

Субъективные и объективные качества привлекательности лица

Малясова Елена Алексеевна

студентка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: malyasova@mail.ru

Введение

Красота и привлекательность – основные категории интегральной оценки при восприятии внешнего облика другого человека, в особенности его лица. Что же делает лицо привлекательным или красивым? Понимание этого существенно не только в повседневной жизни любого человека (особенно женщин), включая сопутствующие институты косметологии, кинематографии и проч., но и представляет научный интерес для психологии. До сих пор не ясно, существует ли единый объективный эталон красоты, связано ли восприятие лица как привлекательного с тем, как мы оцениваем этого человека по другим качествам (например, оцениваем его ум, биологическое здоровье и социальную принадлежность). Всё это может быть объяснено как воздействием социальных стереотипов, культурных норм, общественного мнения, моды, опыта индивида (Майерс, 2004; Мелешников, 2005; Stockard J., Johnson M., 1980), так и генетическими особенностями воспринимающего субъекта (теория ценных генов, теория выбора полового партнёра (Докинз, 1993), теория родительского вклада (Райт, 1994; Карпинская, Никольский 1988)).

Методы

Основной целью данного исследования было выяснить 1) существуют ли универсальные принципы субъективной оценки привлекательности, можно ли их описать через объективно измеряемые геометрические параметры лица; 2) связана ли оценка привлекательности человека с вынесением неких предположений о его личностных качествах.

В эксперименте приняли участие 31 студент в возрасте от 18 до 20 лет. Испытуемые выполняли 2 задачи: 1) оценивали с помощью программы «personatest» набор из 18 стандартизированных фотографий ранее незнакомых женских лиц (предварительно промеренных с помощью программы FaceTest по 11 геометрическим показателям, из которых вычислялся индекс красоты) по 7 заданным шкалам: шкала привлекательности, шкала красоты и 5 шкал, отражающих факторы «Большой пятерки» (неуверенный в себе – самоуверенный, враждебный – дружелюбный, неорганизованный – организованный, тревожный – спокойный, ограниченный – умный). 2) Проходили автоматизированный вариант теста Кэттела 16RF.

Результаты

В итоге были получены не только субъективные и объективные оценки воспринимаемого лица, но и личностные характеристики реципиента. Первоначально полученные данные были обработаны факторным анализом для поиска «точек зрения» испытуемых (коррелировались профили оценок каждого испытуемого с остальными). В результате показано, что не существует единой точки зрения на привлекательность женского лица. Достоверно выявлено наличие не менее чем двух точек зрения (групп испытуемых), которые описывают 35% дисперсии данных (объем выборки не позволил надежно интерпретировать остальные факторы). Далее анализировались характеристики этих точек зрения, для чего в каждой из этих групп отдельно, а также совместно для испытуемых этих двух групп был проведен корреляционный и факторный анализ для выявления структуры связей между всеми исследуемыми показателями. Обнаружено, что оценки по шкалам «красота» и «привлекательность» значимо

коррелируют (ранговый коэффициент корреляции Спирмена равен 0.917 для первой группы и 0.839 для второй). При этом «индекс красоты», вычисленный по объективным показателям значимо коррелирует (0.513) с оценками по субъективным шкалам красоты и привлекательности только у испытуемых первой группы. С помощью факторного анализа взаимосвязей оценок по заданным шкалам для каждой из групп испытуемых отдельно выделено 3 фактора, а их совместный анализ позволил выделить 5 факторов, описывающих 86.3% общей дисперсии. В результате получилось, что 2 фактора по-разному описывают красоту и привлекательность: для первой группы в него включаются красота, привлекательность и уверенность, для второй группы характерно сочетание красоты, привлекательности и дружелюбия. Другие 3 общих для всех групп испытуемых фактора могут быть интерпретированы следующим образом. Фактор «спокойствие», куда вошли оценки по этой шкале испытуемых первой группы со знаком плюс, а второй группы – со знаком минус. В этот же фактор вошли оценки испытуемых первой группы по шкале «ум». Фактор «уверенность», в который с одинаковым знаком вошли шкала уверенности в обеих группах испытуемых, но при этом во второй группе испытуемых обнаружился вклад в этот фактор со знаком минус переменной «ум». Таким образом, в обследованных группах испытуемых наблюдается специфика оценки «умности» женского лица – в одном случае он прямо пропорционален спокойствию, а в другом обратно пропорционален уверенности. Последний фактор можно интерпретировать как организованность, однако и в этом случае выделенные группы испытуемых понимают ее противоположным образом. При этом в первой группе прямо связаны организованность и уверенность, но обратно пропорционально с ними связано дружелюбие.

Объективный индекс красоты, вычисленный на основе промеров лиц в программе FaceTest, вошел в фактор красоты для первой группы и в фактор организованность со знаком минус.

Таким образом, проведенное исследование показало специфику и сложное взаимодействие субъективных и объективных качеств, выделяемых мужчинами в незнакомых женских лицах.

Литература

1. Докинз Р. Эгоистичный ген М. Мир. 1993
2. Карпинская Р.С., Никольский С.А. Социобиология. Критический анализ. М.: Мысль 1988
3. Майерс Д. Изучаем социальную психологию. М.: Эксмо 2004, 234 с.
4. Мелешников А.А. К вопросу о функции коэффициента колеблющейся асимметрии в оценке физической привлекательности лица. // Ярославский край. Наше общество в третьем тысячелетии. Сборник материалов VI областной научной конференции студентов, аспирантов, молодых учёных вузов. – Ярославль 2005.
5. Мелешников А.А. Комплексное исследование специфики и механизмов объективных признаков физической привлекательности
6. Роберт Райт Моральное животное: эволюционная психология и повседневность. — New York, 1994.
7. Stockard J., Johnson M. Sex roles. N. Y. 1980. 334 P.