

УДК 159.925

К проблеме оценке Другого по внешнему облику

Погонцева Дарья Викторовна

канд.психол.наук, преподаватель кафедры социальной психологии факультета психологии Южного федерального университета (г. Ростов-на-Дону, Россия)

Аннотация:

В статье приводится теоретический анализ работ по психологии, в которых затрагивается проблема оценки Другого по внешнему облику. Приводятся работы, в которых отражены различные феномены взаимодействия, восприятия собственного тела и тела другого, его оценка и влияние оценки на категоризацию другого по шкале «красивый-не красивый».

Ключевые слова: *красота, внешний облик, оценка, восприятие*

На современном этапе можно отметить рост количества исследований, посвященных роли физической аттракции, т. е. внешней привлекательности или непривлекательности как факторам, влияющим на поведение людей в различных сферах жизни (реклама, судебные решения, трудоустройство, выборы и т. д.), а также факторам, которые в свою очередь влияют на формирования представления о красоте.

В то же время образы мужчины и женщины, как и другие элементы культуры, постепенно изменяются под влиянием огромного количества всевозможных факторов. В продуцирование отношений между полами вмешиваются СМИ, которые, воспроизводя и акцентируя внимание, создают образы гендерного мира, однозначно относимую к тому или иному полу символику. Репрезентация женщин, в том числе рекламная, давно служит объектом феминистской критики, так как женский образ в его нынешнем виде представляется конструкцией, возникшей в основном за счет работы масс-медиа. В современной культуре повышается значимость визуального компонента, по мнению некоторых исследователей [10, 14, 15, 26] в связи с увеличением количества изображений разного качества и назначения, внедряемых в современную жизнь человека, заставила выделить новый феномен как визуальная культура. Постепенно изображение превратилось из «источника визуальной информации и эстетического наслаждения» в «объект потребительского рынка». В настоящий момент, по мнению Т. Дашковой, можно зафиксировать значимость визуальной составляющей идеологии, в связи с этим особую значимость приобретает проблема визуального канона [15]. Также можно отметить, что в современной визуальной культуре основным является именно женский образ, который является эстетическим объектом и выступает в роли носителя культурной семантики, выполняя различные экономические, социальные, политические и другие функции. Женские образы, которые визуальны обозначены, не только отражают, но и формируют социальную реальность. Как отмечает К. Уоллестайн, современная реклама демонстрирует нам «идеалы женственности, которым необходимо следовать» [26, С. 117]. Однако, которые в свою очередь, являются недостижимыми, как например «героиновая» худоба Кейт Мосс, которая являлась иконой моды 1990-х. Некоторые авторы [Лебсак-Клейман А., 2006] сравнивают современную борьбу с «лишним весом» с ритуальной деформацией ступней у китайских женщин. Так, А. Лебсак-Клейман подчеркивает, что стремление женщин соответствовать этим стандартам обусловлено тем, что «сильное и дисциплинированное тело без единого грамма лишнего веса – триумф и символ нашей власти над соблазном сверхпотребления» [20, С. 165]. Женщины воспринимают эти стандарты как предписания для достижения успеха в современном социуме. Также о роли СМИ в формировании эталонных представлений о теле и поведении человека пишет С.Мартынов, подчеркивая, что демонстрируемый образ тела в СМИ становится зачастую индивидуальной целью человека

[22]. В совместной работе с Г.Ариной, С.Мартынов также отмечает, что зачастую это стремление достичь некоего эталонного образа приводит к дисморфофобии и неудовлетворенности своим внешним обликом [2]. Следует отметить, что в последнее время авторы все чаще поднимают проблему «жертв моды», к которым относят тех женщин, которые, попав под влияние модных эталонов женской красоты, перестают замечать собственные внешние достоинства и тем более забывают о «внутреннем наполнении». Как отмечает Е.В. Либина, следуя желанию приблизиться к идеальному образу женщины «обложки журнала», они отыскивают все новые и новые «дефекты» своей внешности и начинают испытывать хроническую неудовлетворенность собой [21, С. 55-56].

Изучая особенности восприятия учащимися элементов внешнего облика другого человека Воробьева М.В. отмечает возрастные особенности восприятия внешнего облика другого человека. В данной работе автором были обнаружены некоторые различия в характере предпочтений школьников разного возраста при восприятии ими элементов внешнего облика другого [9, С. 195-198]. Это может быть продиктовано тем, что подростковый эталон красоты и привлекательной внешности в подростковом возрасте часто «завышен и нереалистичен» [19, С. 280]. В свою очередь Е.В. Белугина отмечает, что каждый возрастной этап развития личности характеризуется возрастными специфическими особенностями формирования, функционирования и трансформации телесности, образа тела, динамическими экспрессивными паттернами самовыражения, способов оформления своей внешности [4; 5].

