



Научно-исследовательский журнал «Исторический бюллетень / Historical Bulletin»

<https://hb-journal.ru>

2024, Том 7, № 6 / 2024, Vol. 7, Iss. 6 <https://hb-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.6.4. Этнология, антропология и этнография (исторические науки)

УДК 39.391.6

DOI: 10.58224/2658-5685-2024-7-6-110-121

Восприятие лица в культурах народов Поволжья

¹ Гизатуллина Д.Н.,

¹ Коблик Е.В.,

¹ Казанский (Приволжский) федеральный университет

Аннотация: целью исследования заключается в выявлении связи параметров привлекательности с этно-территориальным и социальным контекстами. В данной статье на основе использования методов качественных методов, а именно глубинных интервью, а также посредством методов описания, наблюдения, сравнительно-сопоставительного метода авторы опровергают теорию «межкультурного согласия», которая явно демонстрирует ошибочность представлений о том, что человек усваивает категории привлекательности в процессе социализации в конкретном социокультурном контексте. Следовательно, из этого исходит предположение о неких универсалиях, признаваемых и культурами в целом, и отдельными людьми в частности, относительно привлекательности и непривлекательности человеческих лиц. Кроме того, авторы исходили из гипотезы, что представители тех этнических групп, которые большую часть своей сознательной жизни провели в пределах субъектов, в которых иной этнический состав, будут по-иному смотреть на проблему красоты. В этой связи перед авторами стояла задача найти представителей определённых этносов, которые прожили большую часть жизни в ином регионе или районе, чем тот, в котором представитель данного этноса больше.

Ключевые слова: физическая антропология, восприятие лица в культуре и искусстве, восприятие красоты у народов Поволжья

Для цитирования: Гизатуллина Д.Н., Коблик Е.В. Восприятие лица в культурах народов Поволжья // Исторический бюллетень. 2024. Том 7. № 6. С. 110 – 121. DOI: 10.58224/2658-5685-2024-7-6-110-121

Поступила в редакцию: 20 июля 2024 г.; *Одобрена после рецензирования:* 19 сентября, 2024 г.; *Принята к публикации:* 12 ноября 2024 г.

Face perception in the cultures of the peoples of the Volga region

¹ Gizatullina D.N.,

¹ Koblik E.V.,

¹ Kazan (Volga Region) Federal University

Abstract: the purpose of the study is to identify the relationship of attractiveness parameters with ethnoterritorial and social contexts. In this article, based on the use of qualitative methods, namely in-depth interviews, as well as through methods of description, observation, and comparative method, the authors refute the theory of "intercultural consent", which clearly demonstrates the fallacy of the idea that a person learns categories of attractiveness in the process of socialization in a specific socio-cultural context. Consequently, this implies the assumption of certain universals recognized by cultures in general, and by individuals in particular, regarding the attractiveness and unattractiveness of human faces. In addition, the authors proceeded from the hypothesis that representatives of those ethnic groups who spent most of their adult lives within subjects with a different ethnic composition would look at the problem of beauty in a different way. In this regard, the authors were faced with the task of finding representa-

tives of certain ethnic groups who have lived most of their lives in a different region or area than the one in which there are more representatives of this ethnic group.

Keywords: physical anthropology, perception of the face in culture and art, perception of beauty among the peoples of the Volga region

For citation: Gizatullina D.N., Koblik E.V. Face perception in the cultures of the peoples of the Volga region. *Historical Bulletin*. 2024. 7 (6). P. 110 – 121. DOI: 10.58224/2658-5685-2024-7-6-110-121

The article was submitted: July 20, 2024; Approved after reviewing: September 19, 2024; Accepted for publication: November 12, 2024.

Введение

Актуальность обращения к эстетическим аспектам восприятия лица обусловлена необходимостью получения новой информации о характере эстетического взаимодействия человека с окружающей антропоэстетической средой, в связи с тем, что эта сторона природы человека остается вне рамок эмпирической практики и интерпретации. Данные об особенностях эстетического предпочтения в разных группах раскрывают новый аспект антропологических исследований. В настоящее время лицо человека является предметом серьезного интереса со стороны, как антропологов, психологов, так и других ученых по причине чрезвычайно развитой способности человека к обработке, распознаванию и извлечению информации с лиц других людей. Средства массовой информации, журналы, телесериалы, киноленты и пр. постоянно демонстрируют нам лица людей, в первую очередь лица, которые кажутся большинству привлекательными. В качестве объекта исследования авторами рассматривалось человеческое лицо в процессе его эстетического восприятия разными этнотерриториальными группами населения Поволжья. Предметом исследования выступили количественные и качественные параметры физической привлекательности человеческого лица и вытекающие из них социальные ожидания по поводу личности носителей определенных черт. Для осуществления вышеуказанной цели необходимо выполнение ряда задач:

1. Интерпретация и анализ современных взглядов на корреляцию оценок социального статуса индивида и привлекательности его лица;

2. Интерпретация и анализ современных взглядов на маркеры привлекательности человеческого лица;

3. Осуществление поиска базы изображений лиц представителей различных этнотерриториальных групп населения Поволжья и проведение морфинга данных изображений;

4. Отбор респондентов для проведения глубинных интервью по поводу предмета исследования;

5. Анализ оценок респондентов по поводу предмета исследования;

5. Интерпретация полученных данных.

Материалы и методы исследований

В рамках данного исследования применялись фото- и компьютерные методики, такие как морфинг и 2D моделирование, количественные приемы фиксирования некоторых параметров лица, а также метод глубинного интервью. Источниковой базой выступают материалы авторского исследования, осуществленного в период 2022-2023 гг. Возрастной диапазон информантов, принявших участие в исследовании, составил от 18 до 54 лет. Для подтверждения наших гипотез мы провели 40 глубинных интервью. Для этих целей был составлен топик-гайд с вопросами для глубинного интервью. В интервью участвовали 40 человек, которые были отобраны по параметрам этнической принадлежности, возрасту, полу, уровню образования.

