

Стереотипы о физически привлекательных людях

А. А. ЦЫКУНОВА

Белорусский государственный университет

Одним из важнейших явлений в межличностном взаимодействии является восприятие людьми друг друга, или социальная перцепция. Социальная перцепция – восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов: других людей, социальных групп, социальных обществ. Особое внимание в социальной перцепции психологи уделяют такому явлению, как первое впечатление о человеке.

Вначале, когда мы только знакомимся с человеком, самое большое влияние для нас имеет его внешняя привлекательность. И на основе данных, полученных на этом уровне, у людей формируются представления о личности «незнакомца». Но в действительности мы просто приписываем те или иные качества человеку. На основе такого приписывания возникают ошибки каузальной атрибуции. Мы рассмотрим искажение атрибуции из-за фактора физической привлекательности.

В 1991 году Э. Игли вместе с коллегами провела мета-анализ результатов исследования по вопросу физической привлекательности и связанных с этим стереотипов. Они пришли к выводу, что более привлекательные люди воспринимаются как более общительные, обладающие соци-

альными навыками, отличающиеся более здоровой психикой, более сексуальные и влиятельные. Интересно, что уже младенцы реагируют на привлекательных взрослых. Уже с 4 лет более красивые дети имеют соответственный своей красоте социометрический статус в группе сверстников. Привлекательных людей считают более приспособленными к жизни, им чаще доверяют секреты и вообще считают лучшими во всем. Некоторые преподаватели считают, что более привлекательные студенты способны добиться успехов в учебе, они более умны, чем менее привлекательные. Д. Лэнди и Г. Сигал провели исследование, которое отражало связь между восприятием внешней красоты и оценкой «учебной способности». Студентам мужского пола были даны два эссе, отличающихся качеством исполнения, к которым были приложены фотографии студентов, одна из которых была симпатичнее другой. Вне зависимости от качества эссе, более высокая отметка ставилась той работе, к которой была приложена фотография более симпатичной студентки. А. Миллер провел эксперимент, в котором респондентам показывались фотографии людей, отличающихся степенью внешней привлекательности (фотографии были отобраны Миллером с помощью метода экспертных оценок), и давалось задание оценить личные характеристики людей, изображенных на фотографиях. Результаты эксперимента показали, что привлекательные люди превосходили непривлекательных по таким личностным характеристикам как: уверенность, уравновешенность, искренность, любезность, утонченность, энергичность. Однако красивые люди не занимают первых мест среди таких характеристик, как: порядочность и альтруизм. Получая такие результаты от экспериментов, не следует удивляться тому, какое место внешняя красота занимает в обществе. Внешняя привлекательность влияет даже на суждения о людях с ВИЧ-инфекцией: испытуемые предполагали, что привлекательные люди приобретают инфекцию в гетеросексуальных отношениях, в то время как непривлекательные – в гомосексуальных отношениях или через иглу, употребляя наркотики. В экспериментах К.Дион группа судей выносила более жестокие решения и приписывала более негативные личностные качества в случае, когда проступок совершал некрасивый человек. Психологи утверждают, что у физически привлекательных людей больше шансов победить на выборах, им охотнее доверяют и быстрее соглашаются помочь, они получают более престижную работу и больше зарабатывают. Тем не менее, в ходе исследований не было обнаружено связей между физической привлекательностью и перечисленными испытуемыми личными качествами и способностями.

Интересно, что есть и «обратная сторона красоты». Привлекательных людей часто воспринимают как эгоистичных, самовлюбленных, нарциссичных. Люди, обладающие уникальной внешней красотой, чаще страдают от сексуальных домогательств и от неприязни со стороны предста-

вителей их пола. Их могут мучить сомнения по поводу того, за что их ценят: за дела, за человеческие качества или только за красоту?

В сознании большинства людей существует тезис «красота – это добро», благодаря которому менее привлекательные люди остаются со своими «менее», хотя внутри они могут быть намного прекраснее, чем снаружи. Предубеждения, которые вырабатываются из-за стереотипов, бытующих о внешне привлекательных людях, являются источником конфликтов, дискриминации, ограничивают позитивный опыт от межличностного общения. Но так как предубеждения насчет каких-либо явлений не осознаются человеком, то именно через призмы своих верований он и видит мир. Стоит поставить вопрос о том, насколько такие предубеждения влияют на нашу жизнь?

Если задуматься о том, как такие предубеждения «доходят» до нашего сознания, то, конечно же, следует сказать о влиянии культуры, в которой мы выросли и в которой живем. Одну из главных ролей в формировании «правильных убеждений» играют средства массовой информации, которые объясняют нам, несведущим людям, о том, что такое «настоящая красота» и насколько она нам важна. К чему в итоге это приведет? И здоровый ли идеал навязывается людям? Легко ли искоренить навязанное средствами массовой информации предубеждение? На эти вопросы еще не даны полноценные ответы. Проблема предубеждений, их влияния на человеческое сознание, методы работы с этими предубеждениями, пропаганда СМИ и средства борьбы с ней – животрепещущие темы, с которыми мы сталкиваемся ежедневно и которые нужно еще глубже исследовать.