

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ  
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

---

МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ПСИХОАНАЛИЗА

# ЛИЦО ЧЕЛОВЕКА В НАУКЕ, ИСКУССТВЕ И ПРАКТИКЕ

Ответственные редакторы  
*К. И. Ананьева, В. А. Барабанищikov, А. А. Демидов*

Москва  
Когито-ЦЕНТР  
2015

УДК 159.9  
ББК 88  
Л 65

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

Редакционная коллегия:

*К. И. Ананьева (отв. редактор), В. А. Барабанщиков (отв. редактор),  
Н. Л. Белопольская, А. А. Демидов (отв. редактор),  
А. В. Жегалло, О. А. Королькова (отв. секретарь), В. А. Лабунская,  
В. М. Лейбин, Б. Г. Мещеряков, Е. В. Соловьева, Л. И. Сурат,  
А. Н. Харитонов, Ю. Е. Шелепин*

**Л 65 Лицо человека в науке, искусстве и практике / Отв. ред.**  
К. И. Ананьева, В. А. Барабанщиков, А. А. Демидов. – М.: Когито-Центр, 2014. – 694 с.

ISBN 978-5-89353-435-1

УДК 159.9  
ББК 88

Коллективная монография, подготовленная ведущими отечественными специалистами, посвящена одной из интересных, актуальных и быстро развивающихся предметных областей знаний – науке о лице. В книге представлены работы психологов, философов, антропологов, криминалистов, психофизиологов, нейрофизиологов и других специалистов. По своей направленности данный труд является междисциплинарным изданием. Главные темы, которые затрагиваются в данном издании: природа лица, его организация, свойства, функции, связь с эмоциональными состояниями и характеристиками личности, методы оценки внешности человека, психологические и психофизиологические механизмы восприятия лица, способы его включения в процессы общения и деятельности и др. Книга ориентирована на специалистов из различных областей научного знания и общественной практики, интересующихся феноменом человеческого лица.



*Подготовка и публикация коллективного труда осуществлена  
при финансовой поддержке Российского гуманитарного  
научного фонда (РНФ), проект № 14-06-14031*

© Межрегиональная ассоциация экспериментальной психологии, 2014  
© Московский институт психоанализа, 2014

ISBN 978-5-89353-435-1

## Глава 12

### ОЦЕНКА ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА ПО ВЫРАЖЕНИЮ ЕГО ЛИЦА И ГОЛОСУ: КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ И КАЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ<sup>1</sup>

*А. А. Демидов, К. И. Ананьева, Н. А. Выскочил, С. В. Хащенко*

#### Введение

Формирование представления о психологических особенностях человека определяется информацией о нем, доступной для наблюдателя. К наиболее значимым источникам информации о личности человека исследователи относят его лицо и голос (Барabanщиков, 2009; Лабунская, 1999; Морозов, 1998; Bruce, Young, 2000; Scherer, 2005).

Проблема оценки психологических особенностей человека при восприятии выражения его лица и голоса по отдельности получили достаточно интенсивную разработку как в отечественной, так и в западной психологической науке. При этом можно обнаружить сравнительно небольшое количество исследований, посвященных изучению проблемы взаимодействия указанных источников информации о человеке при формировании целостного, «полимодального» представления о его психологических особенностях. Данные исследования были посвящены в основном изучению аудиовизуальной интеграции информации при восприятии речи человека (см., например: McGurk, MacDonald, 1976; Munhall, Vatikiotis-Bateson, 1998).

Анализ современных исследований в области восприятия голоса позволяет выделить ряд ключевых направлений, которые находятся в фокусе внимания научного сообщества.

---

<sup>1</sup> Представленные результаты получены в рамках реализации научно-исследовательского проекта МК-1624.2014.6, получившего финансовую поддержку Совета по грантам президента РФ для поддержки молодых российских ученых.

Во-первых, это изучение связи морфологических особенностей конституции человека и его голоса (Feinberg et al., 2005; Krauss, Freyberg, Morsella, 2002; Evans, Neave, Wakelin, 2006; Hughes, Harrison, Gallup, 2002). Данное направление исследований фиксирует, прежде всего, тот факт, что голос – это звук, особенности которого определяются характеристиками звукопорождающих органов (легких, гортани) и конституцией человека в целом.

В рамках данных исследований, в частности, была показана связь между формой тела и привлекательностью голоса (Thornhill, Grammer, 1999; Collins, Missing, 2003; Hughes, Dispenza, Gallup, 2004). Результаты ряда исследований показывают, что голос может быть не только индикатором психологических особенностей человека, но и индикатором его физических характеристик – например, симметрии/асимметрии тела, его формы и т. д. Например, показано, что со снижением степени морфологической асимметрии снижаются оценки привлекательности голоса воспринимаемого человека. Высказываются предположения, что характеристики фундаментальной частоты голоса связаны, скорее, с формой тела (Hughes, Dispenza, Gallup, 2004), а характеристики формантной частоты – с размером тела (Fitch, 1999). Особую разработку получили вопросы, связанные с различием голосовых характеристик у мужчин и женщин. Например, показано, что голос взрослого мужчины, как правило, ниже и глубже, чем голос взрослой женщины. Благодаря тестостерону голосовые складки у мужчин более длинные и толстые, что и определяет у них более низкую фундаментальную частоту.

Во-вторых, это изучение адекватности оценки психологических особенностей человека по выражению его лица и голосу с анализом того, как информация о психологических особенностях человека представлена в данных «модальностях» (Allport, Vernon, 1933; Berry, 1991; Scherer et al., 1977).

Показано, что люди, чьи голоса воспринимаются как более привлекательные, оцениваются как имеющие более социально желательные личностные характеристики (Zuckerman, Driver, 1989). Люди с более привлекательным голосом оцениваются и как более сердечные, милые, честные, доминантные и более успешные, нежели люди с менее привлекательными голосами (Berry, 1990; Zuckerman, Driver, 1989). Таким образом, можно говорить о существовании своеобразного стереотипа «привлекательного голоса». Причем более положительные мнения о натурщиках с привлекательными голосами были получены не только в ситуациях, где испытуемые слышали только их голос, но и в ситуациях, где они дополнительно могли видеть их лицо.

Результаты изучения адекватности оценки психологических особенностей в различных ситуациях восприятия, по-видимому, позволяют предположить, что более адекватная оценка таких особенностей, как «сознательность» и «эмоциональная лабильность», возможна в ситуациях восприятия, где имеется, прежде всего, визуальная информация о натурщике (лицо). Испытуемые дают менее адекватные оценки этих особенностей в ситуациях, где присутствует только аудиальная информация о натурщике (голос). Оценки по таким особенностям, как «экстраверсия» и «уверенность в себе», более адекватны в ситуациях восприятия, где присутствует только аудиальная информация.

В исследованиях Дианы Берри (Berry, 1991) показано, что такая комплексная описательная характеристика голоса, как его «детскость», отрицательно связана с оценкой доминантности натурщика, но положительно – с оценкой его сердечности.

В-третьих, это изучение адекватности идентификации (распознавания) голоса человека по его лицу, и наоборот (Feinberg et al., 2008; Kamachi et al., 2003; Krauss, Freyberg, Morsella, 2002).

Главным вопросом подобных исследований является вопрос о том, в какой мере информация о человеке, содержащаяся в его голосе и лице, дублируется.

Показано, что наблюдатель может правильно соотносить голос натурщика и изображение его лица более чем в 60% случаев (Kamachi et al., 2003). Однако эффективность распознавания может быть и выше. В исследовании Р. Краусса с коллегами (Krauss, Freyberg, Morsella, 2002) было показано, что испытуемые в 76,5% проб правильно соотносили звучащий голос натурщика и фотоизображение его лица. Причем испытуемые-женщины несколько лучше справились с этой задачей (79%) нежели испытуемые-мужчины (74,1%).

Показано (Knight, Johnston, 1997; Lander et al., 1999), что движения лица несут значимую информацию для его опознания. Чем больше движения лица связаны с голосом человека, тем в большей степени можно надеяться вычленить значимые признаки для идентификации воспринимаемого человека, которые бы имели бимодальную природу.

В-четвертых, это изучение идентификации гендерной информации о человеке по выражению его лица и голосу (Feinberg et al., 2005, 2008; Abitbol, Abitbol, Abitbol, 1999; Freeman, Ambady, 2011; Puts, Gaulin, Verdonili, 2006).