Среди 40 опрошенных было 10 человек, которые большую часть жизни прожили в Республике Татарстан, однако не считали себя татарами, указывая на иную этническую принадлежность (чуваша/русские/марийцы). Половозрастное соотношение опрошенных было следующим: 40 процентов опрошенных были мужского пола, 60 процентов опрошенных – женщины. Основная возрастная группа – молодёжь от 18 до 35 лет. Таковых среди опрошенных было 26 человек. Ещё 14 были в возрасте от 40 до 54 лет. Образовательный уровень респондентов распределился пополам (если учитывать, что студенты университета не входили в группу людей с окончанным высшим образованием). Также мы учитывали и вид населённого пункта в котором большую часть времени проживали респонденты, поскольку необходимо было понимать, насколько сильно могут отличаться представления людей о красоте и связи её с этничностью и социальным успехом в виду различий городского и сельского уклада жизни. Среди наших респондентов было лишь 5 человек, которые предыдущие 10 лет проживали в населённых пунктах с численностью населения менее 10 тысяч

человек, остальные жили в городах с населением в сто или более тысяч человек. Кроме вышеупомянутого мы решили уточнить и то, насколько часто опрошенные выезжали за границу, где чаще всего им приходилось бывать. Это важно учесть, поскольку величина доступных к восприятию вариантов эстетического содержания лица и отношения к этнически близкому типу эстетики лица может влиять на оценку уровня привлекательности представителей своего этнического сообщества. Среди опрошенных за границей чаще были мужчины. Чаще они посещали те страны, жители которых по их оценкам представлялись им близкими по физическим и эстетическим параметрам. Среди этнических татар в качестве лидеров по посещению была Турецкая Республика. Среди когда-либо покидавших Российскую Федерацию, большинство выездало лишь на морской курорт, на срок, не превышающий двух недель.

На вопрос о том, где родились респонденты большинство указали Республику Татарстан (22 человека), 13 человек были из Республики Марий Эл, 3 человека были родом из Республики Чувашия, по одному респонденту из Республики Мордовия и из Ульяновской области. На вопрос о национальности все 40 человек ответили, указав на конкретную национальность, лишь в 5 случаях было зафиксировано уточнение о том, что брак являлся межнациональным, однако в семье доминировало моноэтническое воспитание. Отсюда и в этих пяти случаях не было колебаний относительно указания этнической принадлежности. Относительно вопроса о этническом компоненте коллег по работе в большинстве своём люди фиксировали идентичную этничность своей в 50 процентов случаях. Интересно то, что представителей иной национальности опрошенные вспоминали не в первую очередь. Только в 20 процентах случаях было зафиксировано, что национальность коллег была неизвестна или не определяема по внешним признакам коллег.

Большинство молодых людей в возрасте от 18 до 22 были студентами высших учебных заведений. 80 процентов из них учились по техническим специальностям, что было уточнено в контексте того, что студенты гуманитарных специальностей были более эмоциональны и имели меньшую структурированность своих позиций во время проведения интервью. Семейное положение респондентов было таковым: 25 процентов респондентов не были в браке ни разу, в том числе в текущий момент, 30 процентов респондентов находились в действующем и единственном браке, 45 процентов остальных респондентов не находились в браке в текущий момент, но имели опыт брач-

ных отношений. Среди всех сорока респондентов в межнациональные браки вступали лишь 20 процентов, остальные предпочитали брак с представителями своей этнической группы. При этом, среди людей, вступивших в межнациональный брак, больше мужчин и именно тех, кто жил в крупном городе (Казани). Среди тех, кто вообще не вступал в брак доминируют отношения с представителями своей этнической группы.

Респонденты, которые проживают в крупных городах большую часть своей жизни, в нашем исследовании таковых более половины, имеют друзей-представителей различных этнических групп. Особенно это проявляется у этнических марийцев и чувашей. В 80 процентах случаев представители чувашского и марийского этноса полностью игнорируют этничность как аспект при формировании социального окружения. Остальные 20 процентов, среди респондентов марийской и чувашской этничности указали на то, что для них принципиальным считается этническое и эстетическое единство при формировании межполовых отношений. Остальные высказались нейтрально относительно внешности и этнической принадлежности, утвердив лишь необходимость нахождения *«взаимопонимания по религиозным вопросам и бытовой жизни»*, не указывая на эстетизацию лица строго представителей своего народа.

Такое положение объясняется скорее не тем, что марийцы и чуваше не акцентируют своё внимание на внешних характеристиках своего народа, а длительным пребыванием на территории Татарстана и сокращением контактов с представителями своей этничности. Кроме того, два респондента, оба мужчины, заявили, что не хотели бы чтобы их дети выходили замуж за представителей других народов, в том числе в связи с недостатком возможностей визуализации внешнего облика детей. Один респондент заявил: *«так непонятно что будет, то ли татарин, то ли тёмный, да не татарин»*.

Результаты и обсуждения

Все респонденты заявили о том, что видеоконтент является важной частью их досуга. При этом люди до 35 лет только в половине случаев указывали на то, что их интерес к том или иному автору обусловлен его этничностью. Однако 80 процентов респондентов указывало на то, что этничность, которая стоит за внешностью человека вызвала большое значение в тех ситуациях, когда речь шла о коротких видеороликах, не имеющих серьёзного содержания и необходимости анализа смыслового содержания транслируемого видеоряда. Хотя при этом один из опрошенных, который обучается в одном из ВУЗов Казани, муж-

чина двадцати четырёх лет, заявил следующее: «Для меня самым важным является визуальный образ автора или рассказчика, не могу объяснить причину такого отношения». Остальные же респонденты в группе «молодёжь» предпочитали абстрагироваться от эстетических и эстетико-этнических характеристик человека, переводя свой фокус на транслируемые автором идеи.

