

nekünk, hogy az ő termékük nélkül nem vagyunk elég szépek. Ezt kívánja üzleti érdekük, amelyet csak akkor tudnak hatékonyan megvalósítani, ha az átlagember eléggé bizonytalan az illetően, hogy természetes vonzereje elegendő-e a hétköznapi érvényesüléshez.

■ **Miért rivalizálnak gyakrabban a nők, és miért kritizálják sokkal durvábban egymást, mint a férfiak?**

– A férfiak általában nyílt agresszióval próbálják beállítani a közösségben az erőviszonyokat leképző hierarchia-sorrendet. A női közösségekben ez indirekt módon zajlik, amelynek eszköze a másik fizikai megjelenésének, megbízhatóságának, hitelességének aláásását célzó pletyka, intrika, áskálódás. Mivel a férfiak számára ezek a párkapcsolati minőséggel összefüggő tulajdonságok a fontosak a nőkben, nem véletlen, hogy a támadás éppen ezekre a területekre irányul.

■ **Sok nő gondolja úgy, hogy nem jó olyan barátot választani, aki szebb nála, mert a megjelenésével őt „rossz fényben tünteti fel”. Férfiszemmel nézve tényleg ilyen egyszerű a képlet?**

– Mivel a nők fizikai vonzereje, külső megjelenése valóban kitüntetett szempont a férfiak számára a párválasztásban, nem véletlen, hogy a nők nagyon érzékenyek saját szépségük „bemérésére”, másokkal való összehasonlítására, s ezért válik fontossá a koalíciós partner, a barátnő megválasztásában is. Természetesen más fontos, belső tulajdonsá-

gokat is felmérnek a nők egymásban, de tisztában vannak azzal, hogy ha maguknál sokkal vonzóbb barátnőt választanak, az számos kockázatot is rejt magában. Például ilyen helyzetben könnyen előfordulhat, hogy a kiszemelt férfi inkább a szebb barátnőt fogja észrevenni, sőt a vonzóbb barátnő (amennyiben elég gátlástalan) akár a már meglévő partnerét is lecsaphatja a kezéről.

Ám ha mindez nem is fordul elő, a mindennapi társas összehasonlítási helyzetekben garantáltan alulmaradhat az a nő, aki minden egyéb szempontból magához hasonló, de külső megjelenésre magánál vonzóbb barátnőt választ. Ezért fordul elő gyakran az, hogy a tartós női barátságokban azonos szintű, vagy nagyon hasonló a felek szépsége. A barátnők sokszor próbálják közös vonásaikat hangsúlyozni ugyanolyan ruhadarabokkal is, vagy azzal, hogy kölcsönadják egymásnak a ruháikat. A mai passzentes divatban ez persze csak akkor lehetséges, ha egyforma a ruhaméretük. A dolognak ugyanakkor van egy másik oldala is. Mivel a vonzóbb emberek általában népszerűbbek az átlagosnál, több ember is szeretne barátkozni velük, mert a szebbekkel könnyebb kommunikálni, és a holdudvarukban lenni számos társas előnnyel is járhat.

■ **Miért „várjuk el” a nőktől, hogy mindig a topon legyenek, és miért vagyunk ezen a téren elnézőbbek a férfiakkal?**

– Ez a fajta kettős mérce is a nyugati világ eltúlzott „szépségelvárából” adódik. Biológiailag adott szépségünk (az arc és a test szimmetriájának mértéke, a másodlagos nemi jelleg testen és arcon tükröződő vonásai – vagyis a jó genetikai minőség egyfajta evolúciós reklámja) fokozható, illetve ellensúlyozható a különböző szépségápolási termékekkel, ezért a nyugati civilizációkban létezik egyfajta elvárás is az ápoltsággal kapcsolatban. Mivel a női szépség (evolúciós értelemben) összefügg a fiatalsággal és a termékenységgel, ezért a szépségápolás elsősorban ilyen irányban módosít a nők megjelenésén. Napjaink fogyasztói társadalmában azonban megjelenik egy újabb beállítódás is, amely a férfiak énonozosság-tudatát is átalakítja – ez az úgynevezett metroszexualitás: a nagyvárosi életmódra adaptálódott fiatal, gazdag férfi, aki érdeklődésében a heteroszexuális, külső megjelenésében, ápoltságának, fizikai vonzerejének túlhangsúlyozásában a homoszexuális férfiakra hasonlít. Szóval a

kultúra, amelyben élünk, azt mondja, hogy manapság már nem elég, ha a férfi egy fokkal szebb az ördögénél!

