

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ПСИХОАНАЛИЗА

ЛИЦО ЧЕЛОВЕКА В СИСТЕМАХ КОММУНИКАЦИИ

Ответственные редакторы
К.И. Ананьева, В.А. Барабанщиков, А.А. Демидов

Москва
2024

УДК 159.9
ББК 88
Л 65

*Все права защищены. Любое использование материалов
данной книги полностью или частично
без разрешения правообладателя запрещается*

Рецензенты:

Никитина Елена Альфредовна, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Института психологии РАН;

Королькова Ольга Александровна, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Института экспериментальной психологии МГППУ.

Редакционная коллегия:

*К.И. Ананьева (отв. ред.), В.А. Барабанщиков (отв. ред.),
М.Л. Бутовская, А.А. Демидов (отв. ред.), В.А. Лабунская,
Е.В. Соловьёва, Л.И. Сурат, А.Н. Харитонов, А.С. Шунто*

Л 65 Лицо человека в системах коммуникации / Отв. ред. К.И. Ананьева, В.А. Барабанщиков, А.А. Демидов. – М.: Московский институт психоанализа – 2024. – 282 с.

ISBN 978-5-7312-0478-1

Коллективная монография, подготовленная ведущими отечественными специалистами, посвящена обсуждению широкого круга вопросов, касающихся изучения лица человека. Лицо человека – уникальный феномен, возникающий на перекрестке природных и социокультурных детерминант и находящий свое отражение в различных сферах человеческого бытия и практики. Главные темы, которые затрагиваются в данном издании: лицо и внешность человека; оформление и восприятие лица в социальном контексте жизнедеятельности человека; распознавание экспрессий лица; методология исследований лица человека; психофизиологические механизмы восприятия лица; лицо как объект искусства и профессиональных практик. Книга ориентирована на специалистов из различных областей научного знания и общественной практики, интересующихся феноменом человеческого лица.

© Авторы, 2024

© Московский институт психоанализа, 2024

Содержание

<i>Предисловие</i>	7
--------------------------	---

Раздел I ЛИЦО И ВНЕШНИЙ ОБЛИК

Глава 1	О ВЗАИМОСВЯЗИ ОБЕСПОКОЕННОСТИ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ С ВЫРАЖЕННОСТЬЮ ЦЕННОСТИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ВНЕШНЕГО ОБЛИКА У ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК <i>Е.В. Капитанова</i>	11
Глава 2	ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТЬ К МЕЖЛИЧНОСТНОМУ ОТВЕРЖЕНИЮ В СВЯЗИ С КАЧЕСТВЕННЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ НЕУДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ВНЕШНОСТЬЮ <i>Н.А. Польская, А.Ю. Разваляева, Д.К. Якубовская</i>	22
Глава 3	ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ МЕХАНИЗМОВ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВОСПРИЯТИЯ У ПСИХОЛОГОВ-КОНСУЛЬТАНТОВ ПРИ РАЗНЫХ ТИПАХ ДЕМОНСТРАЦИИ ВНЕШНОСТИ ЧЕЛОВЕКА <i>К.И. Ананьева, С.Н. Рюмкина, А.В. Федорова</i>	40

Раздел II ЛИЦО ЧЕЛОВЕКА В СОЦИАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ

Глава 4	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИЦЕВЫХ МАСОК ВО ВРЕМЯ COVID-19: УСТАНОВКИ МОСКОВСКОЙ МОЛОДЕЖИ <i>В.Н. Буркова, Ю.Н. Феденюк</i>	51
Глава 5	ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЛИЦА КАК ПРЕДИКТОР РАЗВИТИЯ РОМАНТИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ У МОЛОДЫХ ДЕВУШЕК <i>О.Р. Гура</i>	65

Раздел III РАСПОЗНАВАНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ ЧЕЛОВЕКА

Глава 6	МЕЖПОЛОВЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ВЫРАЖЕНИИ И ИДЕНТИФИКАЦИИ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ <i>В.А. Барабанищikov, Е.В. Суворова</i>	77
---------	---	----

Глава 7	ПОЛОВЫЕ РАЗЛИЧИЯ В РАСПОЗНАВАНИИ ЭМОЦИЙ (ПО ДАННЫМ ТУВИНСКОЙ ВЫБОРКИ) <i>А.А. Мезенцева, В.В. Ростовцева, А.А. Демидов, М.Л. Бутовская</i>	105
---------	--	-----

Раздел IV

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ ВОСПРИЯТИЯ ЛИЦА

Глава 8	«ОБРАЗ» В МОДЕЛИ ЛИЧНОСТИ, ПРЕДСТАВЛЕННОЙ В РАБОТАХ М.М. БАХТИНА <i>В.Г. Аникина</i>	117
Глава 9	УСТОЙЧИВОСТЬ СУЖДЕНИЙ О ЧЕЛОВЕКЕ ПО ЕГО ФОТОИЗОБРАЖЕНИЮ НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ЭФФЕКТА СЛЕПОТЫ К ВЫБОРУ <i>В.А. Гершкович, В.А. Алексеева</i>	124
Глава 10	НЕКЛАССИЧЕСКИЙ ПОДХОД К СОЗДАНИЮ БАЗЫ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ЛИЦ: ЗА РАМКАМИ ТЕОРИИ БАЗОВЫХ ЭМОЦИЙ <i>А.В. Петракова, Е.Н. Юрчик, Е.И. Лебедева</i>	138
Глава 11	ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ СИСТЕМЫ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОЙ САМОРЕГУЛЯЦИИ НА ОСНОВЕ МОНИТОРИНГА ОБРАТНОЙ ЛИЦЕВОЙ СВЯЗИ <i>В.В. Волов, В.Т. Волов</i>	148