Среди представителей более старшей возрастной категории люди со средним образованием чаще склонны доверять именно таким людям, которые имеют схожесть с ними в этнических параметрах, не обращая достаточного внимания на эстетическое содержание отдельных черт человека или его лица в целом. Люди с высшим образованием в старшей возрастной категории, имеют схожесть в позициях с молодыми людьми. Единственным существенным отличием является то, что взрослые люди с высшим образованием менее подвержены потреблению коротких видеороликов, акцентируя внимание на длинном видеоряде, с акцентом на тех авторов, которые не только являются с точки зрения респондентов компетентными в тех или иных вопросах, но и близки респондентам по национальным параметрам. Особенно часто такая ситуация встречается среди опрошенных, которые считают себя представителями татарского этноса.

Во втором блоке вопросов речь шла уже именно про внешность и её связи с социальными параметрами человека. Сначала респондентам предлагалось ответить на вопросы без дополнительных материалов. Первым поставленным вопросом был: «какие параметры внешности, а именно структурные элементы лица являются для вас наиболее привлекательными». Также респондентам было предложено свободно интерпретировать понятие «привлекательный» без привязки к сексуальной привлекательности или привлекательности, выраженной в повышении уровня доверия к данному человеку.

Как правило, респонденты начинали отвечать со второй части вопроса. Практически все мужчины связали сексуальную привлекательность лица и привлекательность в контексте доверия к человеку, хотя утвердили, что это касается лишь их восприятия женского лица. Относительно мужского лица респонденты мужчины истолковали привлекательность лица как нейтральное состояние, при котором на человека просто можно смотреть довольно долго. При этом половина респондентов-мужчин указала на полное безразличие к мужскому лицу в контексте привлекательности. Тогда нами был поставлен следующий вопрос «Вы бы хотели, чтобы ваша дочь родила ребёнка от при-

влекательного мужчины?» На этот вопрос все мужчины ответили утвердительно. После этого им был задан дополнительный вопрос: «На какие черты лица мужчины вашей дочери вы бы обращали внимание и что бы считали привлекательным?». На этот ответ был получен интересный ответ. Все респонденты мужчины старшего возраста (36 лет и старше) предпочли бы, чтобы мужа их дочерей были бы похожи на них самих (это высказывалось не прямо, а было понятно исходя из описаний, которые делали мужчины). Среди молодых мужчин в возрасте до 35 лет доля, разделяющих подобную позицию меньше (40 процентов), причиной тому служит, по словам таким образом ответивших респондентов, «неудовлетворённость своей внешностью» [1, с. 4].

Среди женщин и девушек на вопрос о наиболее важных параметрах внешности и понимании параметров привлекательности лица получены следующие результаты. Женщины понимают привлекательность в контексте готовности вести личный диалог и получении при этом положительных эмоций, причём это характеризует привлекательность как мужского, так и женского лица. Однако при попытке формализации критериев привлекательности мужского лица женщина ссылаясь на мужчину, как полового партнёра в меньшей степени, не отдавая главного значения именно какому-либо параметру лица. А в отношении критериев женской привлекательности женщины исходили из того, были бы они удовлетворены подобной внешностью в отношении себя, своей дочери, были бы они удовлетворены внешностью своей подруги. Мы можем сделать вывод, что женщины скорее исходила из критериев привлекательности в сравнении с собой или желаемым прототипом своей дочери. Среди женщин было больше тех, кто был недоволен своей внешностью в тех или иных аспектах, но считали, что красивым в целом является лицо, которыми обладают они с условием, что необходимо ввести определённые манипуляции в том числе хирургические.

Это объединяет мужское и женское восприятие критериев привлекательности в аспекте приведения собственного лица в качестве мерила. Однако если мужчина, используя такой критерий, в большинстве случаев, выражает удовлетворённость своим лицом и считает его достаточно привлекательным и ставит его как образ мужа дочери, то женщины беря своё лицо в качестве критерия привлекательности, указывают на необходимость «доведения его до ума» [2, с. 12]. Такая оценка была характерна для всех женщин, живущих в крупном городе и имеющих высшее образование. Такой оценки не высказывали лишь те представители

женщин-респондентов, которые родом из небольшого города и/или уже находится в старшей возрастной группы.

Очевидное сходство состоит в том, что и среди мужчин, и среди женщин доминировало представление о том, что, в целом, черты лица, присущие представителям этнической группы, к которым принадлежат респонденты, являются наиболее привлекательными среди тех, которые им приходилось видеть когда-либо ранее. Совершенно не повлияло на такое представление и то, что опрошенные, имеющие опыт выезда за границу, несколько шире смотрят на критерии красоты. Такие люди указывают, не просто на возможность добавить во внешность чего-то в количественном смысле, но и добавить те качественные параметры, которые могут быть присущи для представителей других народов. Хотя, практически все такие случаи характерны для мужчин татар, которые заявляют о внешней привлекательности женщин татарок и видят множество сходств их с женщинами представительницами турецкой этнической группы.