Как отмечает В.С. Агеев, первые исследования полоролевой стереотипизации были связаны с попытками вычлнить типичные различия, относящиеся к представлениям женщин и мужчин друг о друге и о себе. [1, С. 152]. Так, в работе В. Мухиной, А. Денисова рассматривались гендерные различия телесной самопрезентации. Авторы делают вывод о том, что мальчики чаще делают акцент на физических характеристиках (рост, вес, физическая сила) и связанных с ними видах деятельности (спорт - преимущественно футбол), в то время как ценностное отношение к своим внешним данным мальчиками обычно утаивается. В свою очередь девочки открыто ориентируются на внешние данные, в особенности на красоту («серые глаза», «я стройная», «ноги длинные»), выказывают озабоченность своей внешностью [24, С. 126].

Необходимо особо подчеркнуть, что в качестве объектов эстетической оценки мужчины и женщины сильно отличаются между собой. Оценка красоты мужчины и женщины ориентирована на разные природные и функциональные нормы и стандарты. В красоте мужчины доминируют черты борца, лидера и сильной личности. Красота женщины ориентирована именно на момент соревнования: она должна победить соперниц на «ярмарке невест». Л.В. Кан отмечает, что современные женщины придерживаются прежних традиционных гендерных стереотипов, стремятся к андрогинии и андрогинные женщины в свою очередь наиболее позитивно оценивают свой внешний облик [17]. Д. Михель подчеркивает, что чрезмерно худое тело ассоциируется с неким подобием монстра, в то время как полное, округлое тело демонстрирует женственность, мягкость и символизирует домашний уют [23, С.206]. Таким образом, автор делает акцент на то, что женщина должна соответствовать неким «женским» характеристикам. В свою очередь В. Кардапольцева отмечает, что женственность ассоциируется с красотой, загадочностью, хрупкой изнеженностью и в то же время с чем-то роковым и демоническим. В структуре женственности также есть место роли женщины как хорошей хозяйки [18].

В свою очередь Ю. Фролова и В. Коробицын отмечают, что женщины обладают только им присущими механизмами влияния (такие, как красота, очарование и т.п.) на поведение мужчин, имеющих индивидуальную систему восприятия. В данном случае женщина определена как субъект действия, а мужчина – объект воздействия в гендерных отношениях [28, С. 45-46].

Как отмечают О.А. Герасимова и В.А. Лабунская «конструирование внешнего облика, трактуемое как конструирование образа для других или переконструирование образа о себе у других и у самого себя о себе, является всегда связанным с определенными жизненными событиями». Авторы отмечают, что внешний облик не только формирует социально-психологический образ человека, раскрывает его гендерную, возрастную идентичность другим, указывает на стратификационные характеристики, но отраженный самим субъектом, интерпретируемый и оцениваемый им, внешний облик раскрывает «Я» личности для нее самой, а отношение к своему внешнему облику, его оценка становятся показателями отношения к себе личности, показателями ожидаемых отношений со стороны других [11, С. 137]. Е.В. Белугина отмечает что, внешний облик формирует образ гендерной идентичности партнера по общению, конструирует гендерную идентичность субъекта вовне, выступает регулятором гендерных отношений в общении, является репрезентацией социальных конструктов маскулинности – фемининности [6, С. 106]. М.Р. Желтухина отмечает, что с концептом «женщина» коррелируют следующие понятия: «красота», «молодость», «элегантность», «стильность», «обаяние». Для русских более значимы такие аспекты как красота, необычность, непорочность концепта «женщина» [16].

Т. Liechty выявил, что оценка собственной привлекательности женщин зависит от отношения их матерей к внешности дочерей и установкам родителей о том, как следует выглядеть [33]. На российской выборке также было отмечено, что именно родители формируют образ, которому «следует соответствовать», что также подчеркивает Н. Городнова, рассматривая роль семьи в гендерной социализации [13].