В целом ряде исследований была показана связь между гормональным статусом человека и степенью его маскулинности/феминности, оцениваемой по выражению его лица (Penton-Voak, Chen,

2004) и голосу (Abitbol, Abitbol, Abitbol, 1999; Feinberg, Jones, DeBruine et al., 2006). Выявлено, что уровень тестостерона влияет на степень маскулинности лица и голоса человека, что, в свою очередь, влияют на оценки привлекательности.

В подавляющем большинстве исследований показано, что испытуемые-женщины отдают свои предпочтения маскулинным мужским голосам, в то время как маскулинным мужским лицам только отчасти и не всегда.

В ряде исследований высказывается гипотеза о том, что высота голоса и женственность лица могут быть положительно связаны с уровнем эстрогена и отрицательно – с уровнем тестостерона (Abitbol, Abitbol, Abitbol, 1999; Thornhill, Gangestad, 1999).

В исследовании Д. Фейнберга (Feinberg et al., 2005) была обнаружена положительная связь между феминностью лица и высотой голоса у женщин, т. е., чем более женственным является лицо женщины, тем более высокий тон характерен для ее голоса. Это позволяет предположить, что в основе феминности лица и голоса лежит более общий, единый фактор. В этом же исследовании показано, что испытуемые-мужчины в ситуации вынужденного выбора предпочитают лица женщин, имеющих более высокий тон голоса. Таким образом, заключает Д. Фейнберг, можно говорить о женственности голоса как о предикторе привлекательности лица женщины.

В исследовании Дж. Фриман и Н. Амбади (2011) испытуемые чаще ошибались в категоризации гендерной информации по лицу, когда ее предъявление сопровождалось «полоатипичным» голосом, нежели чем при предъявлении «полотипичного» голоса. К тому же время ответа было большим в первой ситуации восприятия, нежели во второй.

Особый вид исследований данного направления связан с изучением влияния гормонального статуса женщины на восприятие ее голоса. Это связано с тем, что человеческая гортань – орган, функционирование которого подвержено гормональному, особенно стероидному, влиянию (Caruso et al., 2000). В этой связи показано, что характеристики голоса также изменяются в пубертатный период (Abitbol et al., 1999) и в период менопаузы (Caruso et al., 2000).

В-пятых, это изучение такой классической проблемы, как аудиовизуальное восприятие речи – различных аспектов эффекта Мак-Гурка (McGurk, MacDonald, 1976). В рамках данных исследований было показано взаимодействие между слухом и зрением при восприятии речи. Данный эффект предполагает, что восприятие речи мультимодально, то есть вовлекает информацию сразу из нескольких органов чувств.

В-шестых, это изучение выражения эмоций в голосе и их идентификация (Bänziger, Grandjean D, Scherer, 2009; Scherer, 1989; Pittam, Scherer, 1993). В рамках данных исследований показано, что голос наравне с выражением лица может выступать значимым каналом выражения эмоциональных состояний человека.

Таким образом, можно констатировать разнообразие междисциплинарных направлений исследований восприятия лица и голоса человека. Вместе с тем следует указать на недостаточную разработанность проблемы связи голоса человека и выражения его лица в процессе формирования первого впечатления о нем.

Актуальными исследовательскими проблемами остаются вопросы, связанные не только с изучением «вклада» выражения лица и голоса человека в формирование представления о его личности, но и с изучением проблем взаимодействия указанных источников информации. Проблемное поле нашего исследования определяется следующей совокупностью вопросов. Какова степень информативности выражения лица и голоса воспринимаемого человека при оценке его психологических особенностей? Наблюдается ли интерференция информации о психологических особенностях человека, представленной в выражении его лица и голосе? В какой степени указанные источники дополняют друг друга, делая суждения наблюдателя более надежными? Какой из указанных источников информации о человеке является ведущим, а какой ведомым при формировании представления о его психологических особенностях?

В этой связи целью нашего исследования явилось изучение закономерностей оценки индивидуально-психологических особенностей человека в ситуации изолированного и комбинированного восприятия его голоса и выражения лица. В качестве основной гипотезы исследования было выдвинуто предположение о том, что условие одновременного восприятия фотоизображений лиц натурщиков и аудиозаписей их голосов будет связано с более высокими значениями адекватности межличностного оценивания натурщиков.

Разнообразие предметных аспектов выражения феномена «восприятия лица и голоса человека» предполагает использовать комплексные подходы к его изучению. В этой связи в рамках настоящего исследования мы попытались совместить количественный и качественный подход к изучению восприятия психологических особенностей человека по его внешности. Речь идет об использовании валидизированных психодиагностических методик (исследование 1) и метода структурированного интервью (исследование 2).

## Исследование 1

### *Методика и процедура исследования*

#### *Подготовка стимульного материала*

С целью подготовки стимульного материала проведено предварительное исследование, в котором приняло участие 12 человек в возрасте от 20 до 26 лет. Для каждого из испытуемых был определен «личностный профиль», оценка которого осуществлялась с помощью личностного теста ЕРІ Г. Айзенка, Пятифакторного опросника личности (адаптация А. В. Хромова) и методики «Личностный дифференциал». Также каждый испытуемый был оценен с помощью методики «Личностный дифференциал» двумя другими людьми, которые знали его более 3 лет.

Таким образом, надежность составленного личностного профиля для каждого испытуемого проверялась с помощью внешних критериев, в качестве которых выступали, во-первых, различные методики, направленные на измерение схожих личностных конструктов, и, во-вторых, согласованность различных людей (экспертов) и самого натурщика в оценке его личностных качеств. По результатам обработки психодиагностических данных для основного исследования были отобраны 3 мужчины и 3 женщины, относительно которых была осуществлена фотосъемка лица и аудиозапись голоса. Съемка осуществлялась с помощью фотоаппарата Canon EOS 450 с длиннофокусным объективом SIGMA AF 18-200MM F/3.5–6.3. Полученные фотоизображения с помощью программ коррекции графи-



**Рис. 1.** Стимульные фотоизображения лиц натурщиков

ческих изображений – Jasc Paint Shop Pro 8 – были приведены к единому виду: подобран однородный цветовой фон; фотоизображения приведены к одинаковому размеру (10 x 15 см), а также к единому пропорциональному отношению (лицо натурщика занимало 70% фотоизображения по вертикали) (рисунок1).

Аудиозапись голосов натурщиков осуществлялась с помощью цифрового диктофона OLYMPUS DM-550. Натурщики осуществляли устный счет от 1 до 10. Полученные WMA аудиофайлы отбирались и подвергались процедуре фильтрации шумов и балансировки по громкости с помощью программы Sony Sound Forge 10.0 с целью сохранения естественных особенностей речи говорящего. В соответствии с инструкцией наши испытуемые должны были вести счет в естественном для них темпе речи, поэтому продолжительность аудиозаписей варьировалась от 6 до 13 секунд.

#### *Процедура исследования*

Для исследования были сформированы три независимые выборки испытуемых. Исследование проводилось с каждым испытуемым индивидуально. Первой группе испытуемых в качестве стимульного материала предъявлялись фотоизображения лиц натурщиков анфас (продолжительность экспозиции – 10 с), второй группе – аудиозаписи голосов данных натурщиков, считающих вслух от 1 до 10, третьей группе одновременно предъявлялись фотоизображения лиц натурщиков анфас и аудиозаписи их голосов (при этом продолжительность предъявления фотоизображений и аудиозаписей не синхронизировалось). Задача испытуемых состояла в оценке индивидуально-психологических особенностей воспринимаемого человека с помощью бланка «Личностного дифференциала». Всего испытуемым предъявлялись для оценки шесть натурщиков – три девушки и три юноши (см. рисунок 1). Перед началом исследования испытуемые производили самооценку индивидуально-психологических особенностей с помощью методики «Личностный дифференциал».

С целью нивелирования эффекта последовательности, который потенциально может нарушить внутреннюю валидность исследования, предъявление экспериментальных стимулов уравнивалось с помощью схемы сбалансированного латинского квадрата.

#### *Выборка исследования*

В качестве испытуемых выступили студенты московских вузов разных гуманитарных специальностей. Общая численность испытуемых – 161 человек.

Первая группа (предъявление фотоизображения лица натурщика) – 46 человек (средний возраст – 23 года), из них 39 женщин и 7 мужчин.

Вторая группа (предъявление аудиозаписи голоса натурщика) – 57 человек (средний возраст – 26 лет), из них 45 женщин и 12 мужчин.