В целом видно, что без предоставления сравнительного материала и наличия конкретных визуальных образов ни мужчины ни женщины не имеют собственного чёткого представления о красоте (или не могут его сформулировать), которое бы не было связано с их внешними параметрами или прямо бы не противоречило им. В этой ситуации можно говорить о том, что люди бессознательно предпочитают не что-то конкретное, даже если им навязаны образы, а то, что является знакомым и наиболее часто встречаемым именно в реальной жизни, возможно с теми чертами, с которыми у них есть регулярный физический контакт. После ответа на вопрос без применения фотоизображений респондентам было предложено выбрать из двенадцати женских изображений сначала одну из четырёх групп, соответствующих определённой этничности. После этого респондентам предлагалось выбрать в конкретной выбранной группе то изображение, которое представлялось им наиболее привлекательным в любом контексте. Три карточки в каждой группе отображали определённую логику. На первых двух изображениях были реальные люди, которые имели определённые отличия. Эти лица были выбраны в качестве наиболее типичного образа представителей каждой из представленных этнических групп (марийцев, русских, чуваш и татар). Третье же лицо было сгенерировано посредством применения технологии морфинга. Результат опроса соответствовал нашим ожиданиям. Именно получилось следующее: 90 процентов всех опрошенных муж-

чин и 80 процентов женщин избрали то изображение, которое было сгенерировано путём морфинга, выбрав при этом именно то морфинг-изображение, которое соответствовало их этнической принадлежности. Из этого снова следует вывод, что люди, сознательно или несознательно, ориентируются при выборе наиболее привлекательного образа, не только на образ, соответствующий своей этничности, но и на такой из них, который является наиболее усреднённым. Следует также отметить важный момент, что 10 процентов мужчин и 20 процентов женщин, сделавших иной выбор, проживают в иноэтничной среде. Мы можем предположить, что такие результаты обосновываются тем, что даже в рамках этничности есть некоторая общая универсальная шкала градация черт, которая получает в морфинг-изображении такую количественную конфигурацию, при которой нивелируются те самые аспекты внешности, которые женщины хотели бы «довести до ума». В контексте рассмотренных нами гипотез биологической составляющей красоты, а также в рамках экологического подхода, морфинг-изображение, есть усреднённый образ, который максимально приближен к тому, как женщина с определённой этничностью хотела бы выглядеть в идеале, но не могла выразить это в абстрактных категориях и понятиях.

Логика мужского выбора, в целом, была идентичной. Объяснением такой закономерности может быть то, что привлекательным считается то, что недалеко от образов, которые можно встретить, но при этом такой образ, который, будучи похожим, является уникальным, поскольку учитывает слабые и сильные стороны изображений реальных людей. При выборе наиболее привлекательного изображения мужчины потратили больше времени на анализ каждого отдельного изображения и более внимательно рассматривали именно морфинг-изображение. С одной стороны это связано с тем, что они не могли соотнести именно себя с этими изображениями, а с другой стороны они могли исходить не из мотивов оценки себя на фоне изображения, а некоторого психологического давления «правильного или неправильного выбора». В целом женщины быстрее приходили к морфинг-изображению, чем мужчины. При этом два респондента, которые воспитывались в межнациональном браке, потратили наибольшее время на то, чтобы сделать выбор в пользу той или иной группы изображений. Это коррелирует с тем, что этническая самоидентичность этих людей не установлена сознанием человека и больше сформирована за счёт внешнего влияния, чем личного понимания или функционирования подсознания.

Можем предположить, что при помощи таких тестов на выбор изображений можно даже внешним объективным образом устанавливать, как человек осознаёт свою идентичность в том случае, если он не привязан к какой-то конкретной из них.

В качестве заключительного шага опроса на базе изображений лиц всем респондентам было предложено морфинг-изображение, которое включало наиболее привлекательные образы, в каждой конкретной группе этно-изображений. То есть ставилась задача выяснить, является ли на взгляд респондентов наиболее привлекательным такое лицо, которое объединяет черты всех наиболее привлекательных лиц в каждой группе изображений. Получилось так, что именно такое изображение было выбрано 38 из 40 респондентов как наиболее привлекательное. Это можно объяснить тем, что даже у наиболее привлекательных лиц своего этнического сообщества есть черты, которые могут быть менее привлекательными относительно лиц, которые характерны для других этнических сообществ. Именно такой морфинг позволяет сохранить те наиболее привлекательные черты лица, которые характерны для представителя конкретного этноса, суммируя их с тем, что есть у других этнических групп.

Также возможно, что результат был бы немного иным, если бы опрошенным предложили совершенно несвойственные для их местности и опыта лица. Однако ввиду постоянного контакта опрошенных с различными лицами различных этнических сообществ, представленных в данном исследовании, сознание воспринимает их как нечто привычное и понятное. Двое опрошенных, которые не решились выбрать общее для всех групп изображение, были людьми, которые имели меньше контактов с людьми других этнических групп, поскольку меньше времени посвящают социальным сетям и не имеют такого же большого цифрового опыта восприятия лиц. Вдобавок к этому эти люди большую часть времени прожили в небольших городах и поселениях, где подобные контакты происходят значительно реже, чем это характерно для крупных городов с большим населением и этническим разнообразием.

На вопрос о том, влияют ли параметры внешности человека на ваше отношение с ним, были получены следующие результаты. Все респонденты указали на то, что параметры внешности безусловно влияют на их отношение к человеку. Каждый человек указал на необходимость конкретного контекста, в котором эти отношения формируются. При этом половина всех респондентов женщин указала, что внешность является второстепенным фактором в формировании отно-

шений. Молодые мужчины во всех случаях указывали на учёт внешности при форсировании отношений. Взрослые мужчины только в половине случаев указывали на важность внешних параметров красоты. Один респондент с высшим образованием заявил: *«внешние параметры ничто, поскольку они легко утрачиваются»* [2, с. 13]. Среди тех, кто не указал, что внешность является значимым для них параметром, влияющих на отношение, указывают на необходимость внешних параметрах как ключевого фактора в тех сферах, где красота и внешность является основным предметом. При этом все опрошенные мужчины и женщины указали на то, что внешность имеет значение в тех областях, где необходима публичность. Описываемый нами выше эффект ореола признают все опрошенные, хотя взрослые люди больше склонны считать, что внешняя привлекательность может быть *«как выражением компетентности человека, так и попыткой скрыть свою некомпетентность»* [1, с. 7-8].

