

Н.Ю. Шалаева

**Влияние эффекта физической
привлекательности человека на оценку
его личностных качеств**

Научный руководитель А.А. Гудзовская

В человеческих взаимоотношениях, в понимании того, как личность влияет на группу и группа на личность, важное значение имеет восприятие и понимание людьми друг друга. Оно всегда присутствует при контактах людей и является для них столь же естественным, как и удовлетворение повседневных органических потребностей. Трудно придумать более дьявольское наказание, писал У.Джемс, как если бы кто-нибудь попал в общество людей, где никто на него не обращал бы внимания. Если бы никто не оборачивался при нашем появлении, не отвечал на наши вопросы, если бы всякий при встрече с нами намеренно не узнавал нас и обходился с нами, как с неодушевленными предметами, то нами овладело бы известного рода бешенство, бессильное отчаяние, от которого были бы облегчением жесточайшие телесные муки, лишь бы при этих муках мы чувствовали, что при всей безвыходности нашего положения мы все-таки не пали столь низко, чтобы не заслуживать внимания. В этом психологически глубоко и жизненно правдивом высказывании одного из лучших знатоков практической психологии человека и межлюдских отношений очень точно схвачена не только потребность человека во внимании к себе людей, но и в определенном отношении. Оно же не в последнюю очередь зависит от того, насколько правильно нас воспринимают и оценивают люди [1,5].

Необходимо отметить, что существуют различные эффекты межличностного восприятия, к которым можно отнести эффект ореола, эффект проекции, эффект или явление стереотипизации и др.

Эффект ореола проявляется при формировании первого впечатления о человеке в том, что общее благоприятное впечатление приводит к позитивным оценкам и неизвестных качеств воспринимаемого

и, наоборот, общее неблагоприятное впечатление способствует преобладанию негативных оценок. В экспериментальных исследованиях установлено, что эффект ореола наиболее явно проявляется тогда, когда воспринимающий имеет минимальную информацию об объекте восприятия, а также когда суждения касаются моральных качеств. Эта тенденция затемнить определенные характеристики и высветлить другие и играет роль своеобразного ореола в восприятии человека человеком.

Известен также эффект проекции – когда приятно для нас собеседнику мы склонны приписывать свои собственные достоинства, а неприятному – свои недостатки, то есть наиболее четко выявлять у других именно те черты, которые ярко представлены у нас. Еще один эффект – эффект средней ошибки – это тенденция смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого в сторону среднего.

В более широком плане все эти эффекты можно рассмотреть как проявления особого процесса, сопровождающего восприятие человека человеком, а именно процесса стереотипизации. Создающиеся стереотипы часто порождают у нас слишком условное и упрощенное представление о других людях. Стереотип – это некоторый устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как известным «сокращением» при взаимодействии с этим явлением. Как правило, стереотип возникает на основе достаточно ограниченно-го прошлого опыта, в результате стремления делать какие-то выводы в условиях ограниченной информации [2].

Особый круг проблем межличностного восприятия возникает в связи с включением в этот процесс специфических эмоциональных регуляторов. Люди не просто воспринимают друг друга, но и формируют по отношению друг к другу определенные отношения. На основе сделанных оценок рождается разнообразная гамма чувств – от неприятия до симпатии и даже любви. Область исследований, связанная с выявлением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку получила название исследование аттракции. Буквально аттракция означает “привлечение”. Аттракция – это и процесс формирования привлекательности какого-то человека для наблюдателя, и продукт этого процесса, то есть некоторое качество отношения. Нельзя недооценивать

Влияние эффекта физической привлекательности человека на оценку его ...

роль физической привлекательности в формировании впечатления о человеке. Многие люди считают, что они не придают большого значения внешности своих партнеров по общению. Существует масса пословиц типа «не все то золото, что блестит» или «нельзя ценить книгу по ее обложке», говорящих о том, что красота – это поверхностное качество и не стоит обращать на нее внимание [3,4]. Тем не менее эмпирически доказано, что внешность на самом деле имеет большое значение. Данная работа посвящена проблеме влияния физической привлекательности человека на оценку его личностных качеств. Эта проблема является актуальной, т.к. уже было сказано выше, существует потребность человека во внимании к себе людей, и в определенном отношении, которое зависит от того, насколько правильно нас воспринимают и оценивают люди.