Раздел V

НЕЙРОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ И ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ВОСПРИЯТИЯ ЛИЦА

Глава 12	ПОЛОВОЙ ДИМОРФИЗМ В ФОРМЕ ЛИЦА <i>М.Л. Бутовская, В.В. Ростовцева, А.А. Мезенцева</i>	163
Глава 13	СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОКУЛОМОТОРНОЙ АКТИВНОСТИ ПРИ ПРОСМОТРЕ ЭМОЦИОНАЛЬНО ОКРАШЕННЫХ СЦЕН, СОДЕРЖАЩИХ ЛИЦА ЛЮДЕЙ И СОДЕРЖАЩИХ ЖИВОТНЫХ ИЛИ ПРЕДМЕТЫ <i>К.А. Скуратова</i>	174

Глава 14	СВЯЗЬ ОБЛАСТЕЙ ЛИЦА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХСЯ НАИБОЛЬШИМ ПРИРОСТОМ НЕЛОКАЛЬНОГО КОНТРАСТА, С ФИКСАЦИЯМИ ВЗОРА ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ЭКСПРЕССИИ <i>В.В. Бабенко, Д.В. Явна, Е.Г. Денисова, П.Н. Ермаков, Е.М. Кови</i>	182
Глава 15	ИССЛЕДОВАНИЕ АКТИВНОСТИ МОЗГА ПРИ НЕВЕРБАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ МЕЖДУ НОСИТЕЛЯМИ РАЗНЫХ ЯЗЫКОВ: РУССКИМ И КИТАЙСКИМ <i>О.В. Жукова, Ю.Е. Шелепин, Нариса Нан Чу, По Лей Ли, Хао-Тенг Сюй, С.В. Пронин, Е.Ю. Шелепин, П.П. Васильев, В.С. Лебедев, Г.А. Моисеенко, С.А. Морозов</i>	200
Глава 16	НЕЙРОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ КОРРЕЛЯТЫ ОПОЗНАНИЯ ГНЕВА/АГРЕССИИ НА ИЗОБРАЖЕНИЯХ ЛЮДЕЙ И ЖИВОТНЫХ У МУЖЧИН И ЖЕНЩИН <i>Е.В. Мнацаканян</i>	213

Раздел VI

ЛИЦО В КОНТЕКСТЕ ИСКУССТВА И ПРАКТИКИ

Глава 17	ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ФАКТОРНОЙ СТРУКТУРЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ НАБЛЮДАТЕЛЕЙ ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМИ ОЦЕНКАМИ ЛИЧНОСТИ НА ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПОРТРЕТЕ И ФОТОГРАФИИ <i>А.С. Шунто</i>	225
Глава 18	ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗА САМОГО СЕБЯ С ПОМОЩЬЮ ФОТОГРАФИРОВАНИЯ КАК АРТ-ТЕРАПЕВТИЧЕСКАЯ ТЕХНИКА ПОМОЩИ В КРАТКОСРОЧНОМ ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ КОНСУЛЬТИРОВАНИИ <i>Е.А. Попова</i>	241
Глава 19	ИСКУССТВО И ТВОРЧЕСТВО. ЭВОЛЮЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ И ПОЭТИКА ЭГОЦЕНТРИЗМА <i>В.Н. Стасевич, Н.В. Ильина</i>	260
Глава 20	ЛИЦО СОЗИДАТЕЛЯ (к 100-летию со дня рождения А.В. Барабанщикова) <i>М.А. Лямзин</i>	271
Об авторах.....		278

Глава 9

УСТОЙЧИВОСТЬ СУЖДЕНИЙ О ЧЕЛОВЕКЕ ПО ЕГО ФОТОИЗОБРАЖЕНИЮ НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ЭФФЕКТА СЛЕПОТЫ К ВЫБОРУ¹

В.А. Гершкович, В.А. Алексеева

В психологических исследованиях с давних времен не угасает интерес к особенностям восприятия лиц людей (Барабаншиков и др., 2009). Актуальным является вопрос о роли физиогномических характеристик в оценке психологических черт человека. Мы формируем впечатление о человеке на основании восприятия его лица, даже если нас просят не делать этого (Zebrowitz & Montepare, 2008). Согласно данным некоторых исследований, люди считают, что психологические черты личности человека можно оценивать с опорой на особенности его лица (см., например, Hassin & Trope, 2000). Более того, суждения, вынесенные на основании оценок лиц, влияют на последующее принятие решений относительно будущего взаимодействия с оцениваемым человеком (обзор см. в Maestripieri et al., 2017). Например, оценки характеристик лица имеют значение при выборе политического лидера (Antonakis, Dalgas, 2009), даже если выносятся в пределах 1 секунды (Todorov, Mandisodza, Goren & Hall, 2005). Они также влияют на принятие стратегических решений в экономических играх, если внешний вид лица располагает к доверию (Rezlescu et al., 2012), оценка интеллекта по лицу влияет на оценку лидерских качеств человека (Spisak, Blaker, Lefevre, Moore & Krebbers, 2014), оценка привлекательности может влиять на суждение о тяжести преступления, совершенного человеком (Wilson et al., 2015).

Показано, что оценка происходит сразу по многим параметрам, включая как физические характеристики, так и черты характера человека (Olivola & Todorov, 2010). Суждения о человеке, вынесенные после

¹ Исследование поддержано грантом РФФ № 21-18-00429 «Когнитивные механизмы обработки мультимодальной информации: тип текста и тип реципиента».

предъявления изображения лица на 100 мс, значимо коррелируют с суждениями, сделанными при отсутствии временных ограничений (Willis & Todorov, 2006). Надежность полученных данных подтвердилась и при мультилабораторной репликации (Jones et al, 2019).