Женщины в большинстве указывали, что для них наиболее важным является контекст возникающих отношений, при этом, если контекст условно позитивный, то внешность не является основным критерием. Ровно наоборот, если речь идёт о стрессовой ситуации, то внешняя привлекательность остаётся важным фактором доверия. Так, стрессовым контекстом женщины назвали: *«неизвестная местность»*, *«тёмное время суток»*, *«столпотворение»*, *«резкое ухудшение самочувствия»* [2, с. 1-8]. В этих случаях женщины более склонны довериться внешне привлекательным людям. Хотя вопросы интервью касались в большей степени внешности женщин, в качестве обязательного дополнения женщины указали, что этот же принцип для них действует и по отношению к внешности мужчины, только с ещё большей степенью влияния. Были лишь незначительные различия в оценках женщин. Так, молодые девушки чаще указывали на важность внешности, в том числе в коммуникативных контекстах, которые не составляли угрозу человеку. Женщины старшего возраста, в половине случаев, указали на то, что внешность может влиять на степень доверия к человеку, когда такое доверие необходимо, в остальных случаях указывалось на частичное или полное игнорирование аспектов внешней привлекательности.

На вопрос о том, что для респондентов является самым важным во внешности при выборе партнёра, получены следующие результаты. Мужчины указали, что внешность является/являлась первичным фактором при выборе партнёра. Речь шла о том, что формирование первых контактов было

связано с определённо высокой степенью оценки внешней привлекательности человека. Первичная оценка женской привлекательности с точки зрения всех опрошенных обуславливается внешней привлекательностью лица. Хотя далее мужчины в возрасте свыше 35 лет отмечали, что, если женщина не является молодой, то есть внешняя привлекательность не должна соответствовать критериям, которые предъявляются в отношении молодых девушек. Ровно противоположная ситуация в отношении молодых мужчин. Они применяли критерии привлекательности женщины только в контексте молодых женщин. При этом не попытались сформулировать соответствующие критерии внешней привлекательности для женщин более старшего возраста.

Нами был предложен вариант, по которому критерием внешней привлекательности могли выступать образы внешности матери. В половине случаев молодые мужчины подтверждали, что такой критерий, в целом, может соответствовать их представлениям о красоте женщин старшего возраста. Хотя лицо и являлось первичным индикатором красоты женщины, далее, с точки зрения мужчин, на степень привлекательности влияет фигура женщины, её рост, наличие лишнего веса. В качестве объяснения такой оценки указывают мужчины, что внешняя привлекательность лица женщины может быть связана со значительной коррекцией, вызванной применением косметических средств. Однако, так как наше исследование затрагивает именно восприятие лица, мы подробно не останавливались на значении иных параметров, кроме лицевых, в оценки привлекательности. При этом половина мужчин указала на первостепенность естественной красоты, которая не предполагает не только коррекцию косметическими методами, но и хирургическими. Другая половина охотно допустила использование косметики и хирургических вмешательств для *«повышения качества красоты»*. В основном речь идёт об изменениях, связанных с повышением пропорциональности лица и снижением дефектов, вызванных травмами.

Девушки исходят из необходимости коррекции внешности в аспектах исправления ряда *лицевых аномалий*. Чаще всего такими чертами девушки называют нос, зубы, угревая сыпь и другие дефекты лица. А наиболее значимым аспектом внешности для девушек являются пропорциональность лица, отсутствие шрамов и значительных родинок на лице, а также дефектов зубов. Наиболее недооцененным фактором в оценке внешности женщины сами женщины назвали форму и качество волос, указывая на длинные волосы, как критерий не

только внешней красоты, но и здоровья женщины. По итогу удалось выяснить, что и мужчины, и женщины, в качестве основного индикатора внешней привлекательности, отбирают лицо. Однако если женщины способны более чётко формулировать большую или меньшую значимость привлекательных черт, то мужчины акцентируют внимание на общее восприятие красоты лица без выделения специальных нюансов и предъявляют большое значение и к другим аспектам внешней красоты. Женщины более избирательны в лице, более открыты к внешним манипуляциям, в том числе хирургическим. При этом нет значительной разницы между молодыми и взрослыми женщинами в оценке влияния и возможностей использования средств коррекции внешности. Вероятно, что мужская половина респондентов также бы разделяла оптимистичный взгляд на проблему коррекции внешности женщины, а концепция «естественной красоты» была бы проигнорирована, если бы мужчины могли бы получить эмпирический материал, отражающий подобную коррекцию. Особенно если бы им предлагалось два варианта, где бы не указывалось наличие косметологического и хирургического вмешательства. В отношении вопроса о значении влияния стандартов красоты, навязанных респондентам со стороны общества, удалось выявить следующее.

Абсолютно все респонденты подвержены подобному влиянию, что выражается в систематической отсылке респондентов к образам красоты, воплощённых в известных личностях в сфере кинематографа и театрального искусства. При этом женщины больше ссылались на те образы, которые доминируют в интернет пространстве, мужчины подвержены влиянию именно кинематографа. В отношении вопроса о значении влияния стандартов красоты, навязанных респондентам со стороны общества, удалось выявить следующее. Абсолютно все респонденты подвержены подобному влиянию, что выражается в систематической отсылке респондентов к образам красоты, воплощённых в известных личностях в сфере кинематографа и театрального искусства. При этом женщины более ссылались на те образы, которые доминируют в интернет пространстве (блогеры из различных социальных сетей) мужчины подвержены влиянию именно кинематографа. Из этого следует, что респонденты в целом, одобряют те стандарты красоты, которые навязываются обществом. При этом важным является то, насколько сильно

интегрируются эти стандарты в каждодневную жизнь. Так, молодые женщины во всех случаях ссылаются или стараются соответствовать стандартам красоты, которые навязываются обще-

ством. Молодые мужчины так же, довольно часто, соответствуют общественным стандартам. Это объясняется тем, что они ориентируются на возможность создания хорошего впечатления на таких же молодых женщин, которые, в свою очередь, внимательно следят за трендами развития моды, косметической культуры и т.д. При этом женщины со средним образованием более склонны соответствовать стандартам, тогда как женщины с высшим образованием стараются интегрировать навязанные стандарты в подобранные для себя варианты организации своего внешнего вида. Дамы со средним образованием более склонны к подражанию без того, чтобы создавать собственную концепцию внешности. Мужчины в возрасте 35 лет и старше склонны игнорировать навязанные образы в быту, придерживаясь тех образов, которые наиболее многочисленно представлены в их местности.

