

Percepcja urody

Wpisany przez zamb
wtorek, 16 marca 2010 21:00

Dążenie do urody jest rzeczą oczywistą, tak jak rzeczą oczywistą jest dążenie do szczęścia, bogactwa, doskonałości itd. Jednak ciągle nie ma dobrze sprecyzowanych ani wymiarów ani sposobów pomiaru tych rzeczy. Zdarza się, że laska, którą podziwiamy przy tańcu na rurze, po dwóch zdaniach przestaje nas pociągać. Okazuje się, że uroda jest bardziej skomplikowanym pojęciem i ma bardziej skomplikowane wymiary niż te, które interesują tylko fotografa. Podobnie jak szczęście, sukces i wiele innych rzeczy.

W wywiadzie telewizyjnym podróżnik Kamiński na pytanie dziennikarza dotyczące poznawania świata powiedział, że właściwie cały świat ma człowieka w sobie. Czy zatem tam właśnie nie tkwią definicje i wymiary szczęścia, urody, bogactwa i mnóstwa innych rzeczy?

Firmy kosmetyczne zarabiają krocie na produktach reklamowanych jako „ulepszacze urody”, w gruncie rzeczy służących jedynie poprawianiu wyglądu (co daje efekt chyba głównie na fotografii). Jednakże mnóstwo ślicznych na fotografii modelek czy aktorek nie może na dłużej „załapać się” na stały związek. Jak to się dzieje, że te ślicznotki nikogo nie obchodzą?

Okazuje się, że mimo licznych „wzorów obiektywnych” percepcja urody ma wymiar „indywidualny” i w pewnym sensie niepowtarzalny, a powiedzenie o dwóch połówkach jabłka nie jest jedynie literacką metaforą. Szeroko zakrojone badania medycyny i farmacji doprowadzają do wniosku, że postrzeganie urody innej osoby zależy od pewnego układu czynników różnego rodzaju, wśród których znajdują się takie czynniki jak przeczytane książki, środowisko, otoczenie cywilizacyjne, moda, wpływ mediów, ale także i czynniki wrodzone, ten cały wewnętrzny świat, który decyduje zarówno o tym w jaki sposób odbieramy inną osobę, jakie czynniki w tym obrazie są ważne i w ogóle jakimi zmysłami postrzegamy osobę. Ogólnie rzecz biorąc podobają się osoby podobne, ale jednak nie całkiem, jakby natura kazała dobierać się według „tej samej rasy, ale nie tej samej rodziny”. W doborze uczestniczą niemal wszystkie zmysły, w tym powonienie, słuch, dotyk, zaś wzrok ocenia nie tylko obraz statyczny, ale także sposób poruszania się i w ogóle zachowania się. Wreszcie istotna jest percepcja, jako wynik przetwarzania i projekcji danych dokonywana przez mózg, jako pewien produkt abstrakcyjny, pozazmysłowy.

Prowadzi to do wniosku, że wszelkie próby przypodobania się czynione według jakiegoś wzoru czy mody nie będą w stanie dość silnie oddziaływać, by oszukać doskonały i skomplikowany aparat percepcyjny stworzony przez naturę. Być może po prostu „bycie sobą” jest najbardziej opłacalną strategią, która nie oszuka także i nas samych.