В.Н. Панферов считал, что эталоны внешности исполняют роль своеобразных «пусковых механизмов» процесса интерпретации субъективных свойств человека, разворачивающегося во времени. Структура этих эталонов есть синтез анатомических и экспрессивных свойств человека. Он также выделил 3 класса эталонов и стереотипов интерпретации личности по внешности: 1) антропологические; 2) социальные; 3) эмоционально-эстетические [25, С.139]. Автор отмечает, что для каждого человека познаваемый в общении человек является значимым эмоциональным объектом. Эмоциональные отношения предопределены здесь особенностями физической красоты и экспрессией внешнего облика. Человек, получивший положительную оценку внешности, получал, как правило, положительную характеристику личности, и наоборот [25, С. 140].

Таким образом, эти работы указывают, что гендерная идентичность и представление о гендерной идентичности Другого формируются как семьей, так и СМИ, и влияют на формирование эталонных образов красивой женщины и выделением в этих образах определенных качеств.

На основе методики психосемантического дифференциала М.В. Буракова [8] определила наборы личностных характеристик, соответствующих «привлекательным» прическам. Привлекательная личность, с точки зрения М.В. Бураковой, обладает необходимыми для успешного взаимодействия аттрактивными чертами (привлекательный, обаятельный, сексуальный, приятный, наивный, интересный), позитивными эмоционально-экспрессивными параметрами (чувственный, эмоциональный, счастливый, веселый), позитивными отношениями к другому (общительный, дружелюбный, добрый, открытый), нравственно-этическими качествами (честный, моральный), эстетическими особенностями (утонченный, современный) [8].

М. Болохова [7] в результате интерпретации женских фотографий в журналах «Крестьянка» выделила особенности внешности современниц. Для красивой современницы характерны: удобная практичная одежда, естественный, неброский макияж, возраст, вышедший за грани четырнадцатилетних фотомоделей, но при этом сохраняется «неизменной» феминность (исключительно стройная фигура, возраст до 35 лет, обязательно молодая внешность, свободный стиль одежды, но с выделением эротичности, неделовая обстановка, так как работа не способствует украшению женщины) [7, С. 46-51]

С другой стороны, представление о некоем эталоне может влиять на оценку привлекательности другого, примером может служить изучение стереотипа «что красиво – то хорошо» (*beautiful is good*). В данном выражении закладывается вопрос, схожий с вопросом о яйце и курице; мы наделяем человека положительными личностными качествами, потому что он красив внешне или мы считаем его красивым, поскольку нам известно о его положительных личностных качествах. Как отмечают I.R. Olson, Ch. Marshuetz красивые люди всегда получают больше льгот: от более высокой социальной оценки до более высокой зарплаты [35]. Проводя теоретический анализ данной проблемы, авторы отмечают, что практически все работы, изучающие красивый внешний облик, так или иначе затрагивают данный вопрос, и подчеркивают, что такой стереотип существует; более того, зачастую он оказывает влияние на все другие оценки. В другой работе R. Felson, G. Bohrnstedt рассматривали проблему представления об эталоне на примере оценок школьников. Они изучали взаимосвязь оценок внешней аттрактивности и способностей (академических и физических) в ходе проведения социометрии. В своем исследовании они просили школьников назвать трех самых красивых, самых умных и самых успешных в спорте учеников. В итоге они показали, что более умных и спортивно-развитых детей их одноклассники считают более красивыми [30]. Подобное исследование было проведено D. Namermesh, A. Parker, которые исследовали взаимосвязь внешности студентов и их оценок; ими было выявлено, что студенты, которых преподаватели считают как обладающих более аттрактивным внешним обликом, получают более высокие учебные оценки [32].

Так, L.A. Nordholm в своей работе рассматривала проблему взаимодействия врача и пациента в связи со стереотипами врачей о красоте и их отношением к «красивым» и «некрасивым» пациентам [34, С. 81-83]. Ею было выявлено, что «красивых» пациентов считают более «хорошими», покладистыми и оптимистично настроенными, чем «некрасивых» пациентов. Аналогичное исследование было проведено спустя 10 лет Канадскими учеными H.D. Hadjistavropoulos, M.A. Ross, C.L. Von Baeyer. В своем исследовании они рассматривали проблему восприятия боли пациента в зависимости от внешней аттрактивности пациента [31]. Ими было обнаружено, что врачи оценивают боль как более сильную у красивых пациентов, к ним чаще подходят, чтобы проверить самочувствие, и более толерантно относятся к описанию красивыми пациентами своих ощущений. В работе канадского исследователя S.V. Raunonen был доказан другой аспект данного стереотипа, который он переформулировал: «ты честный, поэтому я считаю тебя аттрактивным (привлекательным, красивым)» [35]. С одной стороны информация о том, честный или нет человек, изображенный на фотографии, влияет на оценку его как красивого; с другой стороны, тех людей, которых оценивают как более красивых, также оценивают и как более честных. Таким образом автором было показано, что данный стереотип обуславливает как оценку Другого как красивого, так и как честного.