Третья группа (одновременное предъявление фотоизображения лица и аудиозаписи голоса натурщика) – 58 человек (средний возраст – 23 года), из них 42 женщины и 16 мужчин.

#### *Методика исследования*

В качестве зависимых переменных исследования выступили базовые механизмы межличностного восприятия, значения производных коэффициентов межличностного восприятия (Барабанщиков, 2009), а также степень адекватности оценки индивидуально-психологических особенностей натурщиков (Демидов, 2009).

Указанные механизмы носят операциональный характер и составляют единую систему механизмов межличностного восприятия: 1) резонанс (R) представляет собой совпадение значений одних и тех же шкал в профилях натурщика, зрителя и оценки натурщика зрителем; 2) проекция (P) – совпадение значений одних и тех же шкал в оценочном профиле и профиле индивидуально-психологических особенностей зрителя при их отсутствии в профиле личности натурщика; 3) интроекция (I) – совпадение значений шкал оценочного профиля и профиля натурщика, отсутствующих в личностном профиле зрителя; 4) атрибуция (A) – значения шкал оценочного профиля, которые не соответствуют ни профилю зрителя, ни профилю натурщика.

С точки зрения психологической интерпретации величина резонанса выражает совокупность общих черт личности коммуникантов. Перенос собственных черт на личность натурщика, которых последний в действительности лишен, характеризует проекцию. Ее противоположностью является интроекция, или обнаружение действительных черт личности натурщика, отсутствующих у воспринимающего. Наконец, атрибуция означает наделение воспринимаемого человека индивидуально-психологическими особенностями, которыми не обладает ни он, ни воспринимающий его субъект.

Статистический анализ данных производился с помощью пакета SPSS 17.0 с использованием двух непараметрических критериев – Н-Краскала – Уоллеса и U-Манна–Уитни.

#### *Результаты исследования*

##### *Динамика механизмов межличностного восприятия*

Значения указанных механизмов и производных коэффициентов межличностного восприятия в различных ситуациях восприятия натурщиков представлены в таблицах 1 и 2.

Полученные в нашем исследовании значения механизмов межличностного восприятия психологических особенностей человека в ситуации восприятия выражения его лица, голоса и одновремен-

**Таблица 1**

Средние значения механизмов межличностного восприятия (%)

Механизмы	Условия			
	Фото	Голос	Фото+голос	Н Краскала-Уоллеса
Резонанс (R)	38,68 (20,04)	42,22 (20,46)	39,86 (20,28)	p=0,059
Проекция (P)	11,89 (8,78)	11,81 (8,98)	11,67 (8,87)	p=0,934
Интроекция (I)	16,32 (11,14)	13,28 (9,32)	14,19 (9,76)	p=0,003
Атрибуция (A)	33,11 (18,53)	32,69 (20,34)	34,28 (19,35)	p=0,333

*Примечание:* (здесь и далее) первое значение в ячейках – среднее арифметическое, значение в скобках – стандартное отклонение.

ного предъявления различаются только относительно интроекции. Попарное соотнесение значений интроекции при всех условиях восприятия с помощью критерия Манна–Уитни показывает, что значение интроекции в условии восприятия фотоизображения лица выше, чем при двух других условиях (значения интроекции в которых статистически значимо не отличаются друг от друга), т. е. условие восприятия фотоизображения лиц позволяет испытуемым в наибольшей степени адекватно оценивать их психологические особенности, которые отсутствуют у самих испытуемых. В целом значения механизмов межличностного восприятия близки к тем значениям, которые были получены нами в более ранних исследованиях при изучении оценки психологических особенностей натурщиков в ситуациях восприятия фотоизображений лиц (Барабанщиков, Демидов, 2009; Демидов, 2009; Демидов, Ананьева, 2011).

Испытуемые (зрители) адекватно оценивают около 55% черт личности натурщиков (сумма значений резонанса и интроекции), при этом большая их часть (около 40%) связана с Я-концепцией зрителя.

#### *Адекватность оценок личности натурщика*

Основным показателем адекватного восприятия личности натурщика служит специальный коэффициент – коэффициент адекватности ( $K_{ad}$ ) (Барабанщиков, Носуленко, 2004), который выражает отношение разности смешанного резонанса (R+I) и смешанной атрибуции (A+P) к сумме всех показателей межличностного восприятия: чем больше R+I, тем объективнее воспринимается натурщик, и наоборот. При  $K_{ad} > 0$  преобладает адекватное, а при  $K_{ad} < 0$  – неадекватное восприятие личностных свойств натурщика.

$$K_{ad} = \frac{(R + I) - (A + P)}{R + I + A + P}$$

**Таблица 2**  
Средние значения производных коэффициентов  
межличностного восприятия

Коэффициенты	Условия			
	Фото	Голос	Фото+голос	Н-Краскала-Уоллеса
Kad	0,100 (0,414)	0,110 (0,418)	0,081 (0,403)	p=0,452
Kego	0,011 (0,373)	0,080 (0,417)	0,031 (0,404)	p=0,037

Средние значения коэффициента адекватности по всем натурщикам представлены в таблице 2.

Как мы можем видеть, в целом оценки индивидуально-психологических особенностей натурщиков, выполненные испытуемыми в трех экспериментальных условиях, являются скорее адекватными (хотя значения адекватности не столь большие), вместе с тем данные значения статистически значимо не различаются.

#### *Динамика идентификаций*

Другим важным показателем изучаемых процессов является коэффициент идентификации (Kego) (Барабанщиков, Носуленко, 2004), указывающий на роль собственных черт личности зрителя (Я-концепции) в общей структуре оценки личности натурщика:

Средние значения коэффициента идентификации (Kego) по всем натурщикам представлены в таблице 2. Статистический анализ значений коэффициента идентификации показал, что они значимо изменяются в зависимости от условия восприятия. Парное соотношение значений коэффициента идентификации при всех условиях восприятия с помощью критерия Манна-Уитни показывает, что значения Kego в условиях восприятия голоса натурщика выше, чем при двух других условиях (значения коэффициента идентификации в которых статистически значимо не отличаются друг от друга). Таким образом, можно заключить, что одним из предикторов адекватной межличностной оценки в условиях восприятия голоса является «актуализация» испытуемыми социальных представлений (стереотипов) о связи психологических особенностей человека с характеристиками его голоса.

#### *Адекватность распознавания отдельных индивидуально-психологических особенностей*

Под адекватностью оценки/распознавания понимается совпадение оценки конкретной психологической особенности натурщика, вынесенной испытуемым, с самооценкой натурщика. Значения

**Таблица 3**  
 Адекватность оценки индивидуально-психологических особенностей натурщиков (%)

№	Шкалы	Условия			Н-Краскала-Уоллеса
		Фото	Голос	Фото+голос	
1	Обаятельный–непривлекательный	58	66	48	p<0,001
2	Слабый–сильный	49	56	56	p=0,128
3	Разговорчивый–молчаливый	48	56	51	p=0,127
4	Безответственный–добросовестный	66	68	67	p=0,792
5	Упрямый–уступчивый	53	40	51	p=0,002
6	Замкнутый–открытый	59	43	42	p<0,001
7	Добрый–эгоистичный	49	50	47	p=0,831
8	Зависимый–независимый	47	52	49	p=0,566
9	Деятельный–пассивный	64	62	61	p=0,791
10	Черствый–отзывчивый	62	65	60	p=0,417
11	Решительный–нерешительный	59	46	50	p=0,005
12	Вялый–энергичный	71	47	52	p<0,001
13	Справедливый–несправедливый	51	57	53	p=0,326
14	Расслабленный–напряженный	38	43	47	p=0,084
15	Суетливый–спокойный	51	63	60	p=0,008
16	Враждебный–дружелюбный	63	70	66	p=0,164
17	Уверенный–неуверенный	39	56	52	p<0,001
18	Нелюдимый–общительный	66	50	47	p<0,001
19	Честный–неискренний	53	65	59	p=0,011
20	Несамостоятельный–самостоятельный	66	65	70	p=0,355
21	Раздражительный–невозмутимый	43	46	45	p=0,795
	Среднее значение адекватности оценок	55	56	54	
	Стандартное отклонение	9,40	9,29	7,73	

адекватности оценки конкретных психологических особенностей натурщиков в трех экспериментальных условиях восприятия представлены в таблице 3.

