

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ  
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

---

МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ПСИХОАНАЛИЗА

# ЛИЦО ЧЕЛОВЕКА В ПРОСТРАНСТВЕ ОБЩЕНИЯ

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

Москва  
Когито-Центр  
2016

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),  
А. А. Демидов (отв. редактор), Д. А. Дивеев, В. А. Лабунская, В. М. Лейбин,  
Б. Г. Мещеряков, Е. В. Соловьева, Л. И. Сурат, Е. Г. Хозе, Ю. Е. Шелепин*

**Л 65** **Лицо человека в пространстве общения** / Отв. ред. К. И. Ананьева,  
В. А. Барабанщиков, А. А. Демидов. – М.: Московский институт пси-  
хоанализа–Когито-Центр, 2016. – 430 с.

ISBN 978-5-89353-485-6

УДК 159.9

ББК 88

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. В книге представлены работы психологов, философов, педагогов, психофизиологов и других специалистов, что делает данный труд междисциплинарным изданием. Главные темы, которые затрагиваются в данном издании: природа лица, его организация и связь с эмоциональными состояниями и характеристиками личности, психологические и психофизиологические механизмы восприятия лица, особенности формирования первого впечатления о человеке 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 (РГНФ), проект № 16-06-14174*

© Межрегиональная ассоциация экспериментальной психологии, 2016

© Московский институт психоанализа, 2016

ISBN 978-5-89353-485-6

## Глава 12

### **РОЛЬ КОНТЕКСТА ВОСПРИЯТИЯ В ОЦЕНКЕ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА\***

*К. И. Ананьева, О. В. Айметдинова*

Лицо человека – особый объект, который позволяет персонифицировать человека и определять его личную и социальную позицию. Лицо является поведенческим и коммуникативным центром человека, относительно которого структурируется личное пространство, определяется главное и второстепенное, строится общение и действие. Лицо человека является одним из главных инструментов саморепрезентации и установления социальных контактов. С помощью выражений лица человек создает (осознанно или бессознательно) впечатление о себе у других людей, вызывая их на определенные ответные реакции. Выражение лица демонстрирует, например, открытость или закрытость для общения, дружелюбность или враждебность намерений и т. д. (Труфанова, 2015).

Как орган общения лицо побуждает и направляет активность коммуникантов, является адресатом их воздействия и предметом пристального внимания, поэтому процесс непосредственного общения предполагает не только развернутость людей по отношению друг к другу, но и центрированность на их лицах – «глаза в глаза».

Статика и динамика лица оказываются уникальным источником не высказываемой информации о поле, возрасте, этнической и расовой принадлежности, социальном положении, намерениях, отношении, опыте и чувствах людей, причем даже тогда, когда с ними

---

\* Исследование выполнено при поддержке Российского гуманитарного научного фонда, проект № 16-06-01100а, «Закономерности формирования и передачи перцептивного образа в процессе общения: кросс-культурный аспект».

сталкиваются впервые. На лице, как в зеркале, находят отражение эмоции и их подчинение волевому контролю, затаенные желания и намерение их скрыть, интеллект и одухотворенность либо их отсутствие (Ананьева, Барабанщиков, Демидов, 2015).

Процесс выведения внутренних характеристик человека, исходя из особенностей его внешности, социальные психологи называют «физиогномической редукцией» (Агеев, 1985). Считается, что в большинстве этнических культур, выработаны свои способы восприятия внешности другого человека с параллельной трактовкой его личностных особенностей и последующей интерпретацией его как личности. Немало эмпирических данных свидетельствует об устойчивой связи некоторых черт внешнего облика с восприятием личностных особенностей натурщиков.

Например, в многочисленных исследованиях было обнаружено, что физически привлекательные люди с красивыми лицами воспринимаются более положительно, нежели индивиды с непривлекательными выражениями лиц. В других работах было продемонстрировано, что люди с «детским» выражением лица (большие глаза, небольшой нос и подбородок, высокий лоб) оцениваются менее доминантными и влиятельными, однако в большей степени наивными, честными и мягкохарактерными по сравнению с теми, у кого более «зрелые», возмужавшие лица (Майерс, 2002). Мужчина же с квадратной челюстью скорее будет охарактеризован как замкнутый и агрессивный человек (Дивеев, 2009).

Стоит отметить, что довольно непростая, на первый взгляд, задача определения индивидуально-психологических особенностей человека по его внешности в обыденных ситуациях выполняется людьми довольно быстро, четко и в целом без особенных затруднений.

Так, в результате серий исследований, проведенных в рамках подхода, развиваемого В. А. Барабанщиковым и его сотрудниками, были получены данные, демонстрирующие возможность адекватного определения как интеллекта, так и других психологических качеств воспринимаемого индивида. В одном из исследований было выявлено, что испытуемые в состоянии адекватно определить 28% глубинных личностных свойств по фотоизображению лица (Барабанщиков, Майнина, 2010).