В исследованиях также продемонстрировано, что выносимые достаточно быстро оценки интеллекта человека на основании восприятия его лица коррелируют с реальным интеллектом человека, опираются как на стабильные физиогномические показатели (такие, например, как размер носа, расстояние между зрачками, форма лица), так и на изменяемые (например, кривизна рта) (Lee et al, 2017; Kleisner, Chvatalova & Flegl, 2014; Talamas, Mavor, Axelsson, Sundelin & Perrett, 2016).

Аналогичные данные были получены и относительно характеристик, связанных с последующим взаимодействием с человеком, например, оценкой возможности доверия по отношению к нему. Показано, что суждения о доверии также опираются как на стабильные характеристики лица (Stirrat and Perret, 2010; Rezlescu et al., 2012), так и на изменяемые характеристики (van't Wout M, Sanfey AG, 2008).

Таким образом, можно говорить о том, что люди, вероятно, опираются на некоторые критерии, вынося суждения о психологических особенностях человека на основании оценки его лица. Одним их ключевых вопросов тогда является следующий: опирается ли эта оценка на «жесткие» критерии, являющиеся врожденными, или же эти критерии оценки «мягкие», то есть адаптивные, основанные на когнитивных факторах, подверженные научению и изменяющиеся под влиянием контекста ситуации.

Согласно эволюционному подходу, оценка человека по его лицу является адаптивным механизмом. Так, привлекательность лица может быть связана с биологическими характеристиками, имеющими значение для продолжения рода (фертильность, наличие заболеваний и т. п., см. обзор Little et al., 2011).

В пользу этого подхода свидетельствует выделение базовых универсальных физиогномических признаков, с опорой на которые происходит вынесение оценки. В качестве аргументов также используются данные о наличии специальной системы мозга, обеспечивающей быстрое и точное распознавание лиц (см., например: Kanwisher, McDermott, Chun, 1997), высокую скорость вынесения оценки, наличие корреляции между оценкой внешности и реальными психологическими характеристиками (например, Kleisner et al., 2014), а также обнаруживаемую в некоторых исследованиях кросс-культурную универсальность оценок (Jones, Doug & Hill, Kim, 1993). Однако одним из спорных вопросов является следующий: оцениваются ли такие психологические характеристики как доверие, интеллект, экстраверсия и т. п. на основании оценки привлекательности (что проявляется в дальнейшем в гало-эффекте привлекательности

(Eagly & Ashmore et al., 1993) или ряд психологических характеристик имеет свои самостоятельные физиогномические предикторы.

В рамках другого подхода предполагается, что значительную роль при восприятии привлекательности лиц, как и других психологических характеристик, играет научение, в том числе социальное. Не всегда удастся выделить черты лица, реально связанные с определяемым свойством (см., например, Kleisner et al., 2014). Кросс-культурная стабильность оценок также воспроизводится не во всех исследованиях. Существуют данные, свидетельствующие, что в каждой культуре имеется своего рода набор ключевых признаков, позволяющих определять личностные особенности человека на основании оценки его внешнего облика (Ананьева, 2009; Voegel et al., 2021; Han et al., 2017). Причем различия в суждениях о привлекательности лица зависят как от этнической принадлежности сфотографированного человека, так и от этнической принадлежности оценщика (Voegeli, Rainer & Schoop, Rotraut et al., 2021). Показано, что оценка внешнего облика опирается не только на физиогномические показатели, но и на легко изменяемые признаки (например, очки (Harris and Bochner, 1982)) и может зависеть от текущих отношений и культурных факторов, указывая на гибкость используемых критериев оценки (Perrett et al., 1998; Little et al., 2008). Значимым оказался и такой фактор, как частота предъявления изображения лица: многократное предъявление изменяет восприятие лица таким образом, что оно кажется более счастливым (Carr, Brady & Winkielman, 2017), способствует увеличению его воспринимаемой привлекательности (Hansen, & Wänke, 2009), а также знакомые лица, по сравнению с незнакомыми, оцениваются как более уверенные в себе и дружелюбные (Andrianova et al., 2019).

Отдельно стоит обратить внимание на исследования в области имплицитного научения, в рамках которых была продемонстрирована возможность формирования нового критерия оценки привлекательности (Ivanchei et al., 2019) и интеллекта (Карпов, Морошкина, 2014) за счет создания неявных ковариаций между, соответственно, типом причёски и привлекательностью/интеллектом. Более того, в исследованиях был показан перенос имплицитно усвоенной закономерности с оценки привлекательности человека на оценку воспринимаемого интеллекта (Морошкина, Тихонов, Шаталина, 2017; Шаталина и др., 2018). Полученные авторами данные являются свидетельством того, что можно за счет достаточно краткосрочного неосознаваемого научения повлиять на оценки, которые использует человек при вынесении решений о психологических характеристиках; а обнаруживаемый в исследованиях гало-эффект привлекательности может быть результатом научения.

Таким образом, с одной стороны, существуют данные, позволяющие говорить о быстрой оценке лиц людей, универсальности использу-

емых критериев оценки, что, в свою очередь, должно свидетельствовать и в пользу стабильности используемых критериев. С другой стороны, существуют исследования, предполагающие гибкость критериев, возможность их быстрого формирования за счет неосознаваемого научения. Закономерно возникает вопрос: насколько стабильными являются оценки лиц людей? Можно ли повлиять на эти критерии так, чтобы сдвинуть или даже исказить эти оценки?

Нам представляется, что важный вклад в ответ на эти вопросы могут внести исследования с использованием парадигмы слепоты к выбору. Эффект слепоты к выбору проявляется в тенденции не замечать несоответствие между выбором, который люди собирались совершить (намерением) и результатом (тем, что им предъявлено как выбор), однако, давать при этом интроспективные отчеты о причинах своего выбора (ошибочного) (Johansson et al., 2005).