В результате статистического анализа с использованием непараметрического критерия Краскала–Уоллеса было выявлено 9 шкал (№ 1, 5, 6, 11, 12, 15, 17, 18 и 19), по которым адекватность оценок зна-

чимо изменяется в зависимости от условия восприятия. Для определения направления данных изменений мы использовали критерий Манна–Уитни для попарного сравнения условий друг с другом.

По итогам статистического анализа обращает на себя внимание тот факт, что можно выявить психологические особенности, адекватность распознавания которых однозначно выше в одном из трех условий восприятия. Так, в условии восприятия фотоизображения лица натурщика более адекватно оцениваются следующие шкалы: «замкнутый–открытый», «решительный–нерешительный», «вялый–энергичный» и «нелюдимый–общительный». В условии восприятия голоса натурщика наиболее адекватно оценивается шкала «обаятельный–непривлекательный». В условии одновременного восприятия фотоизображения лица натурщика и аудиозаписи его голоса не обнаружено шкал, адекватность распознавания по которым была бы однозначно выше или ниже по сравнению с другими условиями.

Также можно обнаружить шкалы, адекватность распознавания по которым однозначно была ниже в одном из условий восприятия по сравнению с другими. Так, оценки по шкале «упрямый–уступчивый» наименее адекватны в условиях восприятия голоса человека, оценки по шкалам «уверенный–неуверенный» и «суетливый–спокойный» наименее адекватны при восприятии фотоизображений лица человека.

При дополнительном анализе значений адекватности оценок по шкале «честный–неискренний» не было выявлено однозначной связи между значениями адекватности и условиями восприятия. Так, адекватность оценок по данной шкале в условиях восприятия фотоизображения лица натурщика ниже по сравнению с условием восприятия только его голоса ( $p=0,003$ ), в то же время не отличается от значений адекватности оценок в условии совместного восприятия лица и голоса натурщика ( $p=0,120$ ), адекватность оценок при последних двух условиях также одинаковая ( $p=0,121$ ).

#### *Эффективность распознавания индивидуально-психологических особенностей*

Следует отметить, что адекватность оценок натурщиков по ряду шкал оказывается выше либо ниже средних значений адекватности по другим шкалам вне зависимости от условия восприятия (см. таблицу 3).

Эффективность распознавания индивидуально-психологических особенностей натурщиков учитывалась в исследовании следующим образом. Из среднего значения адекватности оценок всех натурщиков по всем шкалам (при всех условиях восприятия) вычи-

талось значение одного стандартного отклонения; ниже полученного значения адекватность оценки характеризовалась как низкая. Прибавление одного стандартного отклонения к среднему значению адекватности оценки определило значение, выше которого адекватность оценки квалифицировалась как высокая.

Анализ показывает, что существует набор индивидуально-психологических особенностей, которые оцениваются испытуемыми либо с высокой эффективностью, либо с низкой эффективностью. С высокой эффективностью распознаются такие особенности, как «безответственный–добрый», «враждебный–дружелюбный» и «несамостоятельный–самостоятельный». С низкой эффективностью распознаются такие особенности, как «расслабленный–напряженный» и «раздражительный–невозмутимый». Стоит отметить, что данные результаты во многом повторяют те, которые были получены нами в предыдущих исследованиях (Демидов, 2009, Демидов, Ананьева, 2011).

Особенностью второго исследования явилось использование метода интервью при описании психологических особенностей натурщиков по фотоизображению их лиц (исследование 2.1) и аудиозаписи голоса (исследование 2.2).

## **Исследование 2.1**

### *Методика и процедура исследования*

#### *Процедура исследования*

Исследование проводилось индивидуально с каждым испытуемым. Перед началом исследования испытуемому сообщалась общая цель исследования, которая состояла в изучении межличностного восприятия, т. е. того, как люди воспринимают друг друга.

Каждому участнику исследования на экране монитора компьютера последовательно демонстрировались шесть цветных фотографий натурщиков, изображенных до плечевого пояса анфас (рисунок 1). Размер предъявляемых фотоизображений составлял 10×15 см; расстояние от монитора до наблюдателя – 60 см. Время предъявления фотоизображений составляло 10 с.

Предъявление стимульного материала осуществлялось в электронном виде на экране монитора персонального компьютера с помощью программы Power Point.

Для того чтобы избежать эффекта последовательности в предъявлении стимульного материала на результаты исследования, была использована контрбалансировка. Была разработана специальная схема предъявления стимульного материала. Схема предъявления

была разной для каждого испытуемого и составлялась с помощью схемы сбалансированного латинского квадрата.

Задача испытуемых заключалась в свободном оценивании посредством вербального описания психологических особенностей натурщика в рамках стандартизированного вопроса интервью: «Пожалуйста, опишите психологические особенности человека, лицо которого вы только что видели. Что вы можете сказать о его личности? О возможных особенностях его поведения?». Вербальное описание фиксировалось на цифровой диктофон OLYMPUS DM-550.

#### *Выборка исследования*

В качестве испытуемых выступили студенты Московских вузов гуманитарных специальностей общей численностью 20 человек (средний возраст 20,2 года, стандартное отклонение – 1,47), из них 12 девушек и 8 юношей.

#### *Методы обработки и анализа данных*

Полученный вербальный материал – описания психологических особенностей натурщиков – был подвергнут следующей обработке и анализу.

Все речевые высказывания, полученные в результате интервью, дословно были переведены в текст и обработаны в соответствии с процедурой индуктивного варианта контент-анализа.

Поскольку нас интересовало, прежде всего, какие оценочные категории актуализирует наблюдатель при описании человека в различных условиях его восприятия, а не то, в какой мере адекватны оценки, мы использовали метод свободного описания, а не стандартизированные методики, в которых вербальные признаки, исходно заданы экспериментатором (например, шкалы методики «Личностный дифференциал»). Так как в этом случае, даже если испытуемый обнаруживает новые существенные признаки в характеристиках объекта восприятия, он не имеет средств для передачи информации о них экспериментатору (Барабанщиков, Носуленко, 2004). Также индуктивный контент-анализ дает возможность осуществлять количественный анализ представленности тех или иных категорий вербальных единиц, выделяемых в соответствии с решаемыми исследователем задачами. В качестве таких единиц были использованы более или менее развернутые вербальные высказывания, независимым образом отражающие отдельные аспекты или целостные психологические характеристики воспринимаемых натурщиков, выделенных с учетом всего текстового контекста. Выявление психологических характеристик воспринимаемых натурщиков осуществлялось с помощью экспертной группы (членами которой являлись 4

кандидата психологических наук). Задача экспертов состояла в определении категорий анализа текстового материала, что позволило в конечном итоге выделить структуру описания психологических особенностей натурщиков.

Выделенные вербальные единицы сгруппированы в единую базу данных, анализ которой направлен на установление связи между вербальными единицами и особенностями стимульного изображения. Каждая вербальная единица рассматривалась как отдельный элемент в группе данных и выступала в качестве независимой записи в общей системе получаемой информации (Барабанщиков, Носуленко, 2004). Полученные вербализации подвергались частотному статистическому анализу в совокупности с другими данными, регистрируемыми в исследовании.

#### *Результаты*

Всего в ходе описания психологических особенностей шести оцениваемых натурщиков было получено 510 вербализаций. В ходе проведения процедуры первичной категоризации удалось обобщить 426 вербализации или 83,53% от всего объема высказываний. Данные высказывания были сгруппированы в 58 первичных оценочных категорий, объем категорий варьировал от 2 до 30 вербальных единиц (таблица 4).

С помощью анализа экспертами 56 оценочных категорий были обобщены в 9 факторов (таблица 5), каждый фактор был представлен в виде биполярной шкалы.

