

SZENOGRÁDI JUDIT – BALÁZS KATALIN

## A VONZÓSÁG HOLDUDVAR-HATÁSÁNAK MEGJELENÉSE A KIVÁLASZTÁSBAN

Jelen kutatás célja a munkahelyi kiválasztás során előforduló, a jelölt vonzóságra irányuló holdudvar-hatás jelenlétének felmérése a magyar munkaerőpiac részét képező és potenciálisan munkavállaló személyekből álló mintán (n=117). Létrehoztuk négy állásra jelentkező személy profilját, amely egy rövid motívációs levelet és egy fényképet tartalmazott, utóbbi vonzó vagy kevésbé vonzó jelöltet ábrázolt. A vonzóság holdudvar-hatása a megjelenéshez társított pozitív attribúciókon keresztül azonosítható, ezért ezt a hatást az észlelt pozitív tulajdonságok társításának mértékével határoztuk meg. A vizsgálati személyek feladata volt, hogy válasszák ki az általuk legalkalmasabbnak tartott jelöltet, illetve minden jelöltet értékeljenek a megadott tulajdonságok mentén. A pozitív tulajdonságok társítása pozitív hatással van a vonzó jelöltek észlelt felvételére, és a vonzóság közvetetten befolyásolja az észlelt felvételt a pozitív tulajdonságokon keresztül. Az észlelt alkalmasság független a jelentkező nemétől. Eredményeink alapján a női jelölteket a megjelenésüktől függetlenül megbízhatóbbnak és segítőkészebbnek tartják, azonban az észlelt beképzettség mindkét nem vonzó jelöltje esetén igazolást nyert. A kiválasztás háttérében húzódó explicit érveket szintén felmértük. A fenti eredményekkel összhangban a jelölt vonzósága volt a leggyakoribb indok.

### Bevezetés

A kiválasztási folyamat elengedhetetlen a megfelelő munkaerő biztosítása szempontjából (Rozario et al., 2019). A véleményalkotás azonban gyakran gyorsan és irracionálisan történik, a kognitív torzítások miatt (Machado, & Samuel, 2021). Munkahelyi környezetben az egyik legnagyobb jelentőséggel bíró torzítás a holdudvar-hatás (Lv et al., 2023). Ennek során tévesen pozitív vagy negatív tulajdonságot tulajdonítanak egy személynek, annak az adott helyzetben általuk megfigyelt egyetlen pozitív vagy negatív tulajdonsága és az ez alapján kialakult benyomásra alapozva (Dion et al., 1972; Kahneman, 2011). A fizikailag vonzó személyek előnyben részesülhetnek például a kiválasztás során, mert azt feltételezik róluk, hogy más pozitív tulajdonságokkal is rendelkeznek (Eagly et al., 1991). A szervezetet képviselő döntéshozóknak a megjelenésen alapuló elfogultsága kritikus hatással bírhat. Az elfogultság csökkenthető, ha az egyén világosan megérti, tudatosítja annak jelentését és elemeit, ami elősegítheti egy igazságos és ennél fogva produktív munkakörnyezet kialakítását (Zhu, 2023).

---

Szenográdi Judit, PhD hallgató, Debreceni Egyetem, Humán Tudományok Doktori Iskola, tanársegéd, Nyíregyházi Egyetem

Balázs Katalin, egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem, Bölcsészettudományi Kar, Pszichológiai Intézet  
DOI: <https://doi.org/10.58269/umsz.2025.4.2>

## **Holdudvar-hatás**

A holdudvar-hatás az a tendencia, hogy egy személy tulajdonságát magasra vagy alacsonyra értékelnek egy másik, korábban értékelt tulajdonsága alapján. (Bassili, 1981). A második értékelés az elsővel konzisztens irányban vezethet pozitívabb és negatívabb értékeléshez is (Han, & Laurent, 2023).

A holdudvar-hatás természetét illetően két magyarázat különíthető el. Az általános benyomás-mo-dell szerint (Fisicaro, & Lance, 1990) az általános értékelések kiszínezik a konkrét tulajdonságok-kal kapcsolatos feltételezéseket és befolyásolják a kétértelmű információk jelentésének értelmezé-sét.

Elképzelhető azonban az is, hogy a holdudvar-hatást nem az általános benyomások, hanem a ki-emelkedő jellemzők irányítják. Ilyen kiugró jellemző lehet például egy személy fizikai vonzereje, amelyhez az „ami szép, az jó is” jelenség köthető (Dion et al., 1972). Ez utóbbi alapján a vonzó em-berekről azt gondolják, hogy több társadalmilag kíváncsú személyiségvonással rendelkeznek és jobb életet élnek, mint a nem vonzó emberek (Eagly et al., 1991).

Kognitív értelemben a holdudvar-hatás párhuzamba állítható a sztereotipizálással: egy csoport (pl. vonzó emberek) és más attribútumok (pl. társaságkedvelő mint tulajdonság) közötti sztereotip következtetésekhez vezető kapcsolatként definiálhatók (Eagly et al., 1991). Például egy vonzó arccal rendelkező személy aktiválhatja a „magas vonzerővel rendelkező emberek” csoportkategó-riát, ami specifikus sztereotipizáló következtetésekhez vezet az adott csoporttagról (pl. ez a sze-mély társaságkedvelő, mert a vonzó emberek csoportjába tartozik).

A hagyományos nemi szerepekhez kapcsolódó elvárások hozzájárulnak ahhoz, hogy a vonzó meg-jelenés társadalmi és munkahelyi előnyökkel járjon (Strahan et al., 2006). A vonzó megjelenés pi-acra gyakorolt hatása a közgazdaságtanban elterjedt, általában ultimátum- és a diktátorjátékok segítségével vizsgálható. Andreoni és Petrie (2008) egy közjavakkal kapcsolatos játékban kimu-tatták, hogy a résztvevők hajlandóbbak együttműködni vonzó, mint kevésbé vonzó partnerekkel, és azt feltételezték, hogy a vonzó partnerek velük is együttműködőbbek lesznek. Következésképp játékukban a vonzó partnerek többet kerestek, mint a kevésbé vonzó partnerek.

Mindkét nem hajlandóbb elfogadni az igazságtalan ajánlatokat, ha azokat ellenkező nemű, vonzó személyek teszik (Ma et al., 2015, 2017). A vonzó arcból eredő hatások akkor is fennállnak, amikor valódi pénznemről van szó, illetve amikor a partner nem ismeretlen (Rezlescu et al., 2012). A fenti példák arra engednek következtetni, hogy a fizikai szépség bizalomteljes és altruista viselkedést vált ki. Ökológiailag érvényes mintán vizsgált eredmények szerint a fizikailag vonzóbb emberekre jellemzőbb az adakozó magatartás, és a jótékonykodó emberek fizikailag vonzóbbak (Konrath, & Handy, 2021).

## **A vonzóság holdudvar-hatása**

Egy másik személy arcának megpillantásakor az emberek átlagosan 100 milliszekundum lefolyása alatt képesek ítéletet alkotni (Willis, & Todorov, 2006). A vonzóság holdudvar-hatása erre a mini-mális információn alapuló intuitív értékelésre épül. Dion (1972) tanulmányában kimutatta, hogy az emberek hajlamosak arra, hogy a vonzóbb fizikai megjelenéssel rendelkezőket kedvezőbben ér-tékeljék és társadalmilag kíváncsú tulajdonságokkal rendelkezőknek gondolják (pl. kedvesebbek, kiegyensúlyozottabbak, szerényebbek), szemben a kevésbé vonzó személyek megítélésével. A von-zó megjelenés általában pozitívabb megítéléssel jár együtt (Baronet et al., 2006; Klebl et al., 2021). Ugyanakkor a vonzó emberek negatív megítélés tárgyát is képezik, és hiúbbnak, a szülői szerepek terén kevésbé kompetensnek és a partnerükhöz kevésbé hűségesnek tartják őket (Han, & Laurent, 2023). Napjainkban egy 45 országot lefedő vizsgálat (Batres, & Shiramizu, 2023) igazolta a vonzó-

ság holdudvar-hatásának kulturálisan is kimutatható jelenlétét. A 120 arc értékelésére vonatkozó eredmények szerint a vonzerő pozitív kapcsolatban áll a társadalmilag kíváncsi személyiségvonnások észlelésével: a vonzó arcú személyeket magabiztosabbnak, érzelmileg stabilabbnak, intelligensebbnek, felelősségteljesebbnek, társaságkedvelőbbnek és megbízhatóbbnak értékelték.