Е.В. Либина, говоря о проблеме отношения к современной женщине, отмечает: «О красивой женщине часто говорят как о «привлекательной, но неумной». Умную же женщину многие считают «интеллектуальной, но лишенной женского обаяния» [21]. Таким образом, можно предположить, что красивая женщина не должна отличаться яркими интеллектуальными способностями.

Основываясь на анализе работ можно предположить о том, что на оценку другого человека как красивого влияют индивидуальные характеристики: биологические (возраст, пол), социальные (статус, профессия), психологические (эмоциональное состояние, уровень общего и социального интеллекта, направленность на людей, ценностно-мотивационная ориентация, содержание «образа Я», самоотношение и самооценка), а также его раса, социальный статус, своеобразие вербального и невербального поведения, оригинальность оформления внешности, выполняемые действия. Файзуллаев А.А. также подчеркивает, что «большой класс социально-психологических феноменов связан с восприятием и

интерпретацией человеком внешности, поведения и личностных особенностей других людей» [27, С. 147].

Л.Я. Гозман и Н.И. Ажгихина в своей книге «Психология симпатий» отмечают, что «внешность не единственный фактор, от которого зависит наше отношение к людям; когда мы знакомимся с человеком, то, помимо внешности, отмечаем и иные его свойства, усиливающие, или наоборот, снижающие впечатление, которое произвела его внешность» [12, С. 29]. Г. Бедненко констатирует, что у красивой женщины «бывает много подруг и много завистниц – соперниц [3, С. 213]. Д. Долински также отмечает, что, оценивая человека как красивого, мы «автоматически» приписываем ему или ей позитивные личностные качества [29, С. 143].

Таким образом, мы можем говорить о том, что такие феномены как оценка и дискриминация по внешнему облику отражены в ряде как российских, так и зарубежных работ, однако эти работы носят скорее фрагментарный характер, не раскрывая их целостно. Исходя из этого мы можем говорить об актуальности исследований эйдизма и лукизма в рамках российской действительности.

Литература:

- 1) Агеев В. С. Психологические и социальные функции полоролевых стереотипов // Вопросы психологии №2 1987 С. 152-158.
- 2) Арина Г.А., Мартынов С.Е. Средства массовой информации как фактор возникновения озабоченности собственной внешностью в юношеском возрасте // Культурно-историческая психология. 2009. №4. С. 105-114.
- 3) Бедненко Г.Б. Греческие богини: Архетипы женственности. [Текст] /Г.Б. Бедненко М.: Независимая форма «Класс», 2005. 319 с.
- 4) Белугина Е. В. Особенности отношения к своему внешнему облику в период середины жизни // Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. Ростов-на-Дону, 2002. 21 с.
- 5) Белугина Е.В. Исследование внешнего «Я» личности в контексте психологии общения // Психологический вестник РГУ. Вып.3. Ростов-на-Дону, 1999.С.293-298.
- 6) Белугина Е.В. Самооценка гендерно-возрастных и ролевых характеристик внешнего облика в период середины жизни // Северо-кавказский психологический вестник, № 2, 2004. с.105-111.
- 7) Болохова М. Гендерный анализ идеализированных представлений о физической привлекательности // Вестник ВГУЭС, Центр гендерных исследований, 2006. №3. С. 46-51.
- 8) Буракова М.В. Интерпретация маскулинности - фемининности внешнего облика женщины (на примере прически). Диссер. ... канд. психол. наук. Ростов-на-Дону, 2000. 202 с.
- 9) Воробьева М.В. Восприятие учащимися элементов внешнего облика другого человека // Ежегодник Российского психологического общества: Материалы III всероссийского съезда психологов 25-28 июня 2003: В 8 тт. СПб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2003. Т.2. С. 195-198.
- 10) Гаранян Н. Г. Типологический подход к изучению перфекционизма // Вопросы психологии. 2009. №6. С.52-60.
- 11) Герасимова О.А., Лабунская В.А. Влияние выраженности феминности-маскулинности на самооценки компонентов внешнего облика на различных этапах жизненного пути //Северо-кавказский психологический вестник. № 2. 2004. стр. 131 – 137.
- 12) Гозман Л.Я., Ажгихина Н.И. Психология симпатий М.: Знание, 1988. 96 с.
- 13) Городнова Н. Роль семьи в гендерной социализации подростков. СПб.: Алетейя, 2005. С. 310-314.
- 14) Дашкова Т. "Идеология в лицах. Формирование визуального канона в

советских журналах 1920-х - 1930-х годов" // Культура и власть в условиях коммуникационной революции XX века. Под ред. К. Аймермайхера, Г.Бордюгова и И. Грабовского. Москва: АИРО-XX, 2002. С.103-128.