В классической экспериментальной парадигме изучения эффекта слепоты к выбору, разработанной П. Йоханссоном с соавторами (Johansson et al., 2005), в качестве стимульного материала были использованы фотографии женских лиц. Участникам эксперимента последовательно предъявляли 15 пар фотографий женских лиц с инструкцией – указать на наиболее привлекательное из них. После каждого выбора участникам протягивали выбранную фотографию с просьбой описать причины сделанного выбора. Однако незаметно от испытуемых в трех парах выбранная фотография заменялась на противоположную, и участнику протягивали фотографию, которую он на самом деле не выбирал. Лишь 26% участников заметили подмену, остальные же обосновали, почему выбрали привлекательной девушку, которую на самом деле при первоначальном выборе отвергли. В дальнейших исследованиях программа была компьютеризирована, но эффект оказался стабильным (Johansson et al., 2007). Варьируемая мера сходства между фотографиями, также как формат предъявления фотографий (цветной vs черно-белый) значимого влияния на силу эффекта не оказали (Johansson et al., 2005; Johansson et al., 2007).

В экспериментах авторы использовали разное время предъявления фотографии для первичного выбора (от 2 до 4 секунд), а также целенаправленно варьировали время предъявления фотографии (2 секунды vs 5 секунд vs отсутствие ограничений). Только в случае отсутствия временных ограничений для выбора было зафиксировано небольшое увеличение детекций подмена выбора. В экспериментах варьировался и фактор силы давления экспериментатора – однако и он не оказал значимого влияния на силу эффекта (Johansson et al., 2006). Проведенный анализ обоснований причин выбора между реальными выборами и подмененными в ходе эксперимента не выявил различий ни по одному из таких лингвистических параметров, как уверенность, эмоциональность,

частотность используемых слов, лексико-семантический анализ, использование сравнений (ibid.). Участников эксперимента при предъявлении фотографий для обоснования выбора просили указывать, в какой мере на их выбор повлияли следующие особенности внешности: форма лица, глаза, волосы, улыбка. Различий в рейтинговых оценках каждой из указанных черт между реальными выборами и подтасованными также не было обнаружено (ibid.).

В целом первые эксперименты продемонстрировали, что несмотря на то, что участники работали с таким значимым материалом, как изображения лиц людей, и оценивали такую характеристику, как привлекательность, они не замечали несоответствие своего выбора подмененному варианту.

Согласно гипотезе Уилсона с соавторами (Wilson et al., 1989), люди могут давать вербальные описания причин собственного поведения, которые не имеют никакого отношения к реальности, так как у них нет доступа к причинам этого поведения. Однако, если искомые факторы снова начнут действовать, люди будут полагаться на них, а не на данные обоснования. Таким образом, можно было бы предположить, что в задаче повторного выбора из тех же самых альтернатив, испытуемые вернуться к исходным предпочтениям, несмотря на данные предварительного обоснования выбора, который на самом деле не совершали.

Однако оказалось, что обоснование подмены приводит к последующему изменению выбора в пользу обоснованного в задаче повторного выбора в тех же самых парах (Johansson et al., 2013). Более того, при повторном тестировании было продемонстрировано увеличение рейтинговых оценок привлекательности изначально отвергнутых изображений лиц наряду со снижением рейтингов привлекательности для изначально выбранных изображений лиц (Johansson et al., 2013). Также был обнаружен эффект искажения воспоминаний при инструкции вспомнить исходный выбор (Johansson et al., 2008). Впрочем, следует отметить, что в приведенных исследованиях сопоставлялись только обоснованные истинные и подменные выборы, без оценки вероятности изменения воспоминаний или оценки привлекательности для изображений, которые для обоснования не предъявлялись.

В исследовании В. Алексеевой (Алексеева, 2022) была предпринята попытка воспроизвести ранее полученные в эксперименте П. Йоханссона (Johansson et al., 2013) эффекты при контроле всех факторов, влияющих на искажение повторной оценки, на материале оценки привлекательности лиц. Как и в предыдущих исследованиях, фотографии были взяты из базы RuNesfaces (Морошкина и др., 2018). Испытуемым последовательно на 4 секунды предъявлялась пара фотографий девушек, из которых необходимо было выбрать наиболее привлекательную. Важно, что в данном

эксперименте фотографии подбирались в пары случайным образом, что позволяло проконтролировать роль меры сходства между фотографиями, трудность вынесения решения и другие факторы, которые могли оказать влияние на первичный выбор и его последующее искажение. Дополнительно участникам исследования после каждого выбора предлагалось оценить трудность выбора. На втором этапе – участникам исследования предлагалось обосновать сделанный выбор: часть предъявленных для обоснования фотографий соответствовала ранее сделанному выбору, часть – была противоположна, и часть – не предъявлялась на втором этапе для контроля меры последующих искажений оценки, не связанных с обоснованием подмены. На третьем этапе испытуемым повторно предъявляли те же пары фотографий с инструкцией еще раз выбрать наиболее привлекательное лицо и оценить сложность выбора. Лишь чуть более, чем в 5% случаев, участники исследования заметили подмену в момент ее предъявления, так или иначе сообщив об этом. По окончании эксперимента испытуемым сообщали о том, что на этапе обоснования выбора была совершена подмена, а затем предъявляли все фотографии и просили указать, какой, как они считают, выбор был подменен. Ретроспективно испытуемые смогли обнаружить лишь около 25% подмен (в среднем 2 из 8). При оценке последствия обоснования подмены оказалось, что испытуемые изменили свои предпочтения в 40% случаев, тогда как в контрольном условии (без экспериментального воздействия) лишь в 15%. Такие факторы, как субъективная трудность исходного выбора или ретроспективное осознание подмены оказались не связанными с наблюдаемым эффектом. В случае, если испытуемые обосновывали выбор на втором этапе (не важно, свой или подмененный), они оценивали повторный выбор как более легкий в сравнении с контрольным условием. Так как в исследовании оценивалась привлекательность женских лиц, в анализ данных был включен и фактор пола оценщика, однако, значимого эффекта также не было обнаружено.