Как видно из таблицы 5 испытуемые при оценке психологических особенностей натурщиков наиболее часто использовали категории, отражающие степень их открытости и общительности. Т.е. натурщики описываются прежде всего, исходя из того, насколько легко с ними можно вступить в контакт. Можно предположить, что, с одной стороны, эта группа психологических особенностей наиболее важна при социальном, в том числе при межличностном взаимодействии, поэтому испытуемые описывают воспринимаемых людей через призму данных категорий, а с другой стороны, эти особенности могут быть наиболее явно «представлены» в выражении лица человека, поэтому испытуемые так часто упоминают их (хотя можно предположить и взаимодействие указанных причин). Потенциальным подтверждением наших предположений могут выступать результаты исследования А. А. Демидова (2009), показавшие, что индивидуально-психологические особенности, отражающие степень «коммуникабельности/готовности к контактам» человека (включающие в себя такие шкалы «Личностного дифференциала», как «разговорчивый–молчаливый», «замкнутый–открытый» и «не-

**Таблица 4**  
 Распределение вербализаций испытуемых  
 по оценочным категориям

№	Категория	Объем категории (частота встречаемости)	Объем категории (% от общего кол-ва высказываний)
1	замкнутый	30	5,88
2	общительный	24	4,70
3	добрый	20	3,92
4	активный	18	3,53
5	необщительный	16	3,14
6	интроверт	13	2,55
7	неуверенный	12	2,35
8	дружелюбный	11	2,16
9	открытый	11	2,16
10	простой	11	2,16
11	симпатичный	11	2,16
12	конфликтный	10	1,96
13	подчиняющийся	10	1,96
14	спокойный	10	1,96
15	чувствительный	10	1,96
16	высокомерный	9	1,76
17	грустный	9	1,76
18	умный	9	1,76
19	сильный	8	1,57
20	не следит за собой	7	1,37
21	неумный	7	1,37
22	уверенный	7	1,37
23	жизнерадостный	6	1,18
24	коммуникабельный	6	1,18
25	недоброжелательный	6	1,18
26	сложный	6	1,18
27	целеустремленный	6	1,18
28	агрессивный	5	0,98

№	Категория	Объем категории (частота встречаемости)	Объем категории (% от общего кол-ва высказываний)
29	веселый	5	0,98
30	некоммуникабельный	5	0,98
31	неконфликтный	5	0,98
32	прямолинейный	5	0,98
33	скромный	5	0,98
34	слабый	5	0,98
35	хороший	5	0,98
36	эмоциональный	5	0,98
37	вспыльчивый	4	0,78
38	жесткий	4	0,78
39	злой	4	0,78
40	критичный	4	0,78
41	любопытный	4	0,78
42	не волевой	4	0,78
43	не эмоциональный	4	0,78
44	пассивный	4	0,78
45	самостоятельный	4	0,78
46	серьезный	4	0,78
47	честный	4	0,78
48	эгоистичный	4	0,78
49	жалостливый	3	0,59
50	зависимый	3	0,59
51	мужественный	3	0,59
52	несимпатичный	3	0,59
53	раздражительный	3	0,59
54	экстраверт	3	0,59
55	гордый	2	0,39
56	напряженный	2	0,39
	Некатегоризованные вербализации	92	18,03
	Итого	510	100

**Таблица 5**  
**Обобщенные факторы оценки**  
**психологических особенностей натурщиков**

<b>I. Фактор «Открытость» – 25,82%</b>			
<b>Замкнутый</b>	<b>61</b>	<b>Общительный</b>	<b>44</b>
Замкнутый	30	Общительный	24
Необщительный	16	Открытый	11
Интроверт	13	Коммуникабельный	6
Некоммуникабельный	2	Экстраверт	3
<b>II. Фактор «Доминантность» – 20,85%</b>			
<b>Сильный</b>	<b>46</b>	<b>Слабый</b>	<b>38</b>
Активный	18	Неуверенный	12
Сильный	8	Подчиняющийся	10
Уверенный	7	Слабый	5
Целеустремленный	6	Не волевой	4
Самостоятельный	4	Пассивный	4
Мужественный	3	Зависимый	3
<b>III. Фактор «Эмоциональность» – 13,69%</b>			
<b>Возбудимый</b>	<b>26</b>	<b>Спокойный</b>	<b>32</b>
Чувствительный	10	Спокойный	10
Жизнерадостный	6	Грустный	9
Веселый	5	Серьезный	4
Эмоциональный	5	Не эмоциональный	4
		Жалостливый	3
		Напряженный	2
<b>IV. Фактор «Интеллект» – 9,92%</b>			
<b>Глупый</b>	<b>23</b>	<b>Умный</b>	<b>19</b>
Простой	11	Умный	9
Неумный	7	Сложный	6
Прямолинейный	5	Любознательный	4
<b>V. Фактор «Дружелюбие» – 9,68%</b>			
<b>Добрый</b>	<b>31</b>	<b>Злой</b>	<b>10</b>
Добрый	20	Недоброжелательный	6
Дружелюбный	11	Злой	4

<b>VI. Фактор «Агрессивность» – 8,26%</b>			
<b>Агрессивный</b>	<b>30</b>	<b>Миротлюбивый</b>	<b>5</b>
Конфликтный	10	Неконфликтный	5
Агрессивный	5		
Критичный	4		
Вспыльчивый	4		
Жесткий	4		
Раздражительный	3		
<b>VIII. Фактор «Привлекательность» – 7,08%</b>			
<b>Привлекательный</b>	<b>20</b>	<b>Непривлекательный</b>	<b>10</b>
Симпатичный	11	Не следит за собой	7
Хороший	5	Не симпатичный	3
Честный	4		
<b>IX. Фактор «Эгоцентризм» – 4,69%</b>			
<b>Нескромный</b>	<b>15</b>	<b>Скромный</b>	<b>5</b>
Высокомерный	9	Скромный	5
Эгоистичный	4		
Гордый	2		

людимый–общительный»), оцениваются с достаточно высокой степенью адекватности.

Далее, по степени частоты актуализации, следуют категории, отражающие степень доминантности человека. В исследовании А. А. Демидова (2009) также было показано, что такие качества, как «слабый–сильный», «решительный–нерешительный», «уверенный–неуверенный» и «самостоятельный–несамостоятельный», оцениваются с высокой степенью адекватности.

Третьим, по частоте актуализации оценочных категорий, выступает фактор «эмоциональная устойчивость», включающий в себя психологические особенности, отражающие степень возбудимости человека.

Интересно отметить, что объем указанных выше трех факторов в сумме составляет почти 53% от общего объема полученных вербализаций. При этом структура описываемых психологических особенностей во многом повторяет факторные решения, полученные в исследованиях структуры личности (например, трехфакторная теория личности Г. Айзенка или пятифакторная теория «Big Five»).

**Таблица 6**  
Объем оценочных вербализаций

	Общая выборка (n=20)	Девушки (n=12)	Юноши (n=8)
Среднее	25,5	24,5	27
SD	8,4	8,2	9,04
Min	13	15	13
Max	43	40	43

Также был проанализирован объем (количество) вербализаций каждого испытуемого (таблица 6).

Как видно из таблицы 6, общий объем вербализаций при оценке психологических особенностей шести натурщиков варьируется в достаточно большом диапазоне – от 13 до 43 вербализаций. Отметим, что среднее значение объема вербализаций у мужской части выборки выше, чем у женской.

Исходя из данных, представленных в таблице 6, можно рассчитать среднее количество вербализаций, продуцируемых испытуемыми при оценивании одного натурщика, оно составляет 4,25 вербализации. При этом минимальное среднее значение количества вербализаций при оценивании одного натурщика составляет 2,17, а максимальное – 7,17.

Таким образом, испытуемые в среднем использовали от двух до семи характеристик для описания психологических особенностей воспринимаемых людей. Полученный результат примечателен прежде всего в методическом плане, поскольку, во-первых, он подтверждает предположение об избыточности используемых в исследованиях межличностного восприятия 21 шкалы «Личностного дифференциала» (Демидов, 2009; Демидов, Ананьева, 2011; и др.), а во-вторых, полученный результат задает потенциальные границы в том необходимом количестве шкал, которые требуются для оперативного, но вместе с тем, относительно полного исследования оценки психологических особенностей человека по его внешности.

## **Исследование 2.2**

*Методика и процедура исследования*

*Процедура исследования*

Исследование проводилось индивидуально с каждым испытуемым. Перед началом исследования испытуемым сообщалась общая

цель исследования, которая состояла в изучении межличностного восприятия, т. е. того, как люди воспринимают друг друга. После этого, испытуемый ознакомился с инструкцией: «Вам будет предъявлена аудиозапись голоса человека. Ваша задача состоит в том, чтобы внимательно прослушать ее. После того как аудиозапись закончится, вам потребуется ответить на ряд вопросов относительно личностных особенностей данного человека. Будьте внимательны, аудиозапись можно будет прослушать только один раз!». Время предъявления всех стимулов будет одинаковым и составит 10 секунд (длительность предъявления определена в соответствии с ранее выполненными исследованиями – см., например, Демидов, 2009; Демидов, Ананьева, 2011). Предъявление стимульного материала осуществлялось в электронном виде на экране монитора персонального компьютера с помощью программы Power Point.