### Megjelenés és kiválasztás

López és munkatársainak (2013) kutatási eredményei szerint a kevésbé vonzó arcú emberekkel kisebb valószínűséggel veszik fel a kapcsolatot az önéletrajzuk benyújtása után. Vizsgálatukban a vonzó emberek 36%-kal gyakrabban kaptak visszahívást, mint a nem vonzó emberek. Ugyanakkor a vonzerő hatása eltérően érvényesül a nemek tekintetében. A vonzó megjelenéssel rendelkező férfiakat gyakran alkalmasabbnak tartják, azonban a vonzó nőket nem. Ruffle és Shtudiner (2015) 5312 önéletrajzot küldtek el 2656 különböző álláshirdetésre. Minden esetben két közel azonos önéletrajzot hoztak létre a meghirdetett állás elvárásaihoz illeszkedve; az egyik feltételben egy vonzó férfi vagy nő, illetve egy átlagos külsejű férfi vagy nő képe szerepelt, ugyanakkor a másik feltételben nem csatoltak hozzá képet. A női profil esetén a kép nélküli feltétel eredményezte a legmagasabb visszahívási arányt. Ugyanakkor a vonzó férfiak fényképeit tartalmazó jelentkezéseik csaknem kétszer több visszahívást eredményeztek, mint a kép nélküli férfiként és az átlagos megjelenésű férfiként történő jelentkezéseik. Friss eredmények is megerősítik azt, hogy a férfi toborzók férfiakat támogató elfogultsággal rendelkeznek a munkára jelentkezők interjúra való visszahívása során (Erlandsson, 2019). A nemek mellett az állás jellege is befolyásoló erővel bír. Vezetői pozíciók esetén a vonzó nők hátrányokkal szembesülnek, mivel megjelenésük miatt negatívan ítélik meg képességeiket a kiválasztást végző szakemberek (Eagly, & Carli, 2003; Johnson et al., 2010), akik gyakran az interjú elején érzett benyomásaikra hagyatkoznak (Barrick et al., 2010).

Az Egyesült Államokban, Kanadában és az Egyesült Királyságban végzett lakossági felmérések eredményei szerint az átlagon felüli fizikai vonzerővel rendelkezők több pénzt keresnek, az átlag alatti fizikai vonzerővel rendelkezők pedig kevesebbet, mint az átlagos külsejű emberek (Fletcher, 2009; Judge et al., 2009).

### Vizsgálat

Vizsgálatunk célja a munkahelyi kiválasztás során előforduló, a jelölt vonzóságára irányuló holdudvar-hatás jelenlétének felmérése hazai mintán. Mivel a megjelenésben visszaköszönő nemi szerepekre vonatkozó elvárások hatással lehetnek a munkahelyi előrelépésre, a munkahelyi társas kapcsolatokra és nemi diszkriminációhoz vezethetnek (Donnelly, & Twenge, 2017; Koenig, & Eagly, 2014), a vizsgálat a vonzó – kevésbé vonzó megjelenésen túl a nemi különbségek feltárására is irányul.

A megjelenés alapján alkotott benyomás (Amaral et al., 2019) és a jelölt neme (Agthe et al., 2010) befolyásolja az értékelést.

#### ***H1. A külső megjelenés alapján vonzóbb (ellenkező nemű) személyeknek nagyobb az észlelt alkalmassága.***

A vonzó megjelenés általában pozitívabb megítéléssel jár együtt (Baronet et al., 2006). A kiválasztást végző szakemberek gyakran a benyomásaikra hagyatkoznak (Barrick et al., 2010), ezért a pozitív benyomás jobb megítélést eredményez.

***H2. A felvétel valószínűsége összefügg a pozitív tulajdonságok társításával.***

A fizikailag vonzó személyek előnyben részesülhetnek a kiválasztás során, mert azt feltételezik róluk, hogy más, a szervezet teljesítménye szempontjából releváns pozitív tulajdonságokkal is rendelkeznek (Eagly et al., 1991).

***H3. A pozitív tulajdonságoknak (holdudvar-hatásnak) moderáló hatása van a vonzóság és az alkalmasság közötti kapcsolatra.***

Az előítéletek a szeretetreméltóság magas, míg a kompetencia alacsony szintjét implikálják és a tradicionális szerepeket részesíti előnyben a nők számára (Eckes, 2002; Kovács, 2012).

***H4. A vizsgálati személyek alkalmasabbnak tartanak férfi jelöltet a meghirdetett pozícióra.***

A férfi toborzók férfiakat támogató elfogultsággal rendelkeznek a jelentkezők interjúra való visszahívása során (Erlandsson, 2019).

***H5. A férfiak valószínűbbnek tartják a férfi jelöltek esetén, hogy visszahívást kapnak egy állásinterjúra, mint a női jelöltek esetén.***

Előfordul, hogy a vonzó személyekhez olyan negatív jellemzőket társítanak, ami befolyásolja az egyén morális megítélését (Eagly et al., 1991), azonban gyakran azt is gondolják róluk, hogy megbízhatóbbak (Klebl et al., 2021) és együttműködőbbek (Andreoni, & Petrie, 2008).

***H6. A vonzó jelölteket beképzeltebbnek, megbízhatóbbnak, segítőkészebbnek észlelik, mint a kevésbé vonzó jelölteket.***

A vonzó férfiakat intelligensebbnek gondolják (Alaei et al., 2022; Kanazawa, 2011), ugyanakkor a vonzó nők esetén előfordul, hogy a megjelenésük negatív benyomásokhoz vezet az intelligenciájukat illetően (Alaei et al., 2022; Kleisner et al., 2014).

***H7a. A vonzó férfi jelölt nagyobb észlelt intelligenciával rendelkezik, mint a kevésbé vonzó férfi jelölt.***

***H7b. A vonzó női jelölt kisebb észlelt intelligenciával rendelkezik, mint a kevésbé vonzó női jelölt.***

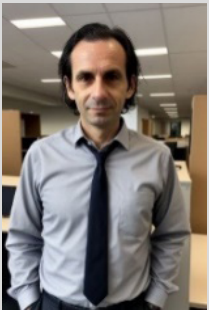
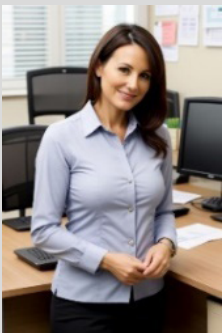
Az átlagon felüli fizikai vonzerővel rendelkezők több pénzt keresnek, az átlag alatti fizikai vonzerővel rendelkezők pedig kevesebbet, mint az átlagos külsejű emberek (Harper, 2000; Fletcher, 2009).

***H8. A vonzó jelölteknek magasabb észlelt jelenlegi fizetést tulajdonítanak a nem vonzó jelöltekhez képest.***

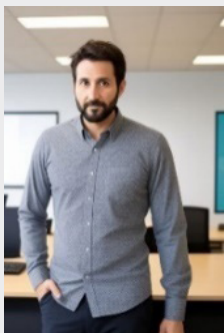
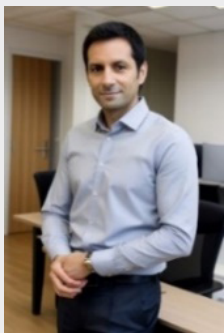
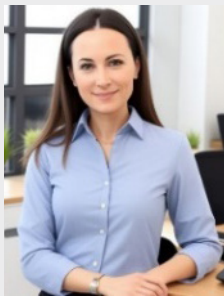
Módszer

Mesterséges intelligencia (Perchance, 2024) segítségével létrehoztuk nyolc személy fényképét. Négy női jelentkező és négy férfi jelentkező generálása történt, mindkét nem esetén két-két alkalommal utasítottuk az AI-t vonzó és kevésbé vonzó személyek fotóinak megalkotására. Egy elővizsgálat során a nyolc képet aszerint kellett értékelnie a vizsgálati személyeknek, hogy mennyire tartják őket vonzónak. Minden csoport esetén a szélsőértéket képviselő képet alkalmaztuk a fővizsgálatban (lásd az 1. táblázatot). A kérdőívet 42 fő töltötte ki. A kitöltők nem szerinti eloszlása közel egyenlő, 20 férfi (átlagéletkor: 23,4 év; sd = 12,2) és 22 női (átlagéletkor: 24,5 év; sd = 9.53) válaszadás érkezett.