Таким образом, был обнаружен эффект слепоты к выбору в условиях оценки привлекательности лиц по фотографиям, а также было показано последующее искажение ранее вынесенных оценок в сторону обоснований. Необходимо отметить, что в классическом эксперименте Йоханссона (Johansson et al., 2013) последствие эффекта слепоты к выбору рассчитывалось как значимое различие в изменении выбора между условиями обоснования своего выбора и подмененного, что статистически увеличивает силу эффекта, если учитывать, что обоснованный собственный выбор меняется еще реже. В рассматриваемом исследовании последствие обоснования не своего выбора сравнивалось с контрольным условием.

В эксперименте Гершкович В. А. и Савиных Ю.В. (Гершкович, Савиных, 2013; Гершкович, 2015) была предпринята попытка проверить,

влияет ли обоснование подмены собственного выбора на последующее воспоминание о сделанном выборе. В эксперименте также оценивалось, влияет ли то, какое именно свойство будут оценивать испытуемые, на проявление эффекта. Для оценки фотографий испытуемым давалось две разные задачи – в одной группе испытуемые должны были оценить степень доверия (а именно выбрать, кому из двух изображенных на фотографии людей человек бы доверился в большей степени), в другой группе – оценить, кто из двух изображенных людей выглядит старше по возрасту. Выбор задач основывался на существующих данных, что оценку возраста можно проводить, обращаясь к определенным характеристикам лица, всматриваясь в зоны старения, выделяя ключевые, значимые для оценки возраста признаки, таким образом, данная оценка является более аналитической (Белопольская и др., 2012; Rhodes, 1995). Тогда как оценка доверия как раз может опираться на внешнюю привлекательность лица и полагается на более холистические признаки (Darby, Jaffers, 1988). На предварительном этапе была проведена оценка фотографий по степени их дифференцируемости и запоминаемости. Пары фотографий для выбора были подобраны в дальнейшем с учетом этих параметров. Результаты исследования продемонстрировали, что вне зависимости от оцениваемого свойства в обеих группах проявился эффект слепоты к выбору: примерно в 80% случаев участники исследования не замечали подмены и обосновывали выбор, который не совершали. Также в обеих группах было обнаружено значимое последствие слепоты к выбору на искажение воспоминаний: при повторном предъявлении тех же пар, что и на первом этапе, и инструкции вспомнить и повторить сделанный выбор, участники исследования меняли свой выбор в сторону подмененного. Этот эффект проявился при сопоставлении с контрольным уровнем припоминания, в котором ни один из вариантов выбора для обоснования испытуемым не предъявлялся. Не удалось обнаружить и различия в тех обоснованиях, которые люди придумывали для описания своего выбора в обеих группах. Таким образом, полученные данные продемонстрировали, что в разных задачах оценки лиц людей не только проявляется эффект слепоты к выбору, но и изменяются воспоминания о сделанном выборе, то есть вынесенное суждение значимо меняется под воздействием внешнего фактора (манипуляции).

В последующем эксперименте (Гершкович, Быстрова, 2019) была проверена гипотеза, оказывает ли влияние слепота к выбору на изменение оценок интеллекта людей, вынесенных на основании их внешности. В данной версии эксперимента испытуемым не требовалось выбирать одно из двух изображений в паре, процедура была более приближена к исследованию восприятия интеллекта людей на основе их внешности: испытуемым предъявлялась фотография лица с инструкцией оценить

интеллект человека, изображенного на фотографии. Для исследования были подобраны фотографии девушек из российской базы нейтральных и улыбающихся женских лиц (RUNES FACES) (Морошкина и др., 2018), что позволило на основании ряда предикторов внешнего облика девушек разделить фотографии на две группы: с оцениваемым низким интеллектом и с оцениваемым высоким интеллектом. В основном эксперименте участникам предлагалось оценить интеллект девушки, изображенной на фотографии, по предложенной шкале (90, 100, 110 и 120 баллов). На втором этапе исследования участникам предъявляли некоторые из ранее оцененных фотографий и просили обосновать вынесенные ранее оценки. Испытуемым сообщалось, что исследование посвящено изучению критериев, на которые опираются люди, вынося суждение об интеллекте. При этом для половины из предъявленных фотографий показывалась реальная оценка, вынесенная испытуемым на первом этапе, а для части – подмена (противоположная оценка, например, 90 баллов менялись на 120 баллов). На третьем этапе участникам вновь предъявляли все фотографии и просили вспомнить и указать исходную оценку. По результатам этого исследования вновь был продемонстрирован как эффект слепоты к выбору, так и его последствие, проявившееся в искажении повторной оценки в сторону подтасовки. Удивительно, но если на первом этапе участник исследования оценивал девушку на фотографии как обладающую высоким интеллектом (например, 120 баллов), то при повторном тестировании мог оценить ее же как обладающую низким интеллектом (90 баллов), если до этого обосновал соответствующую подмену. Стоит отметить, что наблюдаемый эффект искажения проявлялся несмотря на то, что при первичной оценке участники, вероятно, опирались на некоторые единые физиогномические предикторы (была отмечена достаточно высокая согласованность результатов), а результаты первичной оценки соответствовали заложенному экспериментаторами принципу разделения фотографий. В этом же исследовании было продемонстрировано, что мера расхождения между реально вынесенной оценкой внешности человека и предъявленной для обоснования не оказывает значимого влияния ни на эффект слепоты к выбору, ни на его последствие.