Для того чтобы избежать эффекта последовательности в предъявлении стимульного материала на результаты исследования, была использована контрбалансировка и разработана специальная схема предъявления стимульного материала. Схема предъявления была разной для каждого испытуемого и составлялась с помощью сбалансированного латинского квадрата.

Задача испытуемых заключалась в свободном оценивании посредством вербального описания психологических особенностей натурщика в рамках стандартизированного вопроса интервью: «Пожалуйста, опишите психологические особенности человека, лицо которого вы только что видели. Что вы можете сказать о его личности? О возможных особенностях его поведения?». Вербальное описание фиксировалось на цифровой диктофон OLYMPUS DM-550.

#### *Выборка исследования*

В качестве испытуемых выступили студенты Московских вузов гуманитарных специальностей общей численностью 20 человек (средний возраст 19,35 года, стандартное отклонение – 1,34), из них 14 девушек и 6 юношей.

#### *Методы обработки и анализа данных*

Полученный вербальный материал – описания психологических особенностей натурщиков – был обработан и проанализирован по вышеописанной схеме (см. исследование 2.1).

#### *Результаты*

Для определения основных категорий, которыми пользуются испытуемые для оценки индивидуально-психологических особенностей человека по его голосу при свободном описании, были проанализи-

рованы полученные ответы на вопрос интервью: «Пожалуйста, опишите психологические особенности человека, голос которого вы только что слышали. Что вы можете сказать о его личности? О возможных особенностях его поведения?».

Всего в ходе описания психологических особенностей шести оцениваемых натурщиков было получено 372 вербализации. В ходе проведения процедуры первичной категоризации удалось обобщить 334 вербализации или 89,78% от всего объема высказываний. Данные высказывания были сгруппированы в 62 первичные оценочные категории, объем категорий варьировал от 2 до 26 вербальных единиц (таблица 7). Некатегоризованными остались 38 вербализаций, частота упоминаний которых составила 10,21%.

С помощью экспертов 62 оценочные категории были обобщены в 8 факторов (таблица 8), каждый фактор был представлен в виде биполярной шкалы (кроме одного).

Как видно из таблицы 8, испытуемые при оценке психологических особенностей натурщиков наиболее часто использовали категории, отражающие степень их эмоциональности, открытости и доминантности. Вербализации, описывающие данные три фактора, встречаются приблизительно одинаковое количество раз и в сумме составляют 72%. Среди указанных трех факторов «ведущим» по количеству вербализаций является фактор «открытость», объем которого составляет почти 27%. Т.е. натурщики описываются прежде всего, исходя из того, насколько легко с ними можно вступить в контакт. Можно предположить, что, с одной стороны, эта группа психологических особенностей наиболее важна при социальном, в том числе при межличностном взаимодействии, поэтому испытуемые описывают воспринимаемых людей через призму данных категорий, а с другой стороны, эти особенности могут быть наиболее явно «представлены» в голосе человека, поэтому испытуемые так часто о них упоминают. Надо сказать, что этот же фактор «открытости» является «ведущим» и в структуре оценок в условиях восприятия фотоизображений лица человека.

Далее, по степени частоты актуализации, следуют категории, отражающие степень эмоциональности и доминантности человека, – 23,05% и 22,75%, соответственно.

Также был проанализирован объем вербализаций каждого испытуемого (таблица 9).

Как видно из таблицы 9, общий объем вербализаций при оценке психологических особенностей шести натурщиков варьируется в достаточно большом диапазоне – от 10 до 33 вербализаций. Отметим, что среднее значение объема вербализаций у мужской и женской части, не различается.

**Таблица 7**  
 Распределение вербализаций испытуемых  
 по оценочным категориям

№	Категория	Объем категории (частота встречаемости)	Объем категории (% от общего кол-ва высказываний)
1	общительный	26	6,99
2	активный	18	4,84
3	веселый	14	3,76
4	спокойный	14	3,76
5	умный	14	3,76
6	целеустремленный	10	2,69
7	эмоциональный	10	2,69
8	ответственный	9	2,42
9	творческий	9	2,42
10	уверенный	9	2,42
11	организованный	8	2,15
12	открытый	8	2,15
13	симпатичный	8	2,15
14	закрытый	7	1,88
15	замкнутый	7	1,88
16	легкий в общении	7	1,88
17	мягкий	7	1,88
18	рациональный	7	1,88
19	властный	6	1,61
20	добрый	6	1,61
21	интроверт	6	1,61
22	мужественный	6	1,61
23	позитивный	6	1,61
24	строгий	6	1,61
25	дружелюбный	5	1,34
26	импульсивный	5	1,34
27	сильный	5	1,34
28	экстраверт	5	1,34
29	богатый внутренний мир	4	1,08
30	демонстративный	4	1,08
31	серьезный	4	1,08

Продолжение таблицы 7

№	Категория	Объем категории (частота встречаемости)	Объем категории (% от общего кол-ва высказываний)
32	уравновешенный	4	1,08
33	доминантный	3	0,81
34	компанейский	3	0,81
35	неумный	3	0,81
36	неуверенный	3	0,81
37	печальный	3	0,81
38	приятный в общении	3	0,81
39	скромный	3	0,81
40	социальный	3	0,81
41	стабильный	3	0,81
42	трудолюбивый	3	0,81
43	влюбчивый	2	0,54
44	деятельный	2	0,54
45	жизнерадостный	2	0,54
46	коммуникабельный	2	0,54
47	конфликтный	2	0,54
48	монотонный голос	2	0,54
49	обычный	2	0,54
50	отзывчивый	2	0,54
51	предсказуемый	2	0,54
52	притворный	2	0,54
53	простой	2	0,54
54	самостоятельный	2	0,54
55	самоуверенный	2	0,54
56	сдержанный	2	0,54
57	странный голос	2	0,54
58	суетливый	2	0,54
59	устойчивый	2	0,54
60	холодный	2	0,54
61	худой (тело)	2	0,54
62	опытный	2	0,54
	Некатегоризованные вербализации	38	10,21
	<b>Итого</b>	<b>372</b>	<b>100</b>

**Таблица 8**  
**Обобщенные факторы оценки**  
**психологических особенностей натурщиков**

<b>I. Фактор «Открытость» – 26,64%</b>			
<b>Общительный</b>	<b>67</b>	<b>Замкнутый</b>	<b>22</b>
Общительный	26	Замкнутый	7
Открытый	8	Закрытый	7
Легкий в общении	7	Интроверт	6
Добрый	6	Холодный	2
Экстраверт	5		
Дружелюбный	5		
Приятный в общении	3		
Компанейский	3		
Коммуникабельный	2		
Отзывчивый	2		
<b>II. Фактор «Эмоциональность» – 23,05%</b>			
<b>Возбудимый</b>	<b>45</b>	<b>Спокойный</b>	<b>32</b>
Веселый	14	Спокойный	14
Эмоциональный	10	Серьезный	4
Позитивный	6	Уравновешенный	4
Импульсивный	5	Стабильный	3
Демонстративный	4	Печальный	3
Влюбчивый	2	Устойчивый	2
Жизнерадостный	2	Сдержанный	2
Суебливый	2		
<b>III. Фактор «Доминантность» – 22,75%</b>			
<b>Сильный</b>	<b>63</b>	<b>Слабый</b>	<b>13</b>
Активный	18	Мягкий	7
Целеустремленный	10	Скромный	3
Уверенный	9	Неуверенный	3
Мужественный	6		
Властный	6		
Сильный	5		
Доминантный	3		

Продолжение таблицы 8

Самостоятельный	2		
Самоуверенный	2		
Конфликтный	2		
<b>IV. Фактор «Интеллект» – 12,87%</b>			
<b>Умный</b>	<b>36</b>	<b>Неумный</b>	<b>7</b>
Умный	14	Не умный	3
Творческий	9	Обычный	2
Рациональный	7	Простой	2
Богатый внутренний мир	4		
Опытный	2		
<b>V. Фактор «Саморегуляция поведения и отношений с окружающими» – 10,47%</b>			
<b>Серьезный</b>	<b>33</b>	<b>–</b>	<b>2</b>
Ответственный	9	Притворный	2
Организованный	8		
Строгий	6		
Трудолюбивый	3		
Социальный	3		
Деятельный	2		
Предсказуемый	2		
<b>VIII. Фактор «Внешность» – 4,19%</b>			
	<b>14</b>		
Симпатичный	8		
худой (тело)	2		
странный голос (звуки)	2		
монотонный голос (звуки)	2		

Исходя из данных, представленных в таблице 9, можно рассчитать среднее количество вербализаций, продуцируемых испытуемыми при оценивании одного натурщика, оно составляет 3,57 вербализации. При этом минимальное среднее значение количества вербализаций при оценивании одного натурщика составляет 1,66, а максимальное – 5,5.