Все респонденты считают, что внешняя привлекательность имеет значение для жизни. Респондентами были отдельно выделены аспекты повышения качества жизни в связи с наличием внешней привлекательности по параметрам объективного внешнего/социального благополучия, а также аспекты субъективного благополучия, связанного с самооощущением и пониманием своих возможностей в связи с наличием красивой внешности. При этом удовлетворение внутреннего характера необходимо именно женщинам. Однако значимость своей внешней привлекательности снижается у женщин с возрастом.

В третьем блоке интервью на вопрос о связи привлекательной внешности с социальным успехом были получены следующие результаты: привлекательная внешность как фактор социального успеха был учтён всеми респондентами. При этом женщины чаще ставили этот фактор первостепенным, тогда как мужчины на 30 процентов чаще указывали на профессионализм, в качестве основного фактора социальной успешности. При этом респонденты обеих полов понимали под красотой, в соответствии с данными ими описаниями, именно соответствие их этнической группе, указывая на то, что большего социального успеха и объёма общественного доверия может добиться женщина, обладающая привлекательной внешностью, согласованной со стандартами основного этнического сообщества.

Это объясняется тем, что уровень доверия людей на подсознательном уровне выше к тем, чья внешность и, как предполагается, сознание и мировоззрение более понятно и согласовано с другим представителем данного сообщества. В некоторых случаях респонденты отмечали, что резко контра-

стирующая с основной этнической группой внешность может давать преимущества в лишь в определённых сферах, но такое преимущество не может быть растянуто по множеству сфер. Так, респондентам было известно об опыте ряда азиатских стран, в том числе Китайской Народной Республики, которая активно рекрутировала людей европейской внешности для работы в сфере моды. Однако такое развитие является указателем на единичные случаи, которые в весьма узком смысле понимают содержание социального успеха. Интересными были рассуждения двух респондентов, мужчины 30 лет и женщины 29 лет.

Мужчина указывал: *«Этничность и привлекательность всё равно останутся связанными, просто нужно, чтобы этническое сообщество росло и была возможность развиваться своей культуре и красоте, а не гастролить как туземец»* [1, с. 2].

Женщина отметила: *«Невозможно воспринимать красоту в отрыве от собственных представлений, стандартов и контекста связи с тем, что я называю родным»* [1, с. 5-6]. В целом, ссылаясь на личный опыт и культурно-исторические факты, люди обнаружили, что наиболее удачное сочетание привлекательной внешности и социального успеха реализуется в том случае, когда эта красота показывается подготовленной публике, а не тем, кто готов признать любое необычное редко встречаемое лицо как привлекательное. Также и мужчины, и женщины респонденты отметили, что привлекательность познаётся в сравнении с близкими по параметрам, и только тот действительно красив, кто выделяется среди близких количественных параметров внешности. Тогда как внешние различия, вызванные принадлежностью к различным этносам, не позволяет говорить о степени красоты и её выразительности ввиду отсутствия возможности сравнения, поскольку не могут быть сравнимы совершенно различные внешние параметры

Таким образом, респонденты считают, что внешняя привлекательность влияет на социальный успех, но максимальная реализация этого параметра в социальном успехе может быть сгенерирована только в условиях оценки людей с идентичной этничностью, поскольку другие этносы не могут правильно осознать специфику внешности представителей не своего народа. Ещё одна интересная, в этом контексте, реплика, которую заметил взрослый мужчина: *«Как все китайцы для нас одинаковые, так все европейцы одинаковые для них, поэтому не могут понять они красоту другую, что позволяет даже не красивым людям выделяться»*.

При прочих равных условиях люди с привлекательной внешностью имеют больше социальных шансов на успех, считают респонденты. Так они ответили на вопрос, связанный с наличием или отсутствием привлекательной внешности как фактора социальных шансов. Люди, которые представляли поколение, которое старше 35 лет, чаще исходили из того, что необходимо объективно фиксировать данное обстоятельство, при этом говорить о нём скорее, как о социальном недостатке, чем о преимуществе. Более взрослыми респондентами ответ ставится именно так, поскольку они ссылаются на множество примеров из личной жизни, когда социальные блага приобретали не самые способные и целеустремлённые, а те, кто имел привилегию родиться с определённым сочетанием генов, трансформирующееся в физическую привлекательность, обеспечивающую социальную мобильность.

Молодые люди, как среди женщин, так и среди мужчин несколько иначе подошли к анализу данной проблемы. Они сходятся в том, что внешняя привлекательность при почти равных параметрах будет зависеть от таких факторов, которые в целом являются контролируруемыми, поэтому, даже не обладая изначально лучшими параметрами внешности, человек способен создать образ красоты, приложив к этому посильные каждому ресурсы. Плюс к этому, половина среди опрошенных молодых людей уточнила, что даже среди представителей одной национальности могут формироваться некоторые эстетические полюса, которые обеспечивают социальную мобильность представителя одной этничности при наличии некоторых количественных отличий.

Половине мужчин было предложено ответить на вопрос: желали бы вы в качестве своего помощника/коллеги/партнёра человека с привлекательной внешностью, который оценён таким образом но представителем другого этнического сообщества. Так, предполагалось, например, что мужчине-татарину, в качестве указанных выше ролей, предложат женщину с марийской или русской внешностью, а респондентам-мужчинам русской и марийской этничностью ровно наоборот. Оказалось, что связи с ролью коллеги по работе и этничностью нет, однако обнаружилась прямая зависимость между этничностью мужчины и ролью помощницы и партнёра. Скорее всего, это связано с тем, что роль партнёра или помощника заставит иметь гораздо большее количество вербальных контактов, удовлетворённость от которых будет выше в том случае, если они будут сопряжены с единством этнической принадлежности.