Схожие результаты были получены и в случае, когда испытуемым вместо того, чтобы сообщать, что подтасованный выбор является их собственным, предъявляли анонимные оценки и комментарии других людей (в ряде случаев они совпадали с оценкой, вынесенной испытуемым, а в ряде – были полностью противоположными). Было показано, что испытуемые склонны соглашаться в равной степени как с совпадающими, так и с противоположными оценками. По результатам исследования было обнаружено, что значимым предиктором изменения первоначальной оценки интеллекта по фотографии лица является предъявление

конфликтных комментариев, тогда как конгруэнтные комментарии являются предиктором сохранения ранее высказанного мнения. В целом можно сделать вывод, что прочитанные комментарии о фотографиях лиц оказывают влияние на воспоминания об изначальном мнении, несмотря на анонимность и возможную недостоверность источника (Гершкович, Васильева, 2021; Гершкович и др. (в печати)).

По результатам рассмотренной серии исследований можно сделать вывод о том, что оценки интеллекта, вынесенные на основании внешности людей, также являются нестабильными. Они подвержены искажениям, наблюдаемым как вследствие слепоты к выбору, так и в результате ознакомления с мнением других людей. Причем результаты контрольных замеров свидетельствуют, что в отсутствие экспериментального воздействия при повторном тестировании люди хорошо помнят свои исходные оценки и могут повторить сделанный выбор. Более того, даже если люди опираются на некие имплицитные параметры оценки интеллекта, это не позволяет им противостоять навязанному мнению или эффекту дезинформации, внедряемому через предъявление измененной оценки.

Подведем итоги. В психологических исследованиях научный интерес к особенностям и закономерностям восприятия лица все более усиливается. Разрабатываются все более тонкие методы, позволяющие оценить вклад разнообразных параметров лица в оценку свойств личности человека. Отдельный интерес к этому направлению исследований связан с необходимостью учета того, что оценка психологических черт человека по его внешности оказывает влияние на поведение оценщика по отношению к этому человеку, приводя к значительным искажениям. В этой связи безусловно актуальным является вопрос о том, насколько в целом подвижными являются критерии, которыми пользуется человек для вынесения подобных суждений.

С точки зрения эволюционного подхода, критерии являются врожденными и, следовательно, стабильными. С точки зрения социально-психологического подхода, эти критерии не являются врожденными, приобретаются в результате научения, в том числе социального. Они могут формироваться не только неосознанно, но и крайне быстро. Это означает, что критерии оценки лица и выносимые по ним соответствующие суждения о людях могут быть очень подвижными, быстро меняться, зависеть от текущего контекста ситуации и решаемой задачи.

Применение парадигмы исследования слепоты к выбору к задаче вынесения суждений о свойствах человека на основании его внешности, позволяет понять, насколько такие оценки могут быть устойчивы к манипуляциям. Мы привыкли полагаться на свои оценки, верить в то, что они обоснованы, что мы точно знаем, кто нам кажется привлекательным.

тельным, а кто – нет, кого мы считаем умным, а кого – скорее нет. Однако на эту уверенность в оправданности и устойчивости своего выбора полагаться не стоит. Удивительно, но даже такие базовые оценки, как привлекательность человека, которая, как было многократно показано, выносятся человеком уже на ранних стадиях восприятия в пределах первых 100 мс, оказывается неустойчивой к манипуляциям. Даже если у человека остается возможность обратиться к исходному контексту принятия решений (снова предъявляются обе альтернативы для выбора), он склонен изменять свое решение в сторону (подмененного) варианта, даже вопреки своим первоначальным критериям оценки.

Рассмотренные эксперименты позволили продемонстрировать, что искажению поддаются как оценки привлекательности, так и оценки доверия, возраста, интеллекта (выносимые на основании физиогномических характеристик лица). Сдвиг оценки наблюдается как в задаче припоминания, так и в задаче повторного выбора. Эти результаты представляются особо значимыми на фоне данных, свидетельствующих о различных факторах, которые вносят вклад в качество запоминания той или иной фотографии лица. Например, продемонстрировано, что одни фотографии всегда запоминаются лучше, чем другие, и что, хотя такие факторы, как оценка доброты человека на фотографии или доверия к нему, вносят вклад в запоминаемость лица, изображенного на фотографии, такое качество, как «запоминаемость», несводимо ни к одному из свойств, а является внутренним свойством самой фотографии (Vainbridge et al., 2013; Vainbridge, 2017). В рассмотренных же исследованиях на точность воспоминания в первую очередь влиял сам факт манипуляции.

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о том, что параметры оценки лица, считающиеся некоторыми исследователями универсальными (например, привлекательность – см. Kościński, 2007), в которых наблюдается согласованность оценок между людьми (например, интеллект – см. Гершкович, Быстрова, 2019), подвержены изменениям при воздействии внешних факторов.

Такие способы влияния, как имплицитное научение, подмена выбора, ознакомление с противоположным мнением других людей, показали, что за короткий срок с помощью неосознаваемых людьми манипуляций можно менять критерии оценки, на которые люди опираются при вынесении решений о свойствах человека на основании его внешности. Впрочем, следует отметить, что такой сдвиг оценок может быть кратковременным. Было показано, что эффект последствия слепоты к выбору уменьшается через 3 дня и практически исчезает через неделю (Гершкович, Ямщикова, 2015). Этот факт оставляет открытым вопрос: каковы механизмы, лежащие за изменением выбора после обоснования подмены.

Понимание логики сдвига критериев может помочь сформировать способы преодоления стереотипов, оказывающих значимое влияние при социальном взаимодействии.

