



УДК 316.61

## СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ ВОСПРИЯТИЯ ВНЕШНОСТИ НЕЗНАКОМОГО ДРУГОГО

Е. В. Рягузова

Рягузова Елена Владимировна - доктор психологических наук, доцент, заведующий кафедрой психологии личности, Саратовский государственный университет, Россия  
E-mail: rjaguzova@yandex.ru

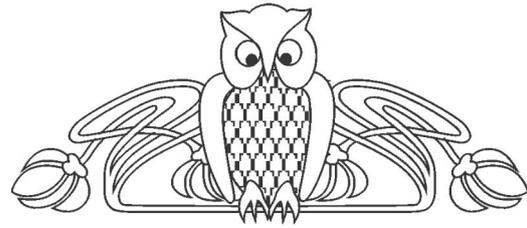
Представлены результаты эмпирического исследования, направленного на анализ социокультурной обусловленности оценок личностных качеств незнакомого человека взрослыми людьми по внешнему облику, показателям экспрессии и оформлению внешности. В исследовании принимало участие 60 человек в возрасте 25-30 лет женского пола и использовался следующий диагностический инструментарий: шкалы «16-факторного личностного опросника» Р. Кеттелла и методика «Семантический дифференциал» Ч. Осгуда. Обнаружено, что при восприятии и оценке внешнего облика незнакомого человека доминантную роль играют особенности экспрессивного репертуара личности и специфика оформления внешности. Выявлена следующая закономерность: если оформление внешности и экспрессия типизируются как составная часть образа-роли, то незнакомому Другому приписываются типичные свойства этого образа и даются субъективные характеристики образа-роли, зафиксированные в культуре и усвоенные личностью в процессе социализации. Установлено, что восприятие незнакомого Другого по фотографии, идентификация его личностных свойств и оценка внешнего образа имеют социокультурные детерминанты.

**Ключевые слова:** социальная перцепция, незнакомый Другой, внешность, социокультурные детерминанты.

### Введение

На современном этапе развития общества все большее значение приобретают различного рода образы. Именно они, по мнению П. Штомпки, «переносят информацию, знания, эмоции, эстетические ощущения, ценности, воздействуя не только на сознание, но и на подсознание» [1, с. 7]. Транслируемые образы влияют на вкусы, предпочтения, ценности, поведенческие стратегии той или иной личности или социальной группы, легитимируют новые практики и устанавливают новые образцы, определяют в целом способы познания и типизации личностью себя, Другого, социального и предметного мира.

Современное общество предъявляет все возрастающие требования к внешнему виду человека, его одежде. От внешнего облика часто зависит получение престижной работы и продвижение по карьерной лестнице, эффективность межличностных отношений и формирование позитивных оценок окружающих людей, в совокупности представляющих социальную репутацию личности [2]. Поэтому неудивительно, что современно-



му человеку приходится тратить много времени, сил и средств на оформление своего внешнего вида, приобретая модную и стильную одежду, декоративную косметику, посещая парикмахерские салоны, переходя на сложные виды диет, корректируя свою внешность с помощью физических упражнений и пластических операций.

В современной психологической литературе внешний облик рассматривается как сложная знаковая система психологических качеств личности, полифункциональное средство ее самопрезентации и самопредъявления, а процесс восприятия выражения лица другого человека трактуется как когнитивно-коммуникативное событие [3]. На основании имеющихся исследований В. А. Барбанщикова, А. А. Бодалева, В. А. Лабунской, Е. А. Петровой, И. П. Шкуратовой можно выделить следующие функции внешности: 1) когнитивную: внешность является носителем определенной информации, средством категоризации и идентификации личности; 2) аффективную: она опосредована тем, что результат восприятия собственной внешности и внешности Другого представляет собой важный компонент самооценки и самоотношения личности, составляя основу для формирования ее Я-образа и Я-концепции, выступая индикатором оценки Другого и конструирования Он-концепции [4]; 3) регулятивную: она связана с влиянием субъективной оценки внешности на характер межличностных отношений и предполагает возможность управления впечатлениями о себе и Другом; 4) социально-перцептивную: способствует формированию первого впечатления о субъектах взаимодействия и создает предпосылки для успешной коммуникации; 5) индикативную: обусловлена тем, что внешность представляет собой совокупность визуальных знаков (кодов) при познании другого человека; 6) функция конструирования позволяет проявиться некоторым характеристикам внутреннего мира личности (интересы, ценности, смыслы, система отношений к себе и Другому) при взаимодействии с Другими, являясь формой объективации этого мира и трансляцией интрапсихического смыслового содержания; 7) антиципирующую, обусловленную представлениями личности о возможном модусе существования собственного Я.