15) Дашкова Т. Визуальная репрезентация женского тела в советской массовой культуре 30-х годов // Логос. 1999. № 11/12. С. 131- 155.

16) Желтухина М.Р. Сuggestивность в рекламе и концепт «женщина» // Материалы третьей международной конференции 27-28 ноября 2003 г. Гендер: Язык, Культура, Коммуникация. М.: МГЛУ, 2003. С. 46-47

17) История Красоты / под редакцией Умберто Эко; перевод с итал. А.А. Сабашниковой. М.: СЛОВО/SLOVO, 2005. 440 с.

18) Кардапольцева В.Н. Женственность как социокультурный конструкт // Вестник РУДН, серия Социология, 2005, № 1(8), стр. 62-76.

19) Кон И.С. Открытие «Я». М., Политиздат, 1978. 367 с.

20) Лебсак-Клейман А. Освобожденная естественность // Теория моды № 1, 2006, 163-170.

21) Либина Е.В. Психология современной женщины: И умная, и красивая, и счастливая... М.: ПЕР СЭ, 2001. 528 с.

22) Мартынов С. Влияние СМИ на отношение человека к собственному телу / Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2-х т. Т.2: Феномен «разорванной коммуникации»: Сб. статей/Под ред. Я.Н. Засурского, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой, А.Л. Варгановой, А.И. Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2008. С.343-353

23) Михель Д. Ужасные отражения материнского тела: примеры гендерных политик на Западе в современную эпоху // Гендерные исследования. 2000. №4. С.203-226.

24) Мухина В., Денисов А. Влияние знаковых систем на половую идентификацию подростков: гендерные различия // Развитие личности №1, 2002, С. 119-136

25) Панферов В. Н. Когнитивные эталоны и стереотипы взаимопонимания людей // Вопросы психологии. 1982. №5. С.139 – 141.

26) Уоллерстайн К. Худоба и эстетика отверженности в современной модной рекламе // Теория моды. № 1. 2006. С. 115-137.

27) Файзуллаев А. А. Атрибутивная характеристика личности // Вопросы психологии. № 9. 1990. С. 147-152.

28) Фролова Ю. В., Коробицын В. В. Моделирование межличностных взаимодействий с гендерной структурой // Тезисы докладов Конференция молодых ученых по математике, математическому моделированию и информатике (4-7 декабря 2001 года). Новосибирск: Изд-во Академгородок, 2001. С. 45-46.

29) Doliński D. Psychologia reklamy. Gdanskie wydawnictwo psychologiczne, Gdansk 2005, 354 s.

30) Felson R.B., Bohrnstedt G.W. «Are the Good Beautiful or the Beautiful Good?» The relationship between children's perception of ability and perceptions of physical attractiveness // Social Psychology Quarterly, Vol. 42, № 4, 1979, P. 386-392

31) Hadjstavropoulos H.D., Ross M.A., Von Baeyer C.L. Are physicians' ratings of pain affected by patients' physical attractiveness? // Social Science & Medicine, Vol. 31, Issue 1, 1990, P. 69-72.

32) Hamermesh D., Parker A. Beauty in the classroom: instructors' pulchritude and putative pedagogical productivity // Economics of Education Review, Vol. 24, Issue 4, August 2005, P. 369-376.

33) Kniffin K. M., Wilson D. S. The effect of nonphysical traits on the perception of physical attractiveness Three naturalistic studies // Evolution and Human Behavior. Vol. 25, Issue 2, March 2004, P. 88-101.

34) Myers J. Non-mainstream body modification // Journal of Contemporary Ethnography. 1992, № 213, P. 267-306.

35) Olson I.R., Marshuetz C. Facial Attractiveness Is Appraised in a Glance//
Emotion, Vol. 5, Is. 4 , December 2005, P. 498-502.

Article received: 2011-03-15