Таким образом, испытуемые в среднем использовали от одной до пяти характеристик для описания психологических особенностей воспринимаемых людей.

**Таблица 15**  
Объем оценочных вербализаций

	Общая выборка (n=20)	Девушки (n=14)	Юноши (n=6)
Среднее	21,45	21,5	20,33
SD	5,22	4,92	5,66
Min	10	10	11
Max	33	33	28

### Обсуждение результатов исследований

В рамках качественного сравнительного анализа оценочных категорий, которые актуализируются испытуемыми при описании натурщиков в условиях восприятия их лиц и голоса, можно сделать следующие выводы (рисунки 2 и 3).

Первое, что обращает на себя внимание, – это различие в объеме (количестве) вербализаций, которые порождаются нашими испытуемыми в двух экспериментальных условиях. Так, в рамках восприятия фотоизображений лица натурщиков испытуемые в общей сложности продуцировала 510 вербализаций, а в условии восприятия их голоса – 372 вербализации. Т.е. это может говорить о разной степени дифференцированности описаний испытуемыми психологических особенностей натурщиков в двух экспериментальных условиях. Особенно наглядно этот факт выступает после обобщения вербализаций в факторы (см. таблицы 5 и 8, а также рисунки 2 и 3). Структура оценочных категорий при описании психологических особенностей натурщиков в условиях восприятия фотоизображений их лиц носит более сложный, дифференцированный вид и включает 8 отдельных факторов: «Открытость», «Доминантность», «Эмоциональность», «Интеллект», «Дружелюбие», «Агрессивность», «Привлекательность» и «Агрессивность». В то время как в условиях восприятия голосов натурщиков структура оценочных категорий менее дифференцирована и носит более простой характер, включая 6 факторов: «Открытость», «Доминантность», «Эмоциональность», «Интеллект», «Саморегуляция поведения и отношений с окружающими» и «Внешность».

Второе, что следует отметить, это различия в «весе» оценочных категорий в структуре описания психологических особенностей натурщиков в обоих экспериментальных условиях. Так, среди шести оценочных категорий (факторов), которые описывают психологические особенности натурщиков при восприятии их голоса, три – «Открытость», «Доминантность» и «Эмоциональность» –

включают почти 75% всех вербализаций! В то время как в условии восприятия фотоизображений лиц натурщиков эти же три фактора включают 60% вербализаций. Данное различие возникает, прежде всего, за счет увеличения объема вербализаций категории «Эмоциональность» в условии восприятия голоса натурщиков (в условии восприятия фотоизображений она включала 13,69% вербализаций, а при восприятии голоса – 23,06% вербализаций).

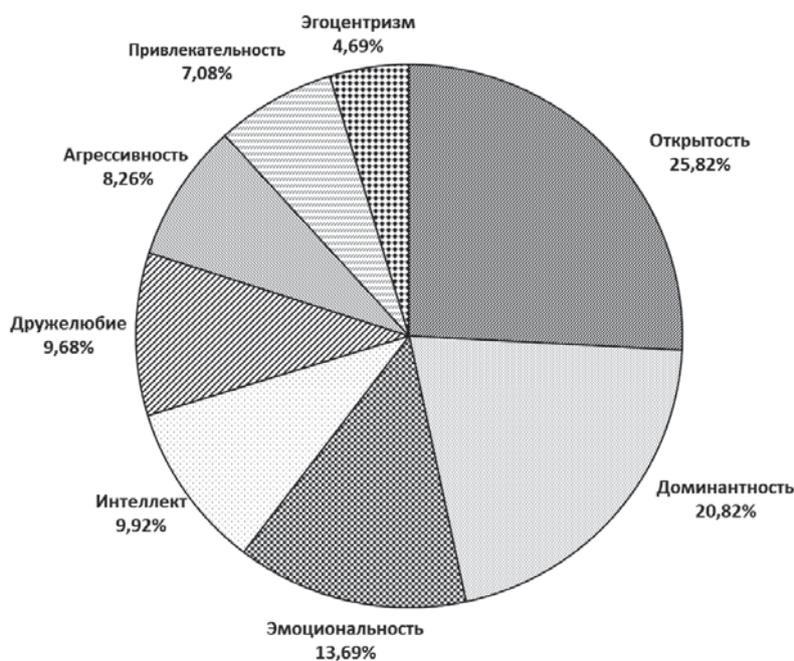
Можно предположить, что условие восприятия голоса в большей степени способствует актуализации описаний эмоциональной сферы натурщиков.

Также обращает на себя внимание то, что имеется ряд оценочных категорий (факторов), которые актуализируются в обоих экспериментальных условиях, это: «Открытость», «Доминантность», «Эмоциональность» и «Интеллект». Т. е. при восприятии и выражений лиц натурщиков, и их голоса испытуемые обращаются к одним и тем же характеристикам.

Однако также выделяются оценочные категории (факторы), которые являются специфичными для каждого из двух экспериментальных условий. Так, при восприятии фотоизображений лица



**Рис. 2.** Структура оценочных категорий (факторов) испытуемых при описании индивидуально-психологических особенностей натурщиков в условии восприятия фотоизображений их лиц



**Рис. 3.** Структура оценочных категорий (факторов) испытуемых при описании индивидуально-психологических особенностей натурщиков в условии восприятия их голосов

актуализируются четыре таких фактора, как «Дружелюбие», «Агрессивность», «Привлекательность» и «Эгоцентризм», а при восприятии голоса – «Саморегуляция поведения и отношений с окружающими» и «Внешность».

### **Общие выводы и перспективы исследования**

По итогам проведенных исследований можно сделать следующие выводы.

1. Результаты первого исследования не позволяют нам говорить о подтверждении исходной гипотезы исследования. Одновременное предъявление испытуемым информации о лице натурщика и его голосе не ведет к повышению адекватности оценок индивидуально-психологических особенностей натурщика. Повышение адекватности межличностного восприятия не обеспечивается простой суммацией источников информации о воспринимаемом человеке. Более того, можно предположить, что для ряда психологических особенностей адекватность межличностной

оценки связана именно с конкретным источником информации (выражение лица/голос).

2. Среднее значение адекватности распознавания конкретных индивидуально-психологических особенностей натурщиков в двух экспериментальных условиях – восприятия фотоизображений лиц и голосов – приблизительно одинаковое и составляет 55%.
3. Выявлены индивидуально-психологические особенности, адекватность распознавания которых была выше в одном из двух экспериментальных условий. Так, при восприятии фотоизображений лиц натурщиков лучше распознаются такие особенности, как «уступчивость», «открытость», «общительность», «решительность» и «энергичность», а по голосу – «обаятельность», «разговорчивость», «суетливость», «уверенность» и «искренность».
4. Вне зависимости от экспериментального условия восприятия натурщиков были выявлены индивидуально-психологические особенности, эффективность распознавания которых была либо выше, либо ниже средних значений. С высокой эффективностью распознаются такие особенности, как «безответственный–добросовестный» и «несамостоятельный–самостоятельный». С низкой эффективностью распознаются такие особенности, как «расслабленный–напряженный» и «раздражительный–невозмутимый».
5. Объем вербализаций, продуцированных в рамках свободного описания индивидуально-психологических особенностей натурщиков, значимо различается в зависимости от экспериментальных условий восприятия. Так, при восприятии фотоизображений лиц в общей сложности было получено 510 вербализаций, а в условии восприятия их голоса – 372 вербализации.
6. Структура оценочных категорий при описании психологических особенностей натурщиков в условиях восприятия фотоизображений их лиц носит более сложный, дифференцированный вид и включает 8 отдельных факторов: «Открытость», «Доминантность», «Эмоциональность», «Интеллект», «Дружелюбие», «Агрессивность», «Привлекательность» и «Эгоцентризм». В то время как в условиях восприятия голосов натурщиков структура оценочных категорий менее дифференцирована и носит более «простой» характер, включая 6 факторов: «Открытость», «Доминантность», «Эмоциональность», «Интеллект», «Саморегуляция поведения и отношений с окружающими» и «Внешность».
7. Имеется ряд оценочных категорий (факторов), которые актуализируются в обоих экспериментальных условиях, это: «Открытость», «Доминантность», «Эмоциональность» и «Интеллект».