Для анализа внешности человека выделяют три визуальные знаковые системы [5]: первая включает в себя физический облик и конституцию человека, т. е. устойчивые телесные характеристики; основными элементами и кодами второй систе-

мы являются экспрессивные движения личности (мимика, взгляд, поза, жесты); третья система связана с оформлением внешности (косметика, одежда, аксессуары). Эти семиотические системы тесно взаимосвязаны между собой, прочно соединены в единую целостность - «видимый человек» [6], дополняют друг друга, а иногда вступают в явное противоречие и конфликт.

Известно, что оценка личностных качеств другого человека по внешнему виду детерминирована тремя группами факторов: 1) ситуационными, связанными с условиями и обстоятельствами оценивания (предварительная установка, поставленная задача, ситуацией оценивания); 2) объектными, имеющими отношение к характеристикам объекта восприятия (знакомый - незнакомый, приятный - неприятный, молодой - старый); 3) субъектными, обусловленными личностными особенностями оценивающего и оцениваемого субъекта (доброжелательностью, доверием, агрессивностью, тревожностью, подозрительностью, доминантностью и др.).

Несмотря на внушительный опыт изучения факторов, механизмов, эффектов социальной перцепции, социального познания и понимания людьми друг друга, накопленный в зарубежной и отечественной психологической науке, существует значительное проблемное поле, связанное с оценкой воспринимаемого образа Другого на фотографиях. Среди немногочисленных работ подобного рода можно выделить исследования В. А. Барабанщикова, С. Ю. Ждановой, Л. З. Зариповой, И. Н. Майниной, В. Н. Носуленко, С. М. Федосеевской, Л. А. Хрисанфовой. Вместе с тем социальная и социокультурная обусловленность восприятия фотографического образа незнакомого Другого изучена недостаточно.

Целью данной работы является анализ социокультурной обусловленности оценок личностных качеств незнакомого человека взрослыми людьми по внешнему облику, показателям экспрессии и оформлению внешности.

#### **Организация и методы исследования**

В качестве стимульного материала мы использовали результаты творческого эксперимента новозеландского fashion-фотографа К. Аарон [7], в котором он наглядно продемонстрировал, как стилистическая трансформация оформления внешности влияет на физический облик человека, кардинально изменяя его. Он сфотографировал шесть школьных выпускных классов в двух принципиально разных ситуациях: первая касалась фотографирования в школьный альбом, где девушки предстали в знакомом для себя образе школьницы: приветливая улыбка, гладкая прическа, форменная одежда, отсутствие косметики; вторая имела отношение к фотографированию на обложку модного журнала, и девушки выступали в роли моделей, а их внешний облик предполагал

наличие макияжа, стильной одежды, прически, демонстративной позы.

Двенадцать фотографий на экране монитора в случайном порядке предъявлялись разным испытуемым в двух сериях: в первом случае необходимо было выбрать из списка, составленного на основании 16-PF Кеттелла (за исключением фактора «Интеллект»), те личностные качества, которыми, по мнению испытуемых, обладают люди, изображенные на фотографиях. Задача испытуемых во второй серии заключалась в том, чтобы оценить внешность людей, представленных на фотографиях, с помощью шкал семантического дифференциала.