Также и мужчины, и женщины полагают, что руководитель более благосклонно относится к тем привлекательным людям, которые более соответствуют его этнической компоненте. Как правило, респонденты ссылаются на свой личный опыт. При этом женщины в полтора раза реже прямо указывают на то, что их социальная мобильность и связана не просто с внешней привлекательностью, но и соответствием этнической принадлежности своему руководителю. Скорее всего, это объясняется тем, что женщины не хотят признавать, что они обеспечивают свою мобильность именно привлекательностью, причём такой, которая понимается в узком смысле этнической группы. Возможно, женщины желают претендовать на статус обладательницы некоторой универсальной красоты, которая включает в себя параметры привлекательной внешности всех наиболее распространённых народов, проживающих на территории, в рамках которого проводится данное исследование.

Респондентам было предложено высказать мнение о том, насколько сильное значение придаёт общество внешней привлекательности и насколько успешна политика интернационализации красоты? На основании полученных ответов можно сделать следующие выводы: респонденты считают, что обеспечивать интернационализацию красоты, в целом, не удаётся, поскольку разные народы не восприимчивы ни к преимуществам, ни к недостаткам красоты других народов, поскольку не имеют достаточного объёма зрительного восприятия для дачи таких оценок. Кроме того, в оценке внешней привлекательности значителен субъективный фактор, который не может быть формализован в единую систему параметров и критериев.

Люди из старшего поколения склонны считать, что в текущее момент общество придаёт значительное влияние аспектам внешней привлекательности за счёт пренебрежения другими факторами. При этом замечая, что красота не является важнейшим аспектом, особенно в виду её скоротечности и невозможности прямого воспроизводства из-за наличия множества генетических особенностей. Молодые люди не склонны думать, что современное общество слишком много внимания уделяет внешней привлекательности, отстаивая точку зрения в соответствии с которой люди в прошлом недостаточно много внимания уделяли параметрам красоты, а в текущий момент общество как раз создаёт достаточное количество условий, обеспечивающих возможность реализации внешней привлекательности в её непосредственном виде, без необходимости понимания красоты лица в контексте

сте применения других элементов украшения: платков, одежды и т.д.

Выводы

Вышеизложенный материал позволил нам сделать следующие выводы:

1. Внешняя привлекательность и непривлекательность имеет важные социальные последствия, и люди обычно согласны с тем, кто является привлекательным, а кто нет. Красота — это не просто социальный конструкт. В рамках нашего исследования мы продемонстрировали, что привлекательность заложена в нашей биологии. Хотя некоторые аспекты восприятия лица могут быть врожденными, на другие явно влияет опыт, в том числе этническое окружение; люди не рождаются с представлением о том, как выглядит идеальный партнер.

2. Структурные и другие аспекты внешнего вида человека связаны с предпочтениями. Если та или иная черта надежно рекламирует некоторую пользу для воспринимающего, то мы ожидаем, что отдельные люди в популяции сочтут эту черту привлекательной. Ясно, что индивидуальные различия в предпочтениях некоторых признаков окажутся адаптивными и, таким образом, согласуются с эволюционной теорией. Мы документируем несколько потенциально адаптивных индивидуальных различий в предпочтениях человеческого лица, а также другие факторы, которые могут привести к изменчивым предпочтениям. Исследования привлекательности лица человека значительно выиграли с эволюционной/биологической точки зрения, как с точки зрения документирования того, какие черты могут быть важными, так и с точки зрения прогнозирования индивидуальных вариаций. Дальнейшие исследования в рамках привлекательностью лица также носит интегративный характер, объединяя теории и методы поведенческой экологии.

3. Несмотря на то, что мы всегда, глядя на человеческое лицо можем сказать, привлекательно оно или нет, формулирование конкретной черты, позволяющей нам сделать такую оценку, является крайне сложной задачей. Однако имеют место некоторые черты человеческого лица, которые, согласно эволюционной теории, являются некой «рекламой» выдающихся генетических качеств потенциального партнера и тем самым влияют на его привлекательность. Речь идет о таких чертах, как усредненность лица, наличие вторичных половых признаков, симметрия и пр. Каждая из таких черт имеет несколько аспектов своего «качества», но эти аспекты могут быть и универсальными.

4. Нам удалось обозначить основные маркеры привлекательности с точки зрения биологии, это

симметрия, усредненность, выраженность вторичных половых признаков, здоровье и качество кожи, лицевые сигналы. Также мы отметили важность временного и социального контекстов.

5. Мы ответили на вопрос, почему внешний вид имеет значение и почему определенные лица производят определенные впечатления. Хотя нас увещивают «не судите о книге по ее обложке», мы постоянно игнорируем это предупреждение, когда в своей повседневной жизни реагируем на людей на основе их внешности. Влияние лиц проявляется в наших впечатлениях от людей, а также в нашем поведении по отношению к ним, например, в том, кому мы помогаем, кого нанимаем или кого приглашаем на свидание.

6. Мы пришли к выводу, что внешний вид имеет значение не только тогда, когда наша реакция на лицо, возможно, имеет отношение к нашему выбору, но даже тогда, когда этот выбор должен основываться на более объективной информации. Например, внешний вид лица предсказывает решения уголовного правосудия.

7. Существует многообразие форм внешности. Это многообразие характеризуется наличием универсальных параметров красоты, которые обеспечивают возможность ранжировать разные лица по степени внешней привлекательности даже в тех условиях, когда оценке подвергаются лица представителей одной этнической группы.

