

Секция «Современные проблемы психологии (подсекция для школьников)»

Исследование восприятия привлекательности лиц

Научный руководитель – Гайнуллина Дина Рустемовна

*Хорошилова Е.А.¹, Катаева Е.М.², Морозова Е.А.³, Мишина А.Ю.⁴, Уткина У.А.⁵,
Осикова В.А.⁶, Бабушкина А.Д.⁷, Дурнова М.К.⁸, Савина П.М.⁹, Овечко С.Б.¹⁰*

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра нейро-и патопсихологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра нейро-и патопсихологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра нейро-и патопсихологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 4 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра нейро-и патопсихологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 5 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 6 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра нейро-и патопсихологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 7 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра нейро-и патопсихологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 8 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра нейро-и патопсихологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 9 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра нейро-и патопсихологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*; 10 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия, *E-mail: zenahorosilova934@gmail.com*

Лица - особые социальные стимулы, которые ежедневно помогают нам взаимодействовать друг с другом. По ним мы способны считывать значимые социальные характеристики других людей, оценивать внешнюю привлекательность, а также определять эмоциональные выражения и даже черты личности их обладателей.

Процесс переработки информации о лице включает в себя *восприятие* как формирование визуального дифференцированного образа, *запоминание* и дальнейшее *узнавание* [4], благодаря чему мы можем успешно существовать в обществе. Так, восприятие лиц можно по праву считать одним из важнейших психических процессов для человека.

В рамках темы восприятия привлекательности лиц исследователи выделяют два подхода: *эволюционный* и *неэволюционный*. Первый опирается на то, что привлекательность - сочетание генетических «качеств» организма. Второй основан на представлении о том, что восприятие привлекательности зависит не от воспринимаемого, а от воспринимающего. Второй подход сильнее заключен в социальную сферу жизни человека и зависит больше от общества, в котором находится «воспринимающий».

При социальном взаимодействии внешние особенности человека, в частности, его лица, играют значимую роль. Ученые ставят перед собой вопросы о соотношении внешнего и внутреннего в психике и поведении человека, а также о познании «внутреннего через внешнее» [5]. Так, в ряде исследований было показано, что мы по-разному воспринимаем условно привлекательных и непривлекательных людей: первым мы склонны приписывать положительные личностные характеристики чаще, чем вторым [2]; физически привлекательные люди воспринимаются как более общительные, успешные, интеллектуально развитые [6, 7].

В настоящем исследовании оценка личностных характеристик проводится на основе «Большой пятерки» - диспозиционной модели личности, которая определяется при помощи пяти черт. Данная пятифакторная модель группирует некоторые черты, которые люди используют для описания друг друга, на основе лексической гипотезы, которая предполагает, что наиболее важные индивидуальные различия в человеческом взаимодействии закодированы в виде отдельных слов в естественном языке [3]. В «Большую пятерку» входят такие факторы, как *вовлеченность во внешний мир, экстраверсия* («Е-фактор»), *сотрудничество, доброжелательность* («А-фактор»), *добросовестность, самоконтроль* («С-фактор»), *негативная эмоциональность, нейротизм* («N-фактор»), *открытость новому опыту* («О-фактор») [1].

Таким образом, лицо является важным источником информации о человеке, раскрывающим не только его внешние характеристики, но также личностные и эмоциональные. Наше исследование посвящено проблеме восприятия привлекательности лиц и соответствия субъективной оценки привлекательности и особенностей личности по факторам «Большой пятерки».

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения влияния физической привлекательности на субъективное определение черт личности человека и, как следствие, на социальное взаимодействие.

Цели исследования:

- 1) Анализ основных характеристик и выявление ведущих признаков, способствующих идентификации привлекательности лица;
- 2) Анализ связи между субъективной оценкой привлекательности лица и черт личности по «Большой пятерке».