1. TÁBLÁZAT: A FELHASZNÁLT KÉPEK LEÍRÓSTATISZTIKAI MUTATÓI ÉS NORMALITÁSVIZSGÁLATA

|        |                                                                                     | Átlag | Medián | Szórás | Shapiro-Wilk<br>W | p      |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|-------------------|--------|
| 1. kép |   | 3,19  | 3      | 1,74   | 0,915             | 0,004  |
| 2. kép |  | 3,07  | 3      | 1,74   | 0,889             | <0,001 |
| 3. kép |  | 6,98  | 7      | 1,60   | 0,834             | <0,001 |

## A VONZÓSÁG HOLDUDVAR-HATÁSÁNAK MEGJELENÉSE A KIVÁLASZTÁSBAN

|        |                                                                                     | Átlag | Medián | Szórás | Shapiro-Wilk<br>W | p      |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|-------------------|--------|
| 4. kép |    | 6,00  | 7      | 2,06   | 0,831             | <0,001 |
| 5. kép |    | 4,57  | 4      | 2,09   | 0,944             | 0,039  |
| 6. kép |   | 6,10  | 7      | 2,45   | 0,848             | <0,001 |
| 7. kép |  | 3,88  | 4      | 1,86   | 0,927             | 0,010  |
| 8. kép |  | 7,98  | 8      | 1,6    | 0,787             | <0,001 |

Forrás: A szerzők saját szerkesztése



Bár számos vizsgálat önéletrajzok kíséretében vizsgálja a jelentkezők megjelenését (Usmani, 2019; Watkins, & Johnston, 2000), mi a jelentkezés másik kísérő dokumentumát, a motivációs levelet helyeztük a középpontba. A második elővizsgálat a felhasznált motivációs levelek közötti hasonlóságról való megbizonyosodás érdekében jött létre. Annak érdekében, hogy meggyőződjünk a levelek hasonlóságáról, elővizsgálatot végeztünk a megítélésükre vonatkozóan. Az elővizsgálat során a levelek meggyőzősége, írójuk motiváltsága és a pozícióra való alkalmassága alapján történő különbségek vizsgálata volt a cél. Ezeket a változókat egy-egy kérdéssel mértük fel, amelyre 5-fokú Likert-skálán válaszoltak a kitöltők. A kérdőívet 92 fő töltötte ki. Az első levelet 13 nő és 8 férfi, a második levelet 12 nő és 10 férfi, a harmadik levelet 15 nő, 10 férfi, továbbá egy olyan személy értékelte, aki nem kívánta megosztani a nemét. Végezetül a negyedik levelet 17 nő és 7 férfi értékelte. A kitöltők átlagéletkora 31,8 év volt ( $sd = 10,9$ ). Mivel mind a három dimenzióban közel azonos volt a szövegek megítélése, a levelek felhasználásra kerültek a fővizsgálatban.

A kiválasztás során fellépő, vonzóságra irányuló holdudvar-hatás vizsgálata egy szituációs feladat és ahhoz kapcsolódó kérdések segítségével történt. Az első elővizsgálat eredményeként kapott négy jelentkezőt ábrázoló képet összepárosítottuk a másik elővizsgálatban közzétett négy motivációs levéllel, így létrehoztunk négy állásra jelentkező profilt. A vizsgálati személy azt a feladatot kapta, hogy a megadott profilok közül válassza ki azt, amelyik szerinte a legalkalmasabb egy meghirdetett projektmenedzseri pozícióra, ezt követően pedig rendezze sorba a négy jelöltet aszerint, hogy melyiküket tartja a legmegfelelőbb jelöltnek.

A holdudvar-hatás jelenlétét személyes tulajdonságok társításával mértük. A vizsgálati személyek azt értékelték 7-fokú Likert-skálán, hogy a megadott tulajdonságok mennyire jellemzőek az adott jelöltre. Összesen huszonkettő tulajdonságról kellett véleményt alkotniuk, amelyeknek nagy részét a Bem-féle Nemi Szerep Kérdőív (Bem Sex Roles Inventory; BSRI) 30 ítemes verziója (Bem, 1979) alapján fogalmaztuk meg, amely megbízhatóbbnak és konzisztensebbnek bizonyult eredeti verziójához képest (Colley et al., 2009; Geldenhuys, & Bosch, 2020). A 30 tételből álló eszköz eredeti szerkezetében 10 tétel a nőiességet (pl. „együttérző”), 10 tétel a férfiasságot (pl. „domináns”), további 10 tétel pedig a semleges dimenziót („megbízható”) méri. Nem alkalmaztuk a teljes kérdőív-csomagot, csupán azokat az itemeket válogattuk ki, amelyek egy vonzó ember esetén relevánsak lehetnek, illetve amelyek egy munka elvégzéséhez kapcsolódnak (pl.: „szeretetteljes”; „lelkiismeretes”; „határozott”). Ezeket mi az „intelligens”, „beképzelt” és „megbocsájtó” tulajdonságokkal egészítettük ki. A tulajdonságokra adott pontszám alapján rajzolódik ki a vonzó személyek megítélése. Minél magasabb pontszámmal illeti a pozitív tulajdonságok esetében a vonzó jelöltet a vizsgálati személy, annál jobban érvényesül a vonzóság holdudvar-hatása.

A fővizsgálat kérdőívét összesen 131 fő töltötte ki, azonban a potenciális foglalkoztatási életkorra vonatkozó rátán kívül eső, és a válaszadó figyelmét tesztelő ellenőrző kérdésekre helytelenül válaszoló kizárásával a vizsgált minta 117 főből áll. A minta valamivel több, mint felét női kitöltők alkotják ( $N = 68$ ), a férfi kitöltők a minta 42 % -át teszik ki ( $N = 49$ ). Az átlagéletkor 39,6 év ( $sd = 13,9$ ).

## **Eredmények**

Az első hipotézis esetén azt feltételeztük, hogy a megjelenés befolyásolja az észlelt alkalmasságot. Megvizsgáltuk, hogy az egyes jelentkezők esetén van-e különbség abban, hogy a vizsgálati személyek mennyire tartják valószínűnek, hogy a jelölt felvételt nyer. A változók (jelölt neme és jelölt vonzósága) közötti interakció vizsgálata ismételt méréses varianciaanalízissel történt. A vonzóság szignifikáns főhatással rendelkezett ( $F(1,116) = 103,71$ ;  $p < 0,001$ ). Ezzel szemben a nem főhatása nem volt szignifikáns ( $F(1,116) = 2,14$ ;  $p = 0,146$ ), ahogyan a vonzóság és a nem interakciós hatása sem ( $F(1,116) = 1,30$ ;  $p = 0,257$ ). Ezek az eredmények arra utalnak, hogy a jelöltek észlelt felvétele esetén a vizsgált változók közül kizárólag a vonzóság meghatározó.

A második hipotézis esetén arra kerestük a választ, hogy a vizsgálati személyek vonzó jelöltekre vonatkozó észlelt felvétele összefügg-e azzal, hogy milyennek ítélik a jelölt pozitív tulajdonságait, vagyis érvényesül-e a holdudvar-hatás. A pozitív tulajdonságokból egy összegzett változót képeztünk képenként, a megbízhatóság a Cronbach-alfa értékek alapján jó (lásd a 2. táblázatot). Mivel a felvételre vonatkozó adatok nem követik a normál eloszlást (lásd a 2. táblázatot), Spearman-féle korrelációs számítást végeztünk. A vonzó férfi jelölt esetén szignifikáns közepes erősségű pozitív kapcsolat figyelhető meg a vonzó férfi jelölt és a rá jellemző észlelt pozitív tulajdonságok között ( $\rho = 0,416$ ;  $p < 0,001$ ). A vonzó női jelölt esetén szintén szignifikáns, biztos, de gyenge pozitív kapcsolat ( $\rho = 0,39$ ;  $p < 0,001$ ) figyelhető meg a vizsgált változók között. Az eredmény alapján kijelenthető, hogy a vonzó jelöltek észlelt felvétele és a pozitív tulajdonságaik megítélése pozitív kapcsolatban áll egymással.