8. Объективным является то обстоятельство, что люди склонны больше доверять людям, обладающим схожей совокупностью параметров внешности. При этом внутри отдельной этнической группы объем доверия зависит от степени внешней привлекательности, формализованной в образе лица человека.

9. Оценка человеком степени внешней привлекательности будет определяться шириной внешних черт, которые одновременно сосуществуют и реализуются в лице человека и этнической идентичностью субъекта и объекта восприятия. Говоря точнее, человек считает наиболее красивым то лицо, в котором одновременно могут сосуществовать наибольшее количество черт, с одной стороны усиливая одни параметры, с другой стороны, ослабляя восприятие тех параметров, которые условно характеризуются, как снижающие степень привлекательности.

10. Наиболее привлекательным представляются те лица, которые не просто обладают определенными параметрами внешности и этнической идентичностью субъекта и объекта восприятия. Более привлекательными воспринимается те лица, которые включают в себя наибольшую широту черт присущих внешности тех этнических групп, кото-

рые наиболее часто входят в спектр восприятия человека.

11. Человек склонен наделять более привлекательных людей большим социальным статусом в виду как биологического, так и социального принципа дефицита. Красота выступает в качестве дефицитного блага, поэтому люди, обладающие таким благом, будут более предпочтительными в качестве носителей высокого социального положения. Такое положение соответствует оценкам как тех, кто выступает пассивным наблюдателем, так и тех, кто имеет возможность принимать ре-

шения относительно продвижения привлекательного человека в социальной иерархии;

12. В ситуации многообразия воспринимаемых лиц, человек отдаёт предпочтение как наиболее привлекательным именно тем образам, которые более близки ему с точки зрения воспринимаемого этнического окружения. Такое положение объясняется тем, что восприятие близкого по этническому образу лица имеет большую избирательность в виду понимания сильных и слабых черт этнически близких образов привлекательности.

Список источников

1. Полевые материалы автора (ПМА). Восприятие лица в культурах народов Поволжья. Март-Апрель 2022 г.
2. Полевые материалы автора (ПМА). Восприятие лица в культурах народов Поволжья. Январь-Февраль 2023 г.
3. Барабанщиков В.А., Дивеев Д.А. Зависимость восприятия индивидуально-психологических характеристик человека от морфотипа его лица // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2022. С. 5 – 12.
4. Барабанщиков В.А., Ананьева К.И. Восприятие фотоизображений лиц людей разной расовой принадлежности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2021. С. 1 – 6.
5. Барабанщиков В.А., Беспозванная И.И., Ананьева К.И. Оценка индивидуально-психологических свойств человека в зависимости от конфигурационных изменений его лица // Российский психологический журнал. 2023. С. 49 – 78.
6. Лысикова О.М. Взаимосвязь семантических характеристик привлекательного портрета с личностными ценностями студентов // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Психология. 2023. С. 13 – 20.
7. Меньшикова Г.Я., Луныкова Е.Г., Ковалев А.И. Влияние расовой принадлежности лица на выраженность эффекта взгляда-подсказки: метод айтрекинга // Национальный психологический журнал. 2022. С. 1 – 13.
8. Хрисанфова Л.С. Особенности восприятия лица по фотографии в зависимости от собственных личностных качеств испытуемых разного возраста и пола // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. С. 210 – 222.
9. Хрисанфова Л.А., Ярыгина Н.Ю. Оценка европейцами индивидуально-психологических характеристик человека монголоидной расы по фотографии его лица с регистрацией глазодвигательной активности воспринимающих // Психология. Психофизиология. 2024. С. 25 – 35.
10. Хрисанова Л.А. Длительность фиксации взора при восприятии европейцами лиц людей европеоидной и монголоидной расы // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2022. С. 41 – 51.

References

1. Author's field materials (AFM). Face perception in the cultures of the peoples of the Volga region. March-April 2022
2. Author's field materials (AFM). Face perception in the cultures of the peoples of the Volga region. January-February 2023
3. Barabanshchikov V.A., Diveev D.A. Dependence of the perception of individual psychological characteristics of a person on the morphotype of his face. Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Psychology and pedagogy. 2022. P. 5 – 12.
4. Barabanshchikov V.A., Ananyeva K.I. Perception of photographic images of faces of people of different races. Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Psychology and pedagogy. 2021. P. 1 – 6.
5. Barabanshchikov V.A., Besprozvannaya I.I., Ananyeva K.I. Assessment of individual psychological properties of a person depending on configurational changes in his face. Russian Psychological Journal. 2023. P. 49 – 78.

6. Lysikova O.M. Relationship between semantic characteristics of an attractive portrait and personal values of students. *Bulletin of the Samara Humanitarian Academy. Series: Psychology.* 2023. P. 13 – 20.
7. Menshikova G.Ya., Lunyakova E.G., Kovalev A.I. Influence of facial race on the severity of the gaze cue effect: eye tracking method. *National Psychological Journal.* 2022. P. 1 – 13.
8. Khrisanfova L.S. Features of face perception from a photograph depending on the personal qualities of subjects of different ages and genders. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky. Series: Social Sciences.* 2022. P. 210 – 222.
9. Khrisanfova L.A., Yarygina N.Yu. Assessment by Europeans of individual psychological characteristics of a person of the Mongoloid race from a photograph of his face with registration of the oculomotor activity of perceivers. *Psychology. Psychophysiology.* 2024. Pp. 25–35.
10. Khrisanova L.A. Duration of gaze fixation in the perception of faces of people of the Caucasian and Mongoloid races by Europeans. *Bulletin of Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology.* 2022. P. 41 – 51.

Информация об авторах

Гизатуллина Д.Н., ассистент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, dianagizatullina13@gmail.com

Коблик Е.В., Казанский (Приволжский) федеральный университет

© Гизатуллина Д.Н., Коблик Е.В., 2024