В исследовании принимало участие 60 человек в возрасте 25-30 лет женского пола. Мы сознательно проводили эксперимент на испытуемых не только одной и той же возрастной категории, чтобы нивелировать влияние возрастных особенностей, но и гомогенной по полу группе для того, чтобы исключить роль гендерной специфики в оценке личностных свойств и характеристик внешнего облика.

#### **Результаты исследования, их анализ и обсуждение**

Анализ данных, полученных в первой серии исследования, свидетельствует о том, что одной и той же девушке, представленной на фотографиях в разных образах, атрибутировались диаметрально противоположные личностные качества: робость (образ «школьницы») и смелость (образ «модели»), сдержанность (образ «школьницы») и экспрессивность (образ «модели»). Эта закономерность характерна для всех шкал опросника Кеттелла, за исключением шкалы «расслабленность - эмоциональная напряженность», так как большинство девушек на фотографиях оценивались как эмоционально-напряженные, независимо от характера образа. Мы считаем, что это можно объяснить ситуационным контекстом: девушки, не будучи профессиональными моделями, на самом деле были эмоционально напряжены и скованы во время фотосессии, независимо от характера презентуемого образа и исполняемой роли.

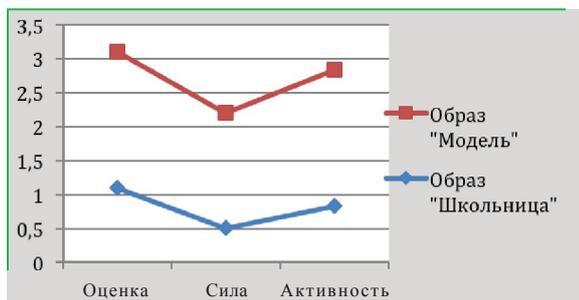
Еще одна выявленная тенденция заключается в том, что разным девушкам в одном и том же образе приписываются идентичные личностные свойства. Практически все испытуемые характеризуют «девушек-школьниц» как эмоционально стабильных, сдержанных, робких, доверчивых, консервативных, с высоким уровнем нормативности поведения. В то же время «девушки-модели» позиционируются большинством участников исследования как экспрессивные, смелые, прямолинейные, радикальные, практичные, с низким уровнем нормативности поведения.

Приведенные результаты позволяют утверждать, что в ходе эмпирического исследования испытуемые приписывают личностные свойства не означаемому - объекту восприятия (т. е. самой



девушке - ее внешности), а атрибутируют те или иные качества и характеристики означаемому, т. е. предъявляемому образу-роли, который имеет ту или иную социально обусловленную коннотацию. Соответственно, для взрослого испытуемого при распознавании личностных свойств незнакомого человека по фотографии важными являются не анализ устойчивых телесных показателей внешности (разрез глаз, форма носа, контур губ, линия роста волос и т. д.), выступающих дифференцирующими признаками индивидуальности, а поиск типичных визуальных кодов, зафиксированных в культуре и усвоенных в процессах социализации и инкультурации, которые отражены в экспрессии личности и оформлении ее внешности. Следовательно, личность конструирует образ незнакомого Другого с помощью механизмов категоризации, последующей типизации и стереотипизации, создавая по визуальным знакам конвенциональный образ Другого, характеризующийся набором типичных свойств.

Проанализируем обобщенные данные результатов второй серии исследования (рисунок).



Сравнительный анализ внешности девушек в образах «Школьница» и «Модель» по факторам семантического дифференциала

Как показывают приведенные данные, оценки внешности «моделей» и «школьниц» существенно и значимо различаются по всем факторам: образ «моделей» более активный, сильный и привлекательный. На наш взгляд, подобные эталоны внешности задаются в культуре, в контексте которой личность, обладающая аттрактивными качествами, активными поведенческими стратегиями, уверенностью и асертивностью, имеет больший потенциал для эффективного взаимодействия с Другими и больше ресурсов для успешной социальной адаптации.