■ **Miért néznek sokan furcsán azokra a férfiakra, akik számára (túl) fontos a jó megjelenés?**

– Férfiak esetében talán éppen azért furcsállják a külsővel való túlzott foglalkozást, mert az ő párkapcsolati értéküket evolúciós értelemben nem a külső megjelenéssel összefüggő vonások hangsúlyozása adja, hanem az olyan jellemzők, mint a társas dominancia és a testi erő, amelyek az erőforrások megszerzésének, felhalmozásának jelzésére alkalmasak. Ehhez hozzájárulnak még az olyan belső tulajdonságok is, mint az együttműködés, a megbízhatóság és a nagylelkűség, amelyek az erőforrásoknak egy partnerrel való megosztásra való hajlandóságát vetítik előre. Ha valaki „túl” sokat foglalatokodik saját magával, pontosabban a külső megjelenésével, ezzel azt is üzenheti a környezetének, hogy hiányzik belőle a másokra való figyelés képessége, a másik szempontjainak figyelembe vétele. Ezt általában önzésnek hívjuk, és az önző emberek nem túl népszerűek közvetlen környezetükben.

■ **Mint mindennek, a vonzó külsőnek is megvannak az árnyoldalai. Milyen előítéletekkel kell megküzdenie annak, aki mutatósabb az átlagnál?**

– A szépség egyik árnyoldala éppen ezzel függ össze: azt gondoljuk, hogy ami szép, az énközpontú is, tehát, aki szép, az önző is. A vonzó embereknek gyakran ezzel a negatív sztereotípiával kell megküzdeniük. Ezért vagyunk kihegyezve manapság a természetes szépség kérdésére. E kettős mérce szerint az átlagos szépségű embertől elvárjuk, hogy tegyen meg mindent megjelenésének, ápoltságának javítása érdekében, míg a kifejezetten vonzó külső adottsággal rendelkező társainkra rosszállóan tekintünk, ha kihangsúlyozzák előnyös vonásaikat. Különösen nagyra értékeljük azokat, akik testi szépségük mellett egyfajta belső harmóniát is árasztanak, akikből az sugárzik, hogy békében vannak magukkal és a természettel.

BéVé

ELIXÍR-TIPP

Ha szívesen olvasna az emberi szépséggel kapcsolatos tudományos kutatások legújabb eredményeiről, látogasson el a www.szepsegkutatás.blog.hu oldalra!

„A szépség nem csupán bizonyos arányszámokkal (testmérettel, vagy testrészek méretével) függ össze, hanem a belső harmóniával is. Pszichológiai szóhasználatlaltal ezt magabiztosságnak, stabil önértékelésnek és önismeretnek is nevezhetnénk, de valójában azért több ezeknél. Mindenesetre, akiből hiányzik saját értékességének érzése, hiába szép a külső szemlélő számára, sosem fogja átélni azt. Ezt persze könnyű elérni, ha magunkat egy társadalmilag elfogadott szépségideálhoz hasonlítjuk, amellyel a médián keresztül nap mint nap találkozhatunk. A szépségipar céljait szolgáló kereskedelmi média éppen úgy működik, hogy csak annyira szeretné elbizonytalanítani potenciális vásárlóit saját szépségüket illetően, hogy azok azt gondolják, bizonyos termékek rendszeres vásárlásával és használatával kellően vonzóvá tehetik magukat. Így a szépségideállal való folyamatos konfrontálódás képes fenntartani

a saját szépségünkkel kapcsolatos elégedetlenséget, amelyet csak akkor tudunk elkerülni, ha az aktuális ideáltól függetlenül tudjuk saját magunk megítélését. Ez nem könnyű, hiszen a reklámokban és magazinokban látható modellek képeit általában arra használják

a nők, hogy összehasonlítsák velük saját külsejüket. Úgy tűnik, hogy ebben a külsőségeket túlhangsúlyozó civilizációban, amelyben élünk, lelki egészségünk érdekében újra kell definiálnunk a szépség fogalmát.”

Dr. Meskó Norbert