Литература

- Алексеева В.А.* Роль фактора вербализации в изменении предпочтений вследствие эффекта слепоты к выбору: выпускная квалификационная работа. 50.04.01: защищена 07.06.22. – СПб, 2022.
- Ананьева К.И.* Оценка личности по внешности человека в диалогической ситуации // Внешний облик в различных контекстах взаимодействия. 2019. – 124-126с.
- Белопольская Н.Л., Виссарионова В.В., Шафурова Е.М.* Определение хронологического возраста человека по лицу человека. Лицо человека как средство общения. Междисциплинарный подход. – М.: Когито-Центр, 2012. – 33-43с.
- Гершкович В., Савиных Ю.* Воздействие дезинформации на формирование ложных воспоминаний о совершенном выборе при эмоциональной и рациональной оценке исходных альтернатив // Когнитивная наука в Москве: новые исследования. – М.: БукиВеди, 2013. – 84-88с.
- Гершкович В., Ямицинина П.* Угасает ли эффект дезинформации со временем: исследование на материале задачи выбора // Когнитивная наука в Москве: новые исследования. Материалы конференции 16 июня 2015 г / Под ред. Е. Печенкова, М. Фаликман. – М, 2015.
- Гершкович В.А., Васильева А.С.* Искажение воспоминаний о сделанном выборе под влиянием прочтения комментариев и оценок других людей // Когнитивная наука в Москве: новые исследования. Материалы конференции. Под ред. Е.В. Печенковой, М.В. Фаликман, А.А. Койфман. – Москва, 2021. – 120-125с.
- Гершкович В.А., Ямицинина П.А.* Угасает ли эффект дезинформации со временем: исследование на материале задачи выбора // Когнитивная наука в Москве: Новые исследования // Материалы конференции 16 июня 2015. – М.: БукиВеди, 2015. – 87-93с.
- Карпов А.Д., Морошкина Н.В.* Роль имплицитного научения при оценке психологических качеств другого человека по его фотоизображению // Лицо человека в науке, искусстве и практике / Отв. ред. К.И. Ананьева, В.А. Барабанщиков, А.А. Демидов. – М., 2014. – 93-106с.
- Морошкина Н.В., Иванчей И.И., Тихонов Р.В., Карпов А.Д., Овчинникова И.В.* Разработка и апробация «Российской базы Нейтральных и Улыбающихся женских лиц (“RuNeS Faces”)) // Экспериментальная психология. 2018. – Т. 11. – № 2.

- Шаталина Д.Д., Тихонов Р.В., Морошкина Н.В.* Гало-эффект привлекательности: аффорданс или косвенный вывод? // Аффорданс: ожидание, возможность, ограничение? Материалы Всероссийской научной конференции, Ярославль, 8-10 декабря 2017 г. / Под ред. И.Ю. Владимирова, С.Ю. Коровкина. – Ярославль: ЯРО РПО, Аверс Плюс, 2018. – 149-157с.
- Andriyanova N., Bakuleva K., Petrov M., Golovanova I.* Проявление эффекта простого предъявления в социальной оценке // Conference: Восьмая международная конференция по когнитивной науке. 2019.
- Antonakis, J., Dalgas, O.* Predicting Elections: Child's Play! *Science*. 323 (5918), 2009. P. 1183–1183.
- Bainbridge W. A.* The memorability of people: Intrinsic memorability across transformations of a person's face // *J. Exp. Psychol. Learn. Mem. Cogn.* 2017. V. 43. № 5. P. 706–716.
- Bainbridge, W. A., Isola, P. & Oliva, A.* The intrinsic memorability of face photographs. *Journal of Experimental Psychology: General*, 2013. V. 142. P. 1323–1334.
- Carr E., Brady T., Winkielman P.* Are You Smiling, or Have I Seen You Before? Familiarity Makes Faces Look Happier // *Psychological Science*, 2017. V. 8. № 28.
- Darby B. W., Jaffers D.* The effects of defendant and juror attractiveness on simulated courtroom trial decisions // *Social Behavior and Personality*. 1988. V. 16. P. 39–50.
- Eagly A. H., Ashmore R. D., Makhijani M. G., Longo L. C.* What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype // *Psychological Bulletin*, 1991. V. 110. № 1. P. 109–128.
- Han, Chengyang & Wang, Hongyi & Hahn, Amanda et al.* Cultural differences in preferences for facial coloration // *Evolution and Human Behavior*. 2017. V. 39. № 2.
- Hansen J., Wänke, M.* Liking What's Familiar: The Importance of Unconscious Familiarity in the Mere-Exposure Effect // *Social Cognition*. 2009. V. 27. P. 161–82.
- Johansson P. et al.* Choice Blindness and Preference Change: You Will Like This Paper Better If You (Believe You) Chose to Read It! // *Journal of Behavioral Decision Making*. 2013. V. 27. № 3. P. 281–289.
- Johansson P., Hall L., Sikström S.* From change blindness to choice blindness // *Psychologia*. 2008. V. 51. № 2. P. 142–155.
- Johansson P., Hall L., Sikström S., Olsson A.* Failure to Detect Mismatches Between Intention and Outcome in a Simple Decision Task // *Science (New York, N.Y.)*, 310(5745), 2005. P. 116–119.