В ходе обеих серий исследования было выявлено, что ни один из испытуемых не обнаружил сходных черт внешнего облика у девушек в разных образах. Этот факт был подтвержден в процессе последующей беседы, где подробно сообщалась информация о стилистическом эксперименте, которая вызвала удивление у всех участников исследования и желание посмотреть еще раз на фотографии девушек. На наш взгляд, это служит еще одним аргументом в пользу того, что при конструировании образа незнакомого человека

происходит распознавание и узнавание типичных визуальных кодов, транслируемых культурой и социумом, в которые интегрирована личность, и активизация перцептивных алгоритмов, способствующих идентификации образа-роли. Подчеркнем, что речь идет не о механизме физиогномической редукции, описанном В. С. Агеевым [8], который позволяет на основании культурных эталонов и внешних особенностей Другого идентифицировать определенный тип его личности. Мы имеем в виду принципиально иной механизм, связанный с доминантностью презентуемого образа-роли, его властью, императивом и фиксированностью в социуме. Образ-роль маркируется элементами оформления внешности и экспрессивным репертуаром и усваивается в ходе социализации и инкультурации личности. При этом чем сильнее выражены ролевые маркеры, тем однозначнее будет сконструированный образ незнакомого Другого и тем меньше будут учитываться другие визуальные коды.

Каждая культура обозначает границы того или иного образа-роли и определяет его специфику. В нашем исследовании фотографии создавались и предъявлялись в контекстах разных культур, вместе с тем образы-роли имели сходную интерпретацию, что может трактоваться как наличие в различных культурах инвариантных и специфических образов-ролей, допускающих и сходные, и самобытные интерпретации.

Сфокусируем наш исследовательский интерес еще на одном важном аспекте эмпирического исследования, а именно - на ситуации его проведения [9]. Участвуя в нем, испытуемые решали строго определенные экспериментальные задачи: выбрать те или иные личностные свойства и охарактеризовать внешний облик человека, представленного на фотографии, т. е. они находились в ситуации, не связанной с дальнейшим взаимодействием и последующей коммуникацией с незнакомым Другим, поэтому им достаточно было результатов действия механизма ролевой стереотипизации. Безусловно, контекст реальных межличностных интеракций предполагает решение более сложных жизненных задач и активизацию всех механизмов как социальной перцепции, так и когнитивных способов интерпретации и прогноза развития ситуации, эмоциональных оценок и переживаний, конструирования стратегий и тактик собственного поведения по отношению к незнакомому Другому.

## Выводы

При восприятии внешности незнакомого Другого по фотографии, на которой зафиксированы не только телесные коды, но и экспрессивные движения и особенности оформления внешности, субъект восприятия приписывает личностные качества не объекту восприятия - означаемому, а репрезентируемому образу-

роли - означаемому, имеющую определенную социокультурную коннотацию. При распознавании личностных свойств незнакомого человека посредством подобного рода фотографий ключевым является поиск визуальных кодов, усвоенных в ходе социализации и инкультурации, которые отражены в экспрессии личности и оформлении ее внешности.

Личность конструирует образ незнакомого Другого с помощью механизмов категоризации, последующей типизации и стереотипизации, создавая по визуальным знакам конвенциональный образ Другого, характеризующийся набором типичных для данного образа свойств, транслируемый культурой и социумом, в которые интегрирована личность.

Установлено, что восприятие незнакомого Другого по фотографии, идентификация его личностных свойств и оценка внешнего образа имеют социокультурные детерминанты.

### Библиографический список

1. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования / авт. вступ. ст. Н. Е. Покровского. М., 2007. 200 с.
2. Рязузова Е. В. Репутация личности как кредит доверия Другого // Изв. Саратов. ун-та. Нов. Сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2014. Т. 14, вып. 1. С. 71-76.
3. Барабаничиков В. А. Восприятие выражений лица. М., 2009. 448 с.
4. Барабаничиков В. А., Носуленко В. Н. Системность, восприятие, общение. М., 2004. 480 с.
5. Петрова Е. А. Визуальная психосемиотика общения. М., 1999. 176 с.
6. Лабунская В. А. «Видимый человек» как социально-психологический феномен // Социальная психология и общество. 2010. №1. С. 26-39.
7. Школьницы - топ-модели : изменения до неузнаваемости (стиль, имидж и восприятие). URL: <http://alldayplus.ru/lifestyle/fashion/3563-shkolnicy-topmodeli-eksperiment-fashion-fotografa-aaron-k.html> (дата обращения: 08.04.2014).
8. Агеев В. С. Влияние факторов культуры на восприятие и оценку человека человеком // Вопр. психологии. 1985. № 3. С. 135-140.
9. Рязузова Е. В. Ситуация : горизонты психологической интерпретации // Изв. Саратов. ун-та. Нов. серия. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2006. Т. 6. № 1-2. С. 81-86.