По итогам проведенных исследований можно обозначить *перспективы* исследования.

Во-первых, в рамках представленной работы были проанализированы только те вербализации испытуемых, которые связаны с описанием психологических особенностей воспринимаемых натурщиков. За рамками анализа остались: описания, раскрывающие процессуальные аспекты вынесения оценочных суждений испытуемыми, описания особенностей лица и голоса натурщиков, которые могли определить оценки испытуемых, информация о степени уверенности испытуемых в своих оценках и др. Предполагается обработать указанный массив данных.

Во-вторых, следует отметить необходимость анализа связи индивидуально-психологических особенностей испытуемых с используемыми ими оценочными категориями (как в качественном, так и в количественном аспектах). С этой целью предполагается провести анализ связи психологических особенностей испытуемых, выявленных с помощью методик «Личностный дифференциал» и «ЭМИн», с объемом используемых оценочных категорий и их принадлежностью к тому или иному общему фактору.

В-третьих, поскольку мы имеем информацию о психологических особенностях («личностных профилях») испытуемого и натурщика, мы можем воспользоваться методикой расчета значений механизмов межличностного восприятия – резонанса, интроекции, проекции и атрибуции, предложенной В. А. Барабанщиковым, а также проанализировать адекватность оценки конкретных индивидуально-психологических особенностей натурщиков, полученных в результате проведенного интервью.

В-четвертых, представляется обоснованным рассчитать степень согласованности оценочных вербализаций при восприятии натурщиков: в своих работах Д. Фандера (Funder, 1999) показал, что помимо адекватности оценок, важным показателем межличностного восприятия выступает степень согласованности (консенсуса) оценок испытуемых между собой.

## Литература

- Барабанщиков В. А. Восприятие выражений лица. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Барабанщиков В. А., Носуленко В. Н. Системность. Восприятие. Общение. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.
- Барабанщиков В. А., Демидов А. А. Микродинамика оценки индивидуально-психологических особенностей человека по выражению его лица // Экспериментальная психология. 2009. № 4. С. 40–50.

- Демидов А. А. Оценка индивидуально-психологических особенностей человека по выражению его лица в различных ситуациях восприятия. Дис. ... канд. психол. наук. М., 2009.
- Демидов А. А., Ананьева К. И. Микродинамика межличностного восприятия / Современная экспериментальная психология / Под ред. В. А. Барабанщикова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. С. 393–415.
- Лабунская В. А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов-на-Дону: Феникс, 1999.
- Морозов В. П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация. М., Изд-во «Институт психологии РАН», 1998.
- Abitbol J., Abitbol P., Abitbol B. Sex hormones and the female voice // *Journal of Voice*. 1999. N 13. P. 424–446.
- Allport G. W., Vernon P. E. *Studies in expressive movement*. N. Y.: Macmillan, 1933.
- Bänziger, T., Grandjean D., Scherer K. R. Emotion recognition from expressions in face, voice, and body // *The Multimodal Emotion Recognition Test (MERT)*. *Emotion*. 2009. 9 (5). P. 691–704.
- Berry D. Vocal attractiveness and vocal babyishness: effects on stranger, self and friend impressions // *Journal of Nonverbal Behavior*. 1990. N 14. 141–153.
- Berry D. S. Accuracy in social perception: contributions of facial and vocal information // *Journal of personality and social psychology*. 1991. V. 61. N 2. 298–307.
- Bruce V., Young A. *In the eye of beholder. The science of face perception*. N. Y.: Oxford University Press, 2000.
- Caruso S., Roccasalva L., Sapienza G., Zappala M., Nuciforo G., Biondi S. Laryngeal cytological aspects in women with surgically induced menopause who were treated with transdermal estrogen replacement therapy // *Fertility and Sterility*. 2000. N 74. P. 1073–1079.
- Collins S. A., Missing C. Vocal and visual attractiveness are related in women // *Animal Behaviour*. 2003. N 65. P. 997–1007.
- Evans S., Neave N., Wakelin D. Relationships between vocal characteristics and body size and shape in human males: An evolutionary explanation for a deep male voice // *Biological Psychology*. 2006. N 72. P. 160–163.
- Feinberg D. R., DeBruine L. M., Jones B. C., Little A. C. Correlated preferences for men's facial and vocal masculinity // *Evolution and Human Behavior*. 2008. N 29. P. 233–241.
- Feinberg D. R., Jones B. C., DeBruine L. M., Law-Smith M. J., Cornwell R. E., Hiller S. G. et al. Maintenance of vocal sexual dimorphism: Adaptive selection against androgyny. 18th Human Behavior and Evolution Society (HBES) Conference. Philadelphia, PA, USA; 2006.
- Feinberg D. R., Jones B. C., DeBruine L. M., Moore F. R., Law-Smith M. J., Cornwell R. E., Tiddeman B. P., Boothroyd L. G., Perrett D. I The voice and face

- of woman: One ornament that signals quality? // *Evolution and Human Behavior*. 2005. N 26. P. 398–408.
- Fitch W. T.* Morphology and development of human vocal tract: a study using magnetic resonance imaging // *Journal of the Acoustical Society of America*. 1999. N 106. P. 1511–1522.
- Freeman J. B., Ambady N.* When two become one: Temporally dynamic integration of the face and voice // *Journal of experimental social psychology*. 2011. N 47. P. 259–263.
- Hughes S. M., Dispenza F., Gallup G. G.* Rating of voice attractiveness predict sexual behavior and body configuration // *Evolution and Human Behavior*. 2004. N. 25. P. 295–304.
- Hughes S. M., Harrison M. A., Gallup G. G. Jr.* The sound of symmetry. Voice as a marker of development instability // *Evolution and Human Behavior*. 2002. N 23. P. 173–180.
- Kamachi M., Hill H., Lander K., Vatikiotis-Bateson E.* Putting the face to the voice: matching identity across modality // *Current Biology*. September 30. 2003. Vol. 13. P. 1709–1714.
- Knight B., Johnston A.* The role of movement in face recognition. *Visual Cognition*. 1997. N. 4. P. 265–273.
- Krauss R. M., Freyberg R., Morsella E.* Inferring speakers' physical attributes from their voices // *Journal of experimental social psychology*. 2002. N 38. P. 618–625.
- Lander K., Christie F., Bruce V.* The role of movement in the recognition of famous faces. *Memory and Cognition*, 1999. N 27. P. 974–985.
- McGurk H., MacDonald J.* Hearing Lips and Seeing Voices. V. 264 (5588). P. 746–748
- Munhall K. G., Vatikiotis-Bateson, E.* The moving face during speech communication / Eds. R. Campbell, B. Dodd, D. Burnham. *Hearing by eye: Pt. 2. The psychology of speechreading and audiovisual speech.* London: Taylor and Francis, Psychology Press, 1998. P. 123–139.
- Scherer K. R.* What are emotions? And how can they be measured? // *Social Science Information*. 2005. V. 44 (4). P. 693–727.
- Penton-Voak I. S., Chen J. Y.* High salivary testosterone is linked to masculine male facial appearance in humans // *Evolution and Human Behavior*. 2004. V. 25. P. 229–241.
- Pittam J., Scherer K. R.* Vocal expression and communication of emotion / Eds. M. Lewis, J. Haviland. *The handbook of emotions*. 1993. P. 185–198.
- Puts D. A., Gaulin S. J. C., Verdonili K.* Dominance and the evolution of sexual dimorphism in human voice pitch // *Evolution and Human Behavior*. 2006. N. 27. P. 283–296.
- Scherer K. R., Scherer U., Hall J. A., Rosenthal R.* Differential attribution of personality based on multi-channel presentation of verbal and nonverbal cues // *Psychological Research*. 1977. V. 39. P. 221–247.

- Scherer K. R.* Vocal measurement of emotion / Eds. R. Plutchik, H. Kellerman. Emotion: Theory, research, and experience. The measurement of emotion. 1989. 4. P. 233–260.
- Thornhill R., Gangestad S. W.* Facial attractiveness // Trends in Cognitive Science. 1999. V. 3 (12). P. 452–460. *Thornhill R., Grammer K.* The body and face of woman: One ornament that signals quality? // Evolution and Human Behavior. 1999. V. 20 (2). P. 105–120.
- Zuckerman M., Driver R.* What sounds beautiful is good: the vocal attractiveness stereotype // Journal of Nonverbal Behavior. 1989. N. 13. P. 67–82.