- Johansson, Petter & Hall, Lars & Sikström, Sverker & Tärning, Betty & Lind, Andreas.* How Something Can Be Said About Telling More Than We Can Know. *Consciousness and cognition*. 2007. V.15. № 4. P. 673–692.
- Jones, Ben & DeBruine, Lisa & Flake, Jessica et al.* Social perception of faces around the world: How well does the valence-dominance model generalize across world regions? 2019. (Registered Report Stage 2). 10.31234/osf.io/n26dy.
- Jones, Doug & Hill, Kim.* Criteria of facial attractiveness in five populations. *Human nature*. Hawthorne, N. Y., 1993, V. 4. P. 271–296.
- Kanwisher N. G., McDermott J. & Chun M. M.* The Fusiform Face Area: A Module in Human Extrastriate Cortex Specialized for Face Perception. *The Journal of Neuroscience*, 1997. V. 17. P. 4302 - 4311.
- Kleisner, Karel & Chvátalová, Veronika & Flegr, Jaroslav.* Perceived Intelligence Is Associated with Measured Intelligence in Men but Not Women. *PloS one*. 9. e81237, 2014.
- Kościński, Krzysztof.* Facial attractiveness: General patterns of facial preferences // *Anthropological Review*, 2007. V. 70. P. 45–79.
- Lee A. J., Hibbs C., Wright M. J., Martin N. G., Keller M. C. & Zietsch B. P. Assessing the accuracy of perceptions of intelligence based on heritable facial features // *Intelligence*, 2017. V. 64. P. 1–8.
- Little A. C., Jones B. C., De Bruine L. M.* Facial attractiveness: evolutionary based research // *Philos. Trans. R. Soc. Lond. B. Biol. Sci.* 2011. P. 1638–1659.
- Little A. C., Burriss R. P., Jones B. C., DeBruine L. M. & Caldwell C. A.* Social influence in human face preference: men and women are influenced more for long-term than short-term attractiveness decisions. *Evolution and Human Behavior*, 2008. V. 29. № 2. P. 140–146.
- Maestriperi D., Henry A. & Nickels N.* Explaining financial and prosocial biases in favor of attractive people // *Interdisciplinary perspectives from economics, social psychology, and evolutionary psychology*. *Behavioral and Brain Sciences*, 40: e19, 2017.
- Морошкина Н. В., Тихонов Р. В., Шаталина Д. Д.* Гало-эффект привлекательности как следствие имплицитного научения // Всероссийская конференция по когнитивной науке КИСЭ-2017: материалы Всероссийской конференции, Казань, 30 октября – 3 ноября 2017 г. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2017. С. 70–76.
- Olivola C. Y. & Todorov A.* Elected in 100 milliseconds: Appearance-based trait inferences and voting // *Journal of Nonverbal Behavior*, 2010. V. 34. P. 83–110.
- Rezlescu, Constantin & Duchaine, Brad & Olivola, Christopher & Chater, Nick.* Unfakeable Facial Configurations Affect Strategic Choices in Trust Games with or without Information about Past Behavior. *PloS one*. 7(3): e34293, 2012.

- Rhodes M.* Age estimation of faces: A review // *Applied Cognitive Psychology*. 1995. V. 23. № 1. P. 38–59.
- Ritchie K. L., Palermo R. & Rhodes G.* Forming impressions of facial attractiveness is mandatory. // *Scientific Reports*, 2017. V. 7. P. 469.
- Spisak B. R., Blaker N. M., Lefevre C. E., Moore F. R., Krebbers K. F.* A face for all seasons: Searching for context-specific leadership traits and discovering a general preference for perceived health // *Front. Hum. Neurosci.* 2014. P. 792.
- Stirrat M., Perrett D. I.* Valid Facial Cues to Cooperation and Trust: Male Facial Width and Trustworthiness // *Psychological Science*. 2010. V. 21. № 3. P. 49–354.
- Talamas S. N., Mavor K. I., Axelsson J., Sundelin T. & Perrett D. I.* Eye-lid-openness and mouth curvature influence perceived intelligence beyond attractiveness // *Journal of Experimental Psychology: General*. 2016. V. 145. № 5. P. 603–620.
- Todorov A., Mandisodza A. N., Goren A., Hall C. C.* Inferences of Competence from Faces Predict Election Outcomes // *Science*. 2005. P. 1623–1626.
- Valeria A. Gerskovich, Roman V. Tikhonov, Angelina S. Vasileva, Olga V. Lvova.* How others change our memories: the effect of exposure to anonymous opinions // *Российский журнал когнитивной науки (в печати)*.
- van't Wout M., Sanfey A. G.* Friend or foe: the effect of implicit trustworthiness judgments in social decision-making // *Cognition*. 2008. V. 108. P. 796–803.
- Voegeli, Rainer & Schoop, Rotraut et al.* Cross-cultural perception of female facial appearance: A multi-ethnic and multi-centre study. *PLOS ONE*. 16. e0245998, 2021.
- Voegeli, Rainer & Schoop, Rotraut & Rawlings, Anthony & Shackelford, Todd & Fink, Bernhard.* Cross-cultural perception of female facial appearance: A multi-ethnic and multi-centre study. *PLOS ONE*. 16. e0245998, 2021.
- Willis J. & Todorov A.* First impressions: Making up your mind after 100 ms exposure to a face // *Psychological Science*. 2006. V. 17. P. 592–598.
- Wilson T. D., Dunn D. S., Kraft D. & Lisle D. J.* Introspection, attitude change, and attitude-behavior consistency: The disruptive effects of explaining why we feel the way we do // L. Berkowitz (Ed.)/ *Advances in experimental social psychology*. Orlando, FL: Academic Press, 1989. V. 22. P. 287–343.
- Wilson J. P. & Rule N. O.* Facial Trustworthiness Predicts Extreme Criminal-Sentencing Outcomes. *Psychological Science*, 2015. V. 26. No. 8. P. 1325–1331.
- Zebrowitz, L. A. & Montepare, J. M.* Social Psychological Face Perception: Why Appearance Matters // *Social and personality psychology compass*. 2008. V. 23. P. 1497.