### Socio-cultural Conditionalism of Perception of Strange Other's Appearance

Elena V. Ryazuzova

Saratov State University  
83, Astrakhanskaya str., Saratov, 410012, Russia  
E-mail: rjaguzova@yandex.ru

The article presents results of the empirical investigation aimed at the analysis of socio-cultural conditionalism of evaluations of personal characteristics of a stranger by adults, based on stranger's appearance, indicators of expression and style of appearance. 60 females aged 25-30 years old took part in the investigation. The following diagnostic toolset was used: Cattell's 15 Personality Factors Test and semantic differential method. It was revealed that the dominant role in evaluation of appearance is played by peculiarities of expressive repertoire of a personality and specifics of appearance style. The following regular pattern was uncovered: if style of appearance and expression are typified as components of image-role, then the strange Other is attributed with typical properties of this image and is provided with subjective characteristics of an image-role, which are established in culture and learnt by personality in the course of socialization. It was found out that perception of the strange Other based on the photograph, identification of his/her personal characteristics and evaluation of appearance have socio-cultural determinants.

**Key words:** social perception, strange Other, appearance, socio-cultural determinants.

### References

1. Shtompka P. *Vizual'naya sotsiologiya. Fotografiya kak metod issledovaniya* (Virtual sociology. Photos as method of investigation). Moscow, 2007. 200 p. (in Russian).
2. Ryazuzova E. V. *Reputatsiya lichnosti kak kredit doveriya Drugogo* (Personality's reputation as Other's credit of trust). *Izv. Saratov Univ. (N.S.), Ser: Philosophy. Psychology. Pedagogy*. 2014. Vol. 14, iss. 1, pp. 71-76 (in Russian).
3. Barabanshchikov V. A. *Vospriyatye vyrazheniy litsa* (Perception of facial expression). Moscow, 2009. 448 p. (in Russian).
4. Barabanshchikov V. A., Nosulenko V. N. *Sistemnost', vospriyatye, obshchenie* (Systemicity, perception, communication). Moscow, 2004. 480 p. (in Russian).
5. Petrova E. A. *Vizual'naya psikhosemiotika obshcheniya* (Visual psycho-semiotics of communication). Moscow, 1999. 176 p. (in Russian).
6. Labunskaya V. A. *«Vidimyy chelovek» kak sotsial'no-psikhologicheskyy fenomen* («Visible person» as social-psychological phenomenon). *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* (Social psychology and society), 2010, no. 1, pp. 26-39 (in Russian).
7. *Shkol'nitsy - top-modeli: izmeneniya do neuznavaemosti (stil', imidzh i vospriyatye)* (Schoolgirls - top models: changes beyond recognition {style, image and perception}). Available at: <http://alldayplus.ru/lifestyle/fashion/3563-shkolnicy-topmodeli-eksperiment-fashion-fotografa-aaron-k.html> (accessed 8 April 2014) (in Russian).
8. Ageev V. S. *Vliyaniye faktorov kul'tury na vospriyatye i otsenku cheloveka chelovekom* (Cultural factors impact on human perception and valuation of person). *Voprosy Psichologii (Voprosy Psichologii)*, 1985, no. 3, pp. 135-140 (in Russian).
9. Ryazuzova E. V. *Situatsiya: gorizonty psikhologicheskoy interpretatsii* (Situation: horizons of psychological interpretation). *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*. 2006. Vol. 6, iss. 1-2, pp. 81-86 (in Russian)..