

# רכב מנהלים ככלי להגברת אטרקטיביות

מבט אבולוציוני על צריכה וקריירה, בהנחיית ד"ר סיגל תפארת  
לויים גל ומילשטיין מאיה

## מבוא

בשונה מגברים, לנשים יכולים להיות רק מעט צאצאים ולכן הן צריכות לוודא שלצאצאיהן יהיו משאבים מספקים על מנת לשרוד. בחברה המודרנית, רכב מנהלים מסמל שלאדם יש משאבים כלכליים. **השערת המחקר: גברים ייתפסו כאטרקטיביים יותר אם בבעלותם רכב מנהלים.**

## שיטה

שני רכבים בצבע לבן, האחד פשוט והשני רכב מנהלים, מוקמו בסמוך לכניסה הראשית של אוניברסיטת תל אביב בשעות הבוקר של יום ה'. הנסיינים (גבר ואישה) הועמדו לסירוגין ליד כל רכב ופנו ל-176 עוברי אורח בבקשה למלא שאלון.

## ממצאים

כמשוער, נמצא קשר בין סוג הרכב לבין הנכונות להשיב על השאלון. כאשר הרכב היה רכב מנהלים 42% מהמשתתפים (גברים ונשים) הביעו נכונות לסייע, לעומת 26% בלבד כאשר הרכב היה רכב פשוט  $\chi^2(1, N = 176) = 4.96, p = .03$ . האפקט היה דומה בקרב נשים ובקרב גברים, אך ההיענות הכוללת של הגברים (48%) היתה גבוהה יותר מזו של הנשים (20%),  $\chi^2(1, N = 176) = 14.54, p < .001$

## דיון

סוג הרכב אכן משפיע על הבחירה האם לסייע לבעל הרכב או לא, כך שהמשתתפים העדיפו לעזור יותר לנוהג ברכב המנהלים. יחד עם זאת, בניגוד להשערתנו, אפקט זה קיים גם בקרב נשים וגם בקרב גברים. ממצאי מחקר זה עשויים לשפוך אור על המחקר החברתי בנושא קבלת עזרה.

אחוז היענות