**2. TÁBLÁZAT: AZ ÉSZLELT POZITÍV TULAJDONSÁGOK STATISZTIKAI MUTATÓI, MEGBÍZHATÓSÁGUK ÉS NORMALITÁSVIZSGÁLATUK EREDMÉNYE**

|                                                                   | Átlag | Medián | Szórás | Cronbach $\alpha$ | Shapiro-Wilk W | p     |
|-------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|-------------------|----------------|-------|
| <b>Kevésbé vonzó női jelölt – észlelt pozitív tulajdonságok</b>   | 94,3  | 96     | 17,3   | 0,903             | 0,981          | 0,092 |
| <b>Vonzó férfi jelölt – észlelt pozitív tulajdonságok</b>         | 94,3  | 95     | 16,5   | 0,900             | 0,985          | 0,237 |
| <b>Kevésbé vonzó férfi jelölt – észlelt pozitív tulajdonságok</b> | 88,2  | 89     | 16,2   | 0,901             | 0,990          | 0,544 |
| <b>Vonzó női jelölt – észlelt pozitív tulajdonságok</b>           | 97,7  | 99     | 18,1   | 0,922             | 0,984          | 0,192 |

Forrás: A szerzők saját szerkesztése

A harmadik hipotézis során feltételeztük, hogy a pozitív tulajdonságoknak közvetítő szerepe van a vonzóság és az észlelt felvétel közötti kapcsolatra. Az első és második hipotézis megerősítette a vonzóság és a pozitív tulajdonságok kapcsolatát az észlelt felvétellel. Mivel folytonos és diszkrét változók is szerepelnek a hipotézisben, ezért kovariancia analízist végeztünk. A vonzó férfi jelöltre vonatkozó, mindkét független változót tartalmazó lineáris modell csak a pozitív tulajdonságok esetén bizonyult szignifikánsnak, azonban a vonzóság tekintetében nem. Ehhez hasonlóan a vonzó női jelölt esetén szintén csak a pozitív tulajdonságok esetén bizonyult szignifikánsnak a kapcsolat, a vonzóság tekintetében nem jelzett szignifikáns összefüggést az észlelt felvétellel (3. táblázat). Ebből kifolyólag a pozitív tulajdonságok mediátorként működnek a vonzalom és az észlelt felvétel között. A vonzó jelöltekre vonatkozó vonzóság és észlelt pozitív tulajdonságok, illetve a pozitív tulajdonságok és észlelt felvétel kapcsolatát tartalmazó mediációt vizuálisan az 1. ábra szemlélteti.

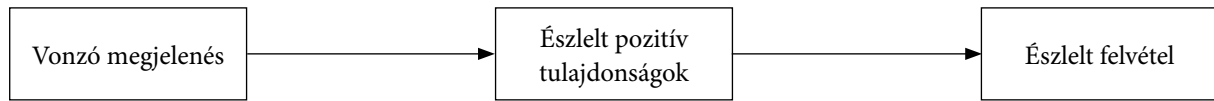
**3. TÁBLÁZAT: A POZITÍV TULAJDONSÁGOKNAK A VONZÓSÁG ÉS AZ ÉSZLELT FELVÉTEL KÖZÖTTI KAPCSOLATRA VONATKOZÓ KÖZVETÍTŐ SZEREPÉNEK KOVARIANCIA ANALÍZISE**

|                                                           | $\beta$ | t    | p       |
|-----------------------------------------------------------|---------|------|---------|
| <b>Vonzó férfi jelölt – észlelt pozitív tulajdonságok</b> | 0,032   | 4,62 | < 0,001 |
| <b>Vonzó férfi jelölt – felvétel</b>                      | 0,29    | 1,19 | 0,237   |
| <b>Vonzó női jelölt – észlelt pozitív tulajdonságok</b>   | 0,021   | 2,97 | 0,004   |
| <b>Vonzó női jelölt – felvétel</b>                        | 0,491   | 1,84 | 0,069   |

Forrás: A szerzők saját szerkesztése



**1. ÁBRA: A POZITÍV TULAJDONSÁGOK MEDIÁTORHATÁSA  
A MEGJELENÉS ÉS AZ ÉSZLELT FELVÉTEL KÖZÖTT**



Forrás: A szerzők saját szerkesztése

Azt is feltételeztük, hogy a vizsgálati személyek férfi jelöltet tartanak alkalmasabbnak a meghirdetett pozícióra. Mivel az „alkalmasság” diszkrét változó, a vizsgálatára binomiális próbát alkalmaztunk. A próba eredménye alapján nincs szignifikáns különbség az eltérő nemű jelöltek észlelt alkalmasságát illetően ( $P = 0,4$ ;  $p = 1$ ). A férfi és női jelöltek észlelt alkalmassága között nincs különbség.

Az ötödik hipotézis esetén azt vizsgáltuk, hogy a férfiak valószínűbbnek tartják-e a férfi jelöltek esetén, hogy visszahívást kapnak egy állásinterjúra, szemben a női jelöltekkel. A vizsgált változók statisztikai mutatóit és normalitásvizsgálatának eredményét a 4. táblázat szemlélteti. Mivel egyik jelölt esetén sem követik a normál eloszlást az észlelt visszahívásra vonatkozó adatok ( $W_s = 0,95$ ;  $p_s < 0,05$ ), ezért Friedman-próbával vizsgáltuk a hipotézist. Az eredmény szignifikáns ( $\chi^2 = 52,6$ ;  $df = 3$ ;  $p < 0,001$ ), ezért páronkénti összehasonlítást végeztünk Durbin-Conover próbával. A vonzó férfi visszahívását valószínűbbnek tartják a kevésbé vonzó női jelölthöz képest (med=6 versus med=3;  $z = 5,687$ ;  $p < 0,001$ ). Ugyanakkor a vonzó női jelölt visszahívásának valószínűsítése szignifikánsan magasabb, mint a kevésbé vonzó férfi jelölt visszahívásának valószínűsége (med=6 versus med=3;  $z = 6,905$ ;  $p < 0,001$ ). A hipotézis tehát nem igazolódott.

**4. TÁBLÁZAT: A JELÖLTEK ÉSZLELT VISSZAHÍVÁSÁRA VONATKOZÓ VÁLTOZÓK**

|                                                | Átlag | Medián | Szórás | Shapiro-Wilk<br>W | p       |
|------------------------------------------------|-------|--------|--------|-------------------|---------|
| <b>Vonzó női jelölt visszahívása</b>           | 5,65  | 6      | 1,58   | 0,865             | < 0,001 |
| <b>Kevésbé vonzó női jelölt visszahívása</b>   | 3,71  | 3      | 1,41   | 0,861             | < 0,001 |
| <b>Vonzó férfi jelölt visszahívása</b>         | 5,65  | 6      | 1,17   | 0,787             | < 0,001 |
| <b>Kevésbé vonzó férfi jelölt visszahívása</b> | 3,49  | 3      | 1,27   | 0,931             | 0,007   |

Forrás: A szerzők saját szerkesztése

A vonzó és nem vonzó jelöltek összehasonlításának leíróstatisztikai mutatóit és normalitásvizsgálatuk eredményét az 5. táblázat szemlélteti.

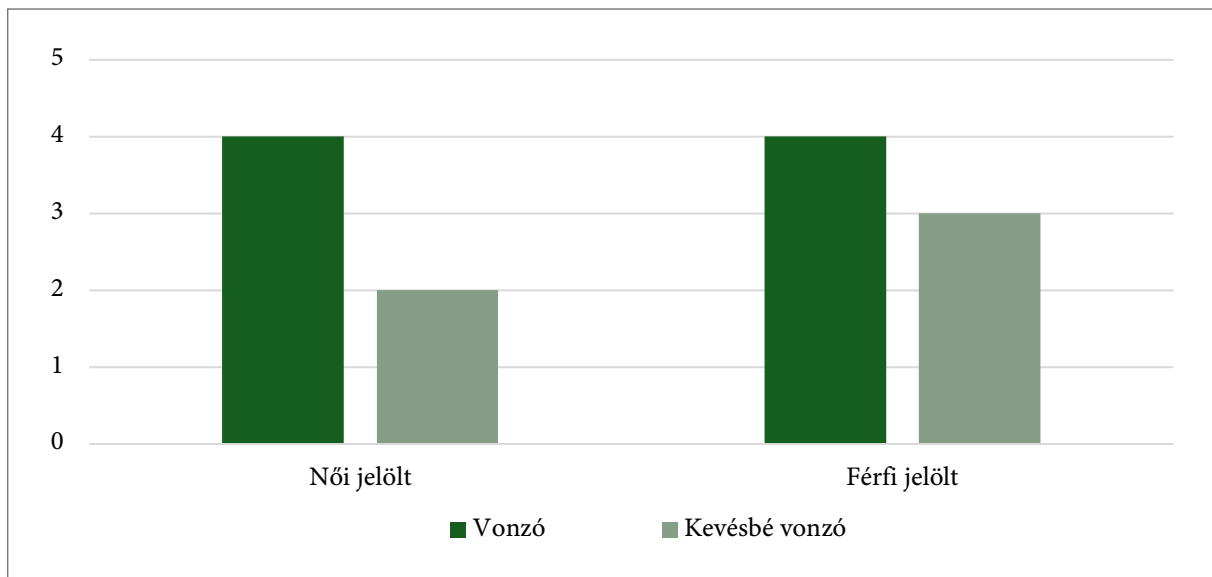
5. TÁBLÁZAT: A VONZÓ ÉS KEVÉSBÉ VONZÓ JELÖLTEK ÖSSZEHASONLÍTÁSÁRA VONATKOZÓ VÁLTOZÓK