Целью работы является исследование значимости влияния физической привлекательности человека на оценку его личностных качеств. Для достижения поставленной цели были использованы следующие задачи:

1. Теоретический анализ эффекта физической привлекательности.
2. Эмпирическое исследование значимости физической привлекательности.
3. Обработка и интерпретация полученных данных.

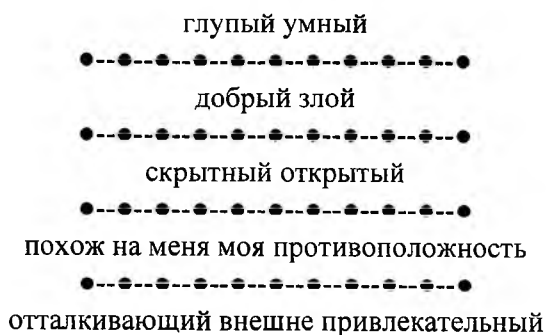
Гипотезу данной работы можно сформулировать следующим образом: физически привлекательным людям приписывают положительные личностные качества.

В соответствии с задачами исследования была сгруппирована выборка из 30 человек, из которых 25 женщин и 5 мужчин. В качестве испытуемых были взяты студенты 3 курса социального факультета СМиУ.

Каждому испытуемому был предложен бланк с двумя заданиями.

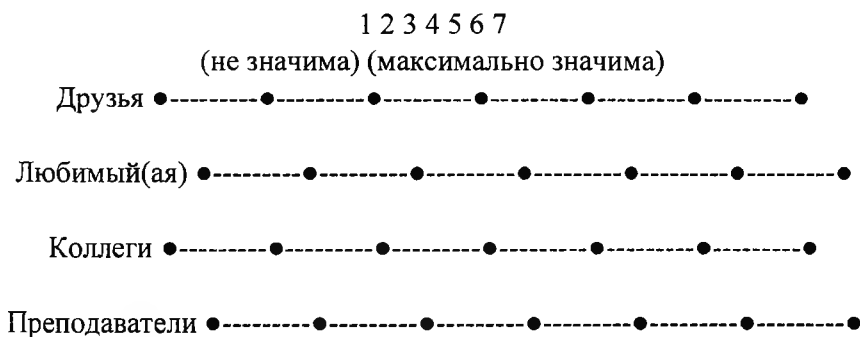
Основной задачей первого задания является выявление различий в восприятии личностных качеств в зависимости от физической привлекательности. Для этого испытуемым были предложены девять цветных фотографий размером 55x60 мм (4 фото мужчин, 5 фото женщин) (Рис.1.). Фотографии были расположены на одном листе и пронумерованы от 1 до 9.

Влияние эффекта физической привлекательности человека на оценку его ...



Испытуемые оценили фото 7 как наиболее «отталкивающее», т.е. менее привлекательное, а фото 3 и 9 как наиболее привлекательные. Так были введены две установки: 1 – привлекательное, 2 – непривлекательное.

Основной задачей второго задания является выявление значимости физической привлекательности лиц из окружения испытуемых. Испытуемым предлагалось оценить по биполярным семибальным шкалам значимость физической привлекательности людей из их окружения: друзей, любимых, коллег, преподавателей по следующей схеме:



В результате проведенного исследования были получены значимые различия по нескольким шкалам. Можно заключить, что физически привлекательных людей считают более талантливыми, но в тоже время менее умными. А также люди склонны идентифицировать себя с более привлекательными людьми, т.об. приписывая себе такие личностные качества как талантливость и глупость.

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Для сравнения результатов между собой мы определили среднее арифметическое, дисперсию, медиану и обнаружили различия по нескольким шкалам (Табл. 1 и 2.).

Из таблицы видно, что испытуемые выборки с условием «привлекательный», поставили наиболее высокий балл по шкале «талантливый», «похож на меня», следовательно, они склонны приписывать эти качества в большей степени физически привлекательным людям. А испытуемые выборки, которая содержала условие «отталкивающей» наиболее высокий балл поставили по шкале «умный». В целом, можно сказать, что в первом экспериментальном условии практически все показатели выше, чем во втором. Но показатели по качествам добрый почти совпадают. Это говорит о том, что это качество в равной степени может быть присуще как привлекательным, так и непривлекательным людям, но статистической значимости этот показатель не имеет.

Таблица 1.