Гипотезы исследования:

- 1) Знакомые лица воспринимаются как более привлекательные: предполагается, что лица известных людей будут оценены более высоким баллом по шкале субъективной привлекательности;
- 2) Субъективные оценки внешней привлекательности лица и черт личности связаны: предполагается, что у наиболее привлекательных лиц сильнее будут выражены условно положительные качества (доброжелательность, открытость новому опыту, экстраверсия и добросовестность) и слабее те качества, которые воспринимаются как более негативные (нейротизм);
- 3) Лица людей одного поколения воспринимаются как более привлекательные: предполагается, что респондентами определённого поколения лица людей этого же поколения будут оценены более высоким баллом по шкале субъективной привлекательности.

Методы исследования

Исследование будет проведено на группе респондентов от 15 до 45 лет. *Первая часть исследования* включает в себя комплексный опросник, в котором выделены следующие разделы:

- 1) *Сбор демографических данных*: пол, возраст, город проживания, уровень образования.
- 2) *Сбор данных о восприятии лиц*: в опросник включены две шкалы, на которых участник от 1 до 5 может оценить свою способность запоминать лица и способность определять черты личности по лицу.
- 3) *Опросник М. Аннетт (1970)*, который используется с целью выявления ведущей руки. Опросник состоит из ряда вопросов, по результатам которых мы определяем респондента как условно праворукого, леворукого и амбидекстра. Вопросы уточняют, какой рукой человек выполняет то или иное действие.

Во второй части исследования в качестве стимульного материала предлагается 30 лиц: 15 из них - лица знаменитых людей от 20 до 47 лет, взятых из сети Интернет (8 женских и 7 мужских), 15 - лица людей, взятые из базы стоковых фотографий (www.pexels.com/search/face/; 7 женских и 8 мужских). Стимулы представляют собой лица разных возрастов и национальностей. Все фото обработаны одинаково и предоставлены в случайном порядке: не предполагается четкой последовательности, с какой периодичностью должны идти знакомые и незнакомые лица, лица мужчин и женщин. Это сделано для того, чтобы снизить уровень влияния человеческого фактора на ход исследования.

Представленные лица было предложено оценить по нескольким критериям:

- 1) Степень знакомости лица-стимула респонденту;
- 2) Субъективная оценка общей привлекательности лица;
- 3) Выделение наиболее субъективно привлекательных черт лица;
- 4) Субъективная оценка черт личности по «Большой пятерке», т.е. по таким качествам как экстраверсия, доброжелательность, добросовестность, негативная эмоциональность (нейротизм), открытость новому опыту.

Для получения обратной связи от респондентов о ходе исследования в конце опросника было сделано соответствующее поле с возможностью развёрнутого ответа.

Результаты исследования будут представлены на конференции.

Источники и литература

- 1) Воронкова Я. Ю., Радюк О. М., Басинская И. В. «Большая пятёрка», или пятифакторная модель личности //Смысл, функции и значение разных отраслей практической психологии в современном обществе. – 2017. – С. 39-45.
- 2) Никитина Е.А. Оценка личностных качеств человека по его лицу детьми и взрослыми: гало-эффект привлекательности. / в кн. «Лицо человека как средство общения: междисциплинарный подход» / Под ред. В.А. Барабанщикова, А.А. Демидова, Д.А. Дивеева. М.: Издательство "Институт психологии РАН", 2012. С. 227-236.
- 3) Первин Л. Психология личности: Теория и исследования / Л. Первин, О. Джон. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 607 с.
- 4) Петракова А.В., Микадзе Ю.В., Турсунов В.В. Вклад правого и левого полушария в восприятие лиц. Психологические исследования // Психологические исследования. 2020. Т. 13, № 69. С. 1.
- 5) Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. Человек и мир. СПб.: Питер, 2003.

- 6) Eagly A.H., Ashmore R.D., Makhijani M.G., Longo L.C. What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype // Psychological Bulletin. 1991. V. 110. P. 109–128.
- 7) Feingold A. Good-looking people are not what we think // Psychological Bulletin. 1992. V. 111 (2). P. 304–341.