|                                  |                            | Átlag | Medián | Szórás | Shapiro-Wilk<br>W | p       |
|----------------------------------|----------------------------|-------|--------|--------|-------------------|---------|
| <b>Beképzelt</b>                 | Vonzó női jelölt           | 3,73  | 4      | 1,65   | 0,920             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó női jelölt   | 2,60  | 2      | 1,35   | 0,887             | < 0,001 |
|                                  | Vonzó férfi jelölt         | 4,02  | 4      | 1,59   | 0,941             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó férfi jelölt | 3,32  | 3      | 1,41   | 0,938             | < 0,001 |
| <b>Megbízható</b>                | Vonzó női jelölt           | 5,32  | 6      | 1,36   | 0,893             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó női jelölt   | 5,12  | 5      | 1,28   | 0,909             | < 0,001 |
|                                  | Vonzó férfi jelölt         | 5,23  | 6      | 1,40   | 0,877             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó férfi jelölt | 4,63  | 5      | 1,41   | 0,939             | < 0,001 |
| <b>Segítőkész</b>                | Vonzó női jelölt           | 5,1   | 5      | 1,32   | 0,921             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó női jelölt   | 5,04  | 5      | 1,36   | 0,894             | < 0,001 |
|                                  | Vonzó férfi jelölt         | 4,57  | 5      | 1,30   | 0,936             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó férfi jelölt | 4,31  | 4      | 1,43   | 0,946             | < 0,001 |
| <b>Intelligens</b>               | Vonzó női jelölt           | 5,37  | 6      | 1,26   | 0,874             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó női jelölt   | 4,91  | 5      | 1,34   | 0,930             | < 0,001 |
|                                  | Vonzó férfi jelölt         | 5,44  | 6      | 1,34   | 0,835             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó férfi jelölt | 4,77  | 5      | 1,39   | 0,934             | < 0,001 |
| <b>Észlelt jelenlegi fizetés</b> | Vonzó női jelölt           | 4,21  | 4      | 1,41   | 0,939             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó női jelölt   | 3,70  | 4      | 1,46   | 0,938             | < 0,001 |
|                                  | Vonzó férfi jelölt         | 4,83  | 5      | 1,30   | 0,925             | < 0,001 |
|                                  | Kevésbé vonzó férfi jelölt | 3,97  | 4      | 1,22   | 0,930             | < 0,001 |

Forrás: A szerzők saját szerkesztése

A hatodik hipotézis vizsgálatakor különbséget találtunk a jelöltek észlelt beképzeltségére vonatkozóan a vonzó és kevésbé vonzó jelöltek között. A Friedman-próba szignifikáns eredménye ( $\chi^2 = 61,7$ ;  $df = 3$ ;  $p < 0,001$ ) következtében páronkénti összehasonlítást végeztünk Durbin-Conover próbával. A vonzó női jelöltet a kevésbé vonzó női ( $z = 6,46$ ;  $p < 0,001$ ) és kevésbé vonzó férfi ( $z = 2,32$ ;  $p = 0,009$ ) jelölttel összehasonlítva szignifikáns különbség tapasztalható. A vonzó női jelöltet beképzeltebbnek észlelik, mint a másik két említett jelöltet, a mediánok különbségeit a 2. ábra szemlélteti. A vonzó férfi jelölt esetén hasonló eredmények mutatkoztak. Mind a kevésbé vonzó női ( $z = 8,05$ ;  $p < 0,001$ ) és a kevésbé vonzó férfi ( $z = 4,21$ ;  $p < 0,001$ ) jelölttel összehasonlítva szignifikáns különbség észlelhető (2. ábra). A hipotézis igazolást nyert, a vonzóbb jelentkezőket beképzeltebbnek gondolják a vizsgálati személyek.

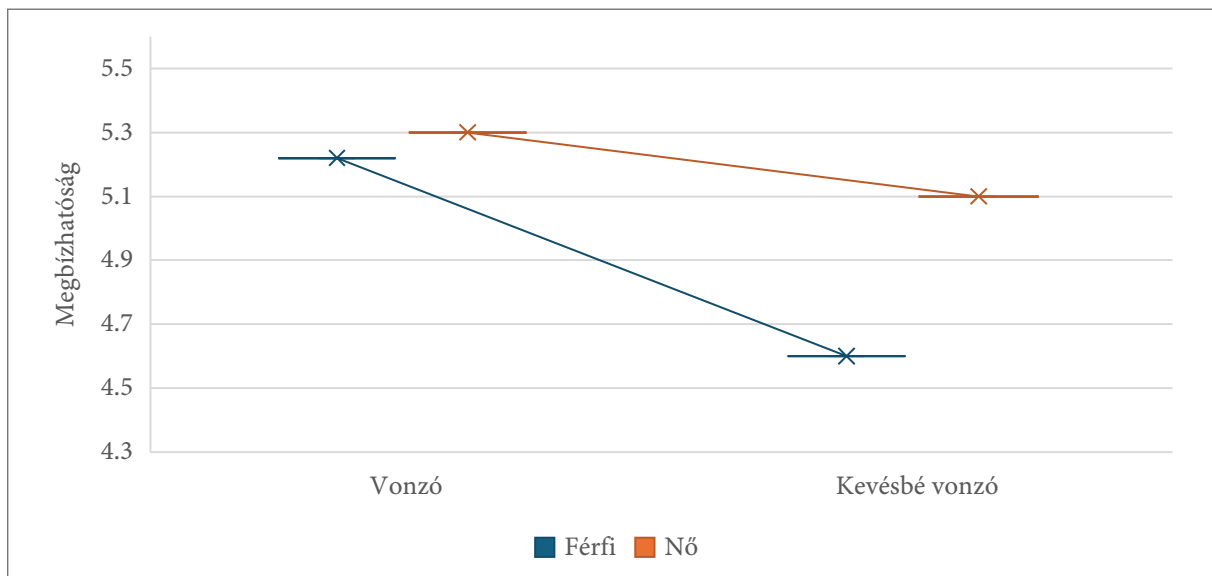
2. ÁBRA: ÉSZLELT BEKÉPZELTSÉGRE VONATKOZÓ KÜLÖNBSÉGEK A MEDIÁNÉRTÉKEK ALAPJÁN



Forrás: A szerzők saját szerkesztése

A jelöltek észlelt megbízhatóságának vizsgálata ismételt méréses varianciaanalízissel történt, melynek eredményei alapján a vonzóság és a nem közötti szignifikáns interakció van a megbízhatóság megítélésében ( $F(1,116) = 5,46$ ;  $p = 0,021$ ). Az interakciót a 3. ábra szemlélteti. A mediánok alapján a vonzó személyeket megbízhatóbbnak észlelték, de ez a hatás csak a férfiak esetén mutat szignifikáns különbséget. Ezt az alhipotézist nem támasztják alá az adatok.

3. ÁBRA: AZ ÉSZLELT MEGBÍZHATÓSÁG ESETÉN VIZSGÁLT VÁLTOZÓK INTERAKCIÓJA



Forrás: A szerzők saját szerkesztése

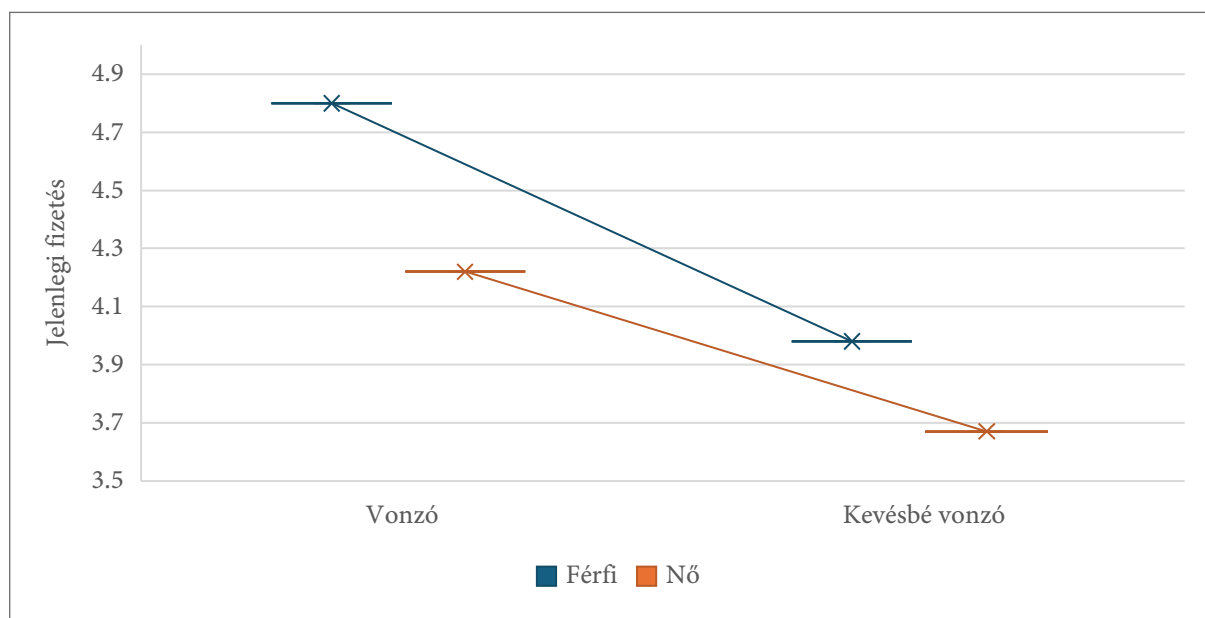
Azt is feltételeztük, hogy a vonzó jelölteket segítőkészebbnek érzlelik, mint a kevésbé vonzó jelölteket. Az ismételt méréses varianciaanalízis alapján kizárólag a nem főhatása volt szignifikáns ( $F(1,116) = 44,98$ ;  $p < 0,001$ ), azonban a vonzóság ( $F(1,116) = 1,92$ ;  $p = 0,169$ ), illetve a vonzóság és a nem interakciós hatása nem volt az ( $F(1,116) = 1,15$ ;  $p = 0,286$ ). Ezek az eredmények arra utal-