**Различия по шкалам
Фото 3 и фото 7**

Качества	Сред.ариф		Дисперсия		Медиана	
	усл1	усл2	усл1	усл2	усл1	усл2
Талантливый	7,5	6,1	1,8	8	6,3	7,5
Умный	7,5	7,2	0,5	0,5	5,7	8,1
Добрый	6,9	6,5	1,8	4,5	5	8,3
Открытый	6,3	5,3	4,1	0	4,1	7,7
Похож на меня	6	3,6	8	13	5,5	2,3

Таблица 2.

Фото 9 и фото 7

Качества	Сред.ариф		Дисперсия		Медиана	
	усл1	усл2	усл1	усл2	усл7	усл2
Талантливый	7,6	6,1	8	8	7	7,5
Умный	5,9	7,2	8	0,5	3	8,1
Добрый	6,4	6,5	2	4,5	6	8,3
Открытый	6,2	5,3	5	0	4,5	7,7
Похож на меня	5,1	3,6	4,5	13	5,5	2,3

условие 1 – привлекательный условие 2 -непривлекательный

Влияние эффекта физической привлекательности человека на оценку его ...

По результатам исследования значимости эффекта физической привлекательности в различных аспектах взаимодействия испытуемых можно сказать, что наибольшей показатель имеет шкала «любимые», т.е. испытуемые при выборе партнеров наибольшее значение придают внешней привлекательности человека. Это свойственно как мужчинам, так и женщинам. Наименьшее значение внешней привлекательности женщины отдают коллегам, а мужчины друзьям. Внешность преподавателя также имеет значение как для женщин, так и для мужчин (Табл.3.).

Таблица 3.

Оценка значимости внешности партнера в различных ситуациях социального взаимодействия

Названия шкал	Сумма показателей по шкалам		Среднее арифметическое	
	жен	муж	жен	муж
Друзья	102	9	4,08	3
Любимые	141	28	10,8	9,3
Коллеги	74	14	3,04	4,6
Преподаватели	72	20	5,5	6,6
Всего			23,42	23,5

По результатам проведенного исследования можно сделать несколько следующих выводов:

- люди, воспринимая человека, зачастую сознательно или неосознанно оценивают его. Они сравнивают этого человека с кем-либо, приписывая ему различные качества, не основываясь на реальных фактах;
- физическая привлекательность человека является одним из самых влиятельных факторов, определяющих установки восприятия. Под ее влиянием какие-то качества человека переоцениваются или недооцениваются другими людьми;
- эксперимент, проведенный нами, показал, что существуют различия между качествами, приписываемыми «привлекательным», и качествами, приписываемыми «непривлекательным» людям;
- гипотеза, утверждающая, что физически привлекательным людям приписывают более положительные личностные качества час-

точно подтвердилась, т.к. были получены значимые различия по трем шкалам, испытуемые приписывали физически привлекательным людям такие черты как талантливость, похожесть на себя (на испытуемых), которые можно отнести к положительным качествам, но также было обнаружено, что менее привлекательных людей воспринимают как более умных, чем привлекательных.

В заключении хочется сказать, что представление о красоте имеет множеств аспектов, а идеалы красоты в различные эпохи и в различных культурах несколько отличались друг от друга, поэтому любое определение человеческой красоты обязательно будет неточным и абстрактным. К тому же существуют различные компоненты и элементы красоты, которые вызывают у нас различные ассоциации и чувства. Т.об, сложно определить физическую привлекательность человека, для каждого она имеет свое значение, можно сказать, что у каждого человека, так же как и у каждой эпохи, свой идеал красоты.

Литература

1. *Ермолинский Л.Л., Ермолинская Т.Ф.* Мир мудрых мыслей. И., 2001.
2. *Майерс Д.* Социальная психология. СПб., 1998.
3. *Обозов Н.Н.* Межличностные отношения. Л., 1979.
4. *Ольшанский В.Б.* Межличностные отношения. М., 1975
5. *Рогова И.В.* Дипломная работа по психологии. Самара, СМиУ, 2005.

О.В. Щипова

Социально-психологический климат как фактор влияния на коллектив

Научный руководитель Т.В. Коновалова

Понятие «социально-психологический климат» появилось в научном языке наряду с такими интегральными понятиями, как «психологическая атмосфера», «психологический климат», «нравственная