nak, hogy a jelöltek észlelt segítőkézségét tekintve kizárólag a nem tekintetében van jelentős különbség, azonban a vonzó személyeket nem észlelik segítőkézsőbbnek.

A hetedik hipotézisben azt feltételeztük, hogy a vonzó férfi jelölt nagyobb észlelt intelligenciával rendelkezik, mint a kevésbé vonzó férfi jelölt, illetve a vonzó női jelölt kisebb észlelt intelligenciával rendelkezik, mint a kevésbé vonzó női jelölt. A vonzó férfi és kevésbé vonzó férfi jelölt észlelt intelligenciája között szignifikáns különbség mutatkozott ( $W = 2660$ ;  $p < 0,001$ ), a mediánok alapján a vonzó férfi jelöltet (med = 6) intelligensebbnek gondolják a kevésbé vonzó férfi jelölthöz (med = 5) képest. A női jelöltek összehasonlítása szintén szignifikáns különbséget eredményezett ( $W = 1197$ ;  $p = 0,001$ ), azonban a vonzó nő (med = 6) nagyobb észlelt intelligenciával rendelkezik, mint a kevésbé vonzó nő (med = 5). Az eredmények alapján a vonzó jelölt nagyobb észlelt intelligenciával bír. Ez az eredeti hipotézisnek ellentmondó eredmény.

Az utolsó hipotézis a vonzó jelöltek észlelt fizetésére irányult. A vizsgálati személyeknek a megadott fizetési tartományok közül kellett kiválasztaniuk azt a tartományt, amelyikbe szerintük az adott jelölt jelenlegi fizetése esik. Minél magasabb tartományba esik valaki fizetése, annál magasabb pontszámot kapott egy 7-fokú Likert-skálán. Azt feltételeztük, hogy a vizsgálati személyek a vonzó jelölteknek magasabb észlelt fizetést tulajdonítanak, a nem vonzó jelöltekhez képest. Az ismételt mérés varianciaanalízis megerősítette, hogy a vonzóság ( $F(1,116) = 43,67$ ;  $p < 0,001$ ), a nem ( $F(1,116) = 45,52$ ;  $p < 0,001$ ), illetve e kettő interakciójának ( $F(1,116) = 4,24$ ;  $p = 0,042$ ) szignifikáns hatása is megfigyelhető. Ez arra utal, hogy a vonzóság hatása eltérően érvényesül a különböző nemek jelenlegi fizetését illetően. Az interakciót a 4. ábra szemlélteti. A vonzó férfi jelölt esetén nagyobb volt az eltérés a nem vonzó férfi jelölthöz képest, mint a vonzó és nem vonzó női jelöltek között.

**4. ÁBRA: A NEM ÉS VONZÓSÁG INTERAKCIÓJA  
A JELÖLTEK ÉSZLELT FIZETÉSÉNEK MÉRTÉKE ESETÉN**



Forrás: A szerzők saját szerkesztése

## Kvalitatív vizsgálat

Vizsgálatunkban használtunk egy kvalitatív kérdést is. Mikor a vizsgálati személyek kiválasztották a számukra legalkalmasabb jelentkezőt, arra kértük őket, hogy indokolják meg a döntésüket. Az így kapott válaszokat a visszatérő témák, érvek, indoklások alapján kategorizáltuk. A kategóriákat és azok példáit a 6. táblázat szemlélteti.

6. TÁBLÁZAT: A LEGALKALMASABB JELENTKEZŐ KIVÁLASZTÁSÁNAK INDOKLÁSI KATEGÓRIÁI

| Kategória      | Példa                                                                            |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Megjelenés     | „fotója határozottságot sugall”;<br>„megnyerő külső”                             |
| Tapasztalat    | „van projektvezetői tapasztalata”,<br>„munka- és élettapasztalattal rendelkezik” |
| Szimpátia      | „szimpatikus”;<br>„ő a legszimpatikusabb”                                        |
| Meggyőző levél | „meggyőző levél”;<br>„informatív”                                                |
| Csapatmunka    | „figyel a csapattagok fejlődésére”;<br>„csapatmunkában gondolkodik”              |
| Készségek      | „problémamegoldó”;<br>„kommunikatív”                                             |
| Jelölt neme    | „ő férfi jelentkező”;<br>„hölgyet választok szívesebben”                         |

Forrás: A szerzők saját szerkesztése

A 7. táblázat teljes áttekintést nyújt a kategóriák előfordulási gyakoriságáról a négy jelentkező tekintetében.

Az alkalmasság magyarázataként a megjelenést említették a leggyakrabban a vizsgálati személyek (26%). A megjelenésre vonatkozó megállapítások 90%-a vonzó jelöltre vonatkozott. Hangsúlyt kapott a meggyőző megjelenés, a nyílt tekintet, a magabiztosság, illetve a megjelenésből származó következtetés a jelölt korára.

A második leggyakrabban felhozott érv a jelöltek tapasztalata volt. Ezen érvek 62%-a a kevésbé vonzó női jelölt esetén mutatkozott. A vizsgálati személyek leginkább a vezetői tapasztalatokat emelték ki.

A jelöltek felé érzett szimpátia 100%-a vonzó jelöltre irányult. Ugyanakkor a szimpátia okát nem indokolták a vizsgálati személyek.

A motivációs levél meggyőzősége is említésre került (7%). Ez a megállapítás minden jelölt esetén előfordult.

Továbbá a válaszadók a csapatmunka mellett való elköteleződést is releváns érvnek tartották.

A kevésbé vonzó férfi jelölt kivételével a válaszadók kiemelték a jelöltek kommunikációs készségét, alkalmazkodókészségét, problémamegoldó készségét.

A vonzó jelöltek esetén előfordult a nemi alapú szimpátia. Ez többnyire abban az esetben fordult elő, amikor a válaszadó neme és a jelölt neme megegyezett. Másrészt elhangzott érvként az is, hogy a pozíció jellegéből adódóan alkalmasabb lehet egy férfi jelölt.

**7. TÁBLÁZAT: AZ EGYES KATEGÓRIÁK ELŐFORDULÁSI GYAKORISÁGA**

|              |                  | Megjelenés | Tapasz-<br>talat | Szimpátia | Meggyőző<br>levél | Csapat-<br>munka | Készségek | Jelölt<br>neme |    |
|--------------|------------------|------------|------------------|-----------|-------------------|------------------|-----------|----------------|----|
| <b>Nő</b>    | Kevésbé<br>vonzó | 1          | 11               | 0         | 2                 | 4                | 2         | 0              | 21 |
|              | Vonzó            | 14         | 2                | 11        | 4                 | 1                | 2         | 2              | 36 |
| <b>Férfi</b> | Kevésbé<br>vonzó | 2          | 2                | 0         | 1                 | 1                | 0         | 0              | 8  |
|              | Vonzó            | 13         | 6                | 9         | 2                 | 2                | 2         | 4              | 38 |

Forrás: A szerzők saját szerkesztése

Loglineáris modellt illesztettünk az adatokra a LEM-program segítségével (Vermunt, 1997), a nem, vonzóság és az érvek közötti kapcsolatot vizsgáltuk. A nem és a vonzóság (Wald=5,84, df=1, p=0,016), valamint a vonzóság és az érvek gyakorisága között (Wald=14,41, df=6, p=0,025) találunk kapcsolatot ( $\chi^2=8,3$ , df=12, p=0,76). Vonzó férfiak esetében 2,78-szor nagyobb az esélye, hogy mondanak érvet, mint vonzó nők esetében. Valamint függ az érv is a vonzóságtól. Binomiális próbával érvenként vizsgálva kimutatható, hogy vonzó személy esetén sokkal valószínűbb, hogy a megjelenést, kisugárzást említik (P=0,9, p<0,001), valamint sokkal valószínűbb, hogy a szimpátia említésre kerül (P=1, p<0,001).

## Diszkusszió

A társas észlelés során megjelenő holdudvar-hatás alakítja a másokról alkotott benyomásunkat, azonban gyakran elfogult megítélést eredményez (Forgas, & Laham, 2016). Jelen kutatás célja a munkahelyi kiválasztás során előforduló, a jelölt vonzóságára irányuló holdudvar-hatás jelenlétének felmérése volt hazai mintán. A vonzóság holdudvar-hatása a megjelenéshez társított pozitív attribúciókon keresztül azonosítható, ezért vizsgálatunkban e hatást az észlelt pozitív tulajdonságok társításának mértékével határoztuk meg.

Eredményeink szerint a vonzó jelöltek esélyesebbnek tartják arra, hogy visszahívást kapjanak egy állásinterjúra, függetlenül attól, hogy az illető jelölt azonos vagy ellentétes nemű. A vonzó megjelenés befolyásoló erejét a kvalitatív vizsgálat eredménye is alátámasztja; a leggyakoribb érv, amivel a vizsgálati személyek a kiválasztott jelölt alkalmasságát indokolták, a vonzó megjelenés volt. Ez összefüggésben állhat azzal, hogy az emberek hajlamosak társadalmilag kíváncsi személyiségjegyeket tulajdonítani a fizikailag vonzó személyeknek, függetlenül azok nemétől (Batres, & Shiramizu, 2023), ami pedig felértékelheti a munkaerőpiaci értéküket és növelheti észlelt alkalmasságukat (Kukkonen et al., 2024). Utóbbi eredményeink is igazolták, a pozitív tulajdonságok társítása valóban hatással van a vonzó jelöltek észlelt felvételére, illetve a vonzóság közvetetten befolyásolja az észlelt felvételt a pozitív tulajdonságokon keresztül. Ez a két eredmény alátámasztja az „ami szép, az jó” elven keresztül érvényesülő holdudvar-hatás jelenlétét (Dion, 1972), vagyis a mechanizmus mögött egy olyan kognitív torzítás állhat, amelynek során egy pozitív benyomás hatása alá vonja az utána következő értékeléseket (Forgas, & Laham, 2016).

A társadalmi sztereotípiák kifejeződése az, hogy általában a férfiakat alkalmasabbnak ítélik a vezetői pozíciók betöltésére, míg a nőket tipikusan a hagyományos női nemi szerepbe kényszerítik, egy gondoskodó magatartást mutató, a vezetői pozícióra kevésbé rátermett személy implikációjaként (Eckes, 2002). Erre vonatkozó eredményeink azonban azt mutatják, hogy a jelentkező neme nincs hatással az észlelt felvételre, illetve a jelölt visszahívásának valószínűsítésére,



ezért azt mondhatjuk, hogy a társadalom elfogadóbb a karriert építő nőkkel szemben (Berei, & Simon, 2024).

Vizsgálati eredményeink ezenkívül megerősítik, hogy a vonzó személyeket beképzeltebbnek észlelik. A társas összehasonlítás (Festinger, 1954) elmélete szerint az emberek az önértékelésüket gyakran másokhoz viszonyítva alakítják ki. Ha valaki azt észleli, hogy a megjelenésének köszönhetően bizonyos előnyökhöz jut (pl. elismerés), akkor hajlamos lehet azt gondolni, hogy más területeken is fölényben van, önkéntelenül is túlbecsülheti saját képességeit és nőhet az önértékelése (Pozzebon, 2012). A fentiek alapján lehetséges, hogy az emberek sok olyan vonzó személlyel történő találkozást tapasztaltak, amely során az illető internalizálta társadalmi fölényét, és az ezzel a személlyel megélt tapasztalatukat általánosítják.

A jelöltek észlelt megbízhatóságára és segítőkészségére vonatkozó eredményeink a jelölt nemének hatására hívják fel a figyelmet. A megbízhatóság tekintetében kizárólag a férfiak esetén számít a vonzó megjelenés, a női jelölteket a megjelenésüktől függetlenül megbízhatónak gondolják. Az észlelt segítőkészséget nem befolyásolta a jelölt vonzósága, a női jelölteket ugyanakkor segítőkészebbnek tartják. A fentiek háttérében a hagyományos nemi szerepekre épülő sztereotípiák jelenléte állhat, amelyek a nőket általában a gondoskodó és empatikus szerepekben ábrázolják (Strahan et al., 2006).

Vizsgálatunk a vonzó és kevésbé vonzó személyek észlelt intelligenciájára is kitért. Eredményeink igazolják a vonzóságra irányuló holdudvar-hatás jelenlétét mindkét nem esetén (Batres, & Shiramizu, 2023; Dion, 1972), egyúttal cáfolják a nők inkompetenciáját mutató nemi sztereotípiák jelenlétét (Eckes, 2002; Kovács, 2012). Ez leginkább a társadalom fejlődésének köszönhető, amely által csökkent a kifejezetten férfi vagy női fókuszú foglalkozások nemi szegregációja (Hegewisch, & Hartmann, 2014).

Mivel az is gyakori szemlélet, hogy az átlagon felüli fizikai vonzerővel rendelkezők több pénzt keresnek (Harper, 2000; Fletcher, 2009), ennek feltárását is fontosnak tartottuk. Vizsgálati eredményeink megerősítették a fenti meggyőződést. Egyrészt a vonzó személyek észlelt pénzügyi sikere következhet a holdudvar-hatásból, másrészt a gazdagság és szépség összekapcsolására a média is hatással lehet, mert gyakoriak ezek az ábrázolások (Boursier et al., 2020; Ching, & Xu, 2019).

A kiválasztás háttérében húzódó explicit érveket szintén felmértük. A fenti eredményekkel összhangban a jelölt vonzósága volt a leggyakoribb indok. Ezenkívül a jelöltek tapasztalata és az irántuk érzett szimpátia is gyakori érveknek bizonyultak. Előbbit mindenképp érdemes pozitívumként kiemelni, mert amennyiben a vizsgálati személyek a tapasztalatra és kompetenciára figyelnek, csökken a sztereotípiák és előítéletek hatása (Devine, 1989). A szimpátia gyors és energiatakarékos döntéstámogató mechanizmus, ami evolúciós alapokkal rendelkezik (Sugden, 2002). Ugyanakkor a nem megfelelő munkaerő felvételéhez vezethet (Posthuma et al., 2002).

A kis minta ellenére a kutatás gyakorlati jelentősége, hogy igazolja a vonzó megjelenésből fakadó kognitív torzítások jelenlétét, és felhívja a figyelmet a kiválasztási helyzetben előforduló fokozott kockázatára. Az emberek hajlamosak azt hinni, hogy őket nem befolyásolják az előítéletek (Ehrlinger et al., 2005). Azonban jelen kutatás is megerősítette a sztereotípiák egy részének jelenlétét, a vonzó és kevésbé vonzó emberek megítélésének különbségét. Mivel az előítéletek tudatosítása ellensúlyozhatja azok hatását (Monteith, & Mark, 2005), a tanulmány célja, hogy felhívja a figyelmet a sztereotip vélekedésekre és torzításokra.

## **Irodalomjegyzék**

- Agthe, M., Spörrle, M., & Maner, J. K. (2010). Don't hate me because I'm beautiful: Anti-attractiveness bias in organizational evaluation and decision making. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(6), 1151-1154. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2010.05.007>
- Alaei, R., Deska, J. C., Hugenberg, K., & Rule, N. O. (2022). People attribute humanness to men and women differently based on their facial appearance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 123(2), 400-422. <https://doi.org/10.1037/pspi0000364>
- Amaral, A. A., Powell, D. M., & Ho, J. L. (2019). Why does impression management positively influence interview ratings? The mediating role of competence and warmth. *International Journal of Selection and Assessment*, 27(4), 315-327. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12260>
- Andreoni, J., & Petrie, R. (2008). Beauty, gender and stereotypes: Evidence from laboratory experiments. *Journal of Economic Psychology*, 29(1), 73-93. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.07.008>
- Barrick, M. R., Swider, B. W., & Stewart, G. L. (2010). Initial evaluations in the interview: Relationships with subsequent interviewer evaluations and employment offers. *Journal of Applied Psychology*, 95(6), 1163-1172. <https://doi.org/10.1037/a0019918>
- Bassili, J. N. (1981). The attractiveness stereotype: Goodness or glamour? *Basic and Applied Social Psychology*, 2(4), 235-252. [https://doi.org/10.1207/s15324834basp0204\\_1](https://doi.org/10.1207/s15324834basp0204_1)
- Batres, C., & Shiramizu, V. (2023). Examining the "attractiveness halo effect" across cultures. *Current Psychology*, 42(29), 25515-25519. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03575-0>
- Berei F., & Simon N. (2024). Társadalmi sztereotípiák hatása a női szerepvállalásra. *Egészségtudományi Közlemények*, 14(1), 5-13. <https://doi.org/10.32967/etk.2024.010>
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Selfie-engagement on social media: Pathological narcissism, positive expectation, and body objectification – Which is more influential? *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100263. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100263>
- Ching, B. H. H., & Xu, J. T. (2019). Understanding cosmetic surgery consideration in Chinese adolescent girls: Contributions of materialism and sexual objectification. *Body Image*, 28, 6-15. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.001>
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(1), 5-18. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.1.5>
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285-290. <https://doi.org/10.1037/h0033731>
- Donnelly, K., & Twenge, J. M. (2017). Masculine and feminine traits on the bem sex-role inventory, 1993–2012: A cross-temporal meta-analysis. *Sex Roles*, 76(9-10), 556-565. <https://doi.org/10.1007/s11199-016-0625-y>
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage: An evaluation of the evidence. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 807-834. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.09.004>
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110(1), 109-128. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.110.1.109>
- Eckes, T. (2002). Paternalistic and Envious Gender Stereotypes: Testing Predictions from the Stereotype Content Model. *Sex Roles*, 47(3/4), 99-114. <https://doi.org/10.1023/A:1021020920715>
- Ehrlinger, J., Gilovich, T., & Ross, L. (2005). Peering into the bias blind spot: People's assessments of bias in themselves and others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 680-692.
- Erlandsson, A. (2019). Do men favor men in recruitment? A field experiment in the Swedish labor market. *Work and Occupations*, 46(3), 239-264. <https://doi.org/10.1177/0730888419849467>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380-1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fisicaro, S. A., & Lance, C. E. (1990). Implications of three causal models for the measurement of halo error. *Applied Psychological Measurement*, 14(4), 419-429. <https://doi.org/10.1177/014662169001400407>

- Fletcher, J. M. (2009). Beauty vs. brains: Early labor market outcomes of high school graduates. *Economics Letters*, 105(3), 321-325. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2009.09.006>
- Forgas, J. P., & Laham, S. M. (2016). Halo effects. In: *Cognitive Illusions* (pp. 286-300). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781315696935-22>
- Hamermesh, D. S. (2011). *Beauty pays: why attractive people are more successful*. Princeton University Press
- Han, D. E., & Laurent, S. M. (2023). Beautiful seems good, but perhaps not in every way: Linking attractiveness to moral evaluation through perceived vanity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 124(2), 264-286. <https://doi.org/10.1037/pspa0000317>
- Harper, B. (2000). Beauty, stature and the labour market: A british cohort study. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 62(1), 771-800. <https://doi.org/10.1111/1468-0084.0620s1771>
- Hegewisch, A., & Liepmann, H. (2013). Occupational segregation and the gender wage gap in the US. In: D. M. Figart & T. L. Warnecke (szerk.), *Handbook of Research on Gender and Economic Life* (pp. 200-217). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857930958.00024>
- Johnson, S. K., Podratz, K. E., Dipboye, R. L., & Gibbons, E. (2010). Physical attractiveness biases in ratings of employment suitability: Tracking down the „beauty is beastly” effect. *The Journal of Social Psychology*, 150(3), 301-318. <https://doi.org/10.1080/00224540903365414>
- Judge, T. A., Hurst, C., & Simon, L. S. (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>
- Kahneman, D. (2011). *Gyors és lassú gondolkodás*. HVG Könyvek.
- Kanazawa, S. (2011). Intelligence and physical attractiveness. *Intelligence*, 39, 7-14.
- Klebl, C., Rhee, J. J., Greenaway, K. H., Luo, Y., & Bastian, B. (2023). Physical attractiveness biases judgments pertaining to the moral domain of purity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 49(2), 282-295. <https://doi.org/10.1177/01461672211064452>
- Kleisner, K., Chvátalová, V., & Flegr, J. (2014). Perceived intelligence is associated with measured intelligence in men but not women. *PLOS ONE*, 9(3), e81237. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0081237>
- Koenig, A. M., & Eagly, A. H. (2014). Evidence for the social role theory of stereotype content: Observations of groups' roles shape stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(3), 371-392. <https://doi.org/10.1037/a0037215>
- Konrath, S., & Handy, F. (2021). The good-looking giver effect: The relationship between doing good and looking good. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 50(2), 283-311. <https://doi.org/10.1177/0899764020950835>
- Kovács M. (2012). The Gendered Representation of Politicians: “Think Politician – Think Male”? In: Kiss P. (szerk.) *Social Political Contexts for Intergroup Relations and Public Thought*. (pp. 11-22). Eötvös Loránd University.
- Kukkonen, I., Pajunen, T., Sarpila, O., & Åberg, E. (2024). Is beauty-based inequality gendered? A systematic review of gender differences in socioeconomic outcomes of physical attractiveness in labor markets. *European Societies*, 26(1), 117-148. <https://doi.org/10.1080/14616696.2023.2210202>
- López Bóo, F., Rossi, M. A., & Urzúa, S. S. (2013). The labor market return to an attractive face: Evidence from a field experiment. *Economics Letters*, 118(1), 170-172. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2012.10.016>
- Lv, J., Sun, Z., Li, H., & Hou, Y. (2023). The role of negative perfectionism and the relationship between critical thinking and the halo effect: Insights from corporate managers in human resources. *Behavioral Sciences*, 13(7), 533. <https://doi.org/10.3390/bs13070533>
- Ma, Q., Qian, D., Hu, L., & Wang, L. (2017). Hello handsome! Male's facial attractiveness gives rise to female's fairness bias in Ultimatum Game scenarios – An ERP study. *PLOS ONE*, 12(7), e0180459. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0180459>
- Machado, N. G., & Samuel, J. (2021). Predictably irrational hiring. *NHRD Network Journal*, 14(2), 243-258. <https://doi.org/10.1177/2631454120988415>
- Monteith, M. J., & Mark, A. Y. (2005). Changing one's prejudiced ways: Awareness, affect, and self-regulation. *European Review of Social Psychology*, 16(1), 113-154. <https://doi.org/10.1080/10463280500229882>
- Perchance (2024). *AI Human Generator*. Letöltve: 2024. november 29, <https://perchance.org/ai-human-generator>

- Posthuma, R. A., Morgeson, F. P., & Campion, M. A. (2002). Beyond employment interview validity: A comprehensive narrative review of recent research and trends over time. *Personnel Psychology*, 55(1), 1-81. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2002.tb00103.x>
- Pozzebon, J. A., Visser, B. A., & Bogaert, A. F. (2012). Do you think you're sexy, tall, and thin? The prediction of self-rated attractiveness, height, and weight. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(11), 2671-2700. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2012.00957.x>
- Rezlescu, C., Duchaine, B., Olivola, C. Y., & Chater, N. (2012). Unfakeable facial configurations affect strategic choices in trust games with or without information about past behavior. *PLOS ONE*, 7(3), e34293. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0034293>
- Rozario, S. D., Venkatraman, S., & Abbas, A. (2019). Challenges in recruitment and selection process: An empirical study. *Challenges*, 10(2), 35. <https://doi.org/10.3390/challe10020035>
- Ruffle, B. J., & Shtudiner (2015). Are Good-Looking People More Employable? *Management Science*, 61(8), 1760-1776. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1705244>
- Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image. *Body Image*, 3(3), 211-227. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.07.004>
- Sugden, R. (2002). Beyond sympathy and empathy: Adam Smith's concept of fellow-feeling. *Economics and Philosophy*, 18(1), 63-87. <https://doi.org/10.1017/S0266267102001086>
- Vermunt, J. K. (1997). *LEM 1.0: A general program for the analysis of categorical data*. Tilburg University.
- Zhu, B. (2023). What steps can be taken to reduce unconscious bias in the workplace? *Academic Journal of Management and Social Sciences*, 5(1), 200-202. <https://doi.org/10.54097/ajmss.v5i1.14088>