Важным фактором, изменяющим впечатление о человеке при восприятии его внешности, по нашему мнению, может быть контекст восприятия. В самом общем смысле контекст – это среда, ситуация в которой существует объект (от *лат.* – *contextus* – тесная связь, соединение). Изначально это термин употреблялся в лингвистических исследованиях, первым описал феномен контекста в своей «теории окрестности», или «языкового окружения», германский лингвист

К. Бюллер. Основоположник лондонской лингвистической школы Дж. Р. Фёрс, основываясь на семантической концепции антрополога и этнографа Б. Малиновского, разработал понятие «контекст ситуации», создав контекстуальную теорию значения («контекстуализм»), в которой изучается зависимость значения от культуры, традиций, конкретных обстоятельств коммуникации и т. д. В социальной психологии контекст рассматривается как фактор, влияющий на поведение человека в конкретной ситуации (Крюкова, Гущина, 2012).

В 1999 г. в Университете Ватерлоо (Канада, г. Онтарио) было проведено исследование с применением вербального ситуационного контекста. 186 студентам предложили оценить 4 фотографии, на которых были изображены мужчины и женщины в следующих ситуациях: приготовление пищи, посещение торгового центра, чтение и поездка на машине. Половина испытуемых получила установку, что это зарисовки с отдыха, другая половина – что это рабочие моменты, сами фото не давали четкого представления о контексте ситуаций. Исходя из убеждения, что отдыхающий человек по сравнению с работающим ведет себя более свободно и расслабленно, проявляя больше истинных черт своей личности, ученые П. Лекей и Р. Маннел предположили, что наблюдатели будут более уверены в своих оценках личности именно отдыхающих людей, причем более уверенными в своем восприятии и оценках отдыхающих будут люди менее приверженные работе и предпочитающие отдых.

Гипотеза подтвердилась, все испытуемые были более уверены в своих оценках личностных характеристик «отдыхающих» натурщиков, при этом приверженные работе были уверены в большей степени, чем те, кто предпочитает отдых. Однако испытуемые, более приверженные работе, воспринимали «отдыхающих» намного негативней, в частности, как немотивированных, что важно для западного общества (Leskey, Mannel, 1999).

Таким образом, можно сказать, что данное исследование с применением ситуационного контекста продемонстрировало, что повышенная убежденность в адекватности своих оценок базируется на стереотипных представлениях.

Другая группа европейских и американских социальных психологов – Л. Фелдман-Баррет, Б. Мескита и М. Гендрон – акцентирует внимание научного сообщества и общественности на социальной значимости необходимости изучения восприятия экспрессивно окрашенных лиц именно в контексте. Это вопрос общественной безопасности, на которую в США, к примеру, ежегодно тратятся миллионы долларов, идущие не только на обеспечение правопорядка, но и на обучение граждан распознаванию эмоционального состо-

яния по выражению лиц. Возникает вопрос, на каком экспериментальном материале базируется это обучение.

Ученые, указывая на ошибки в проведении исследований, настаивают на необходимости учета трех видов контекста:

Во-первых, то, что мы бы назвали внешним контекстом, когда необходимо учитывать состояние и позу тела, социальное положение, голос и ситуацию, в которой представлен воспринимаемый объект, т.е. для максимальной точности восприятие должно быть мультисенсорным.

Во-вторых, внутренний контекст наблюдателя, которые хуже вербализуют эмоции на лицах натурщиков, но довольно точно определяют то же самое по вербальной инструкции экспериментатора, демонстрируя тем самым отклонения в собственном психоэмоциональном состоянии (алекситимия).

В-третьих, культурный контекст, который одновременно является и внутренним, и внешним как для натурщиков, так и для наблюдателей.

По совершенно логичному мнению Л. Фелдман-Баррета, Б. Мескита и М. Гендрон, учет в исследованиях контекста значительно повысит полноту, точность и достоверность проводимых исследований, а значит, сделает их наиболее пригодными для применения в реальной жизни (Feldman Barrett, Mesquita, Gendron, 2011).

Таким образом, не оставляет сомнений актуальность вопроса о роли и влиянии различных контекстов на восприятие человеком человека в целом и на восприятие отдельных элементов лица.

Подводя итог теоретической части нашего исследования, отметим еще раз, что лицо человека не просто выполняет биологическую функцию, но и является поведенческим и коммуникативным центром человека, относительно которого структурируется пространство личности. Статика и динамика лица оказываются уникальным источником невысказываемой информации о поле, возрасте, этнической и расовой принадлежности, социальном положении, намерениях, отношении, опыте и чувствах людей, причем даже тогда, когда с ними сталкиваются впервые. Достаточное количество эмпирических данных свидетельствуют об устойчивой связи некоторых черт внешнего облика с восприятием личностных особенностей натурщиков, которые в условиях викарного (заместительного) общения оцениваются также адекватно, как и при личном общении.

Пол человека и расовая принадлежность в значительной степени подвержены социальной стереотипизации. Восприятие и оценка людей своего и противоположного пола несет в себе отпечаток и самооценки, которая обусловлена, в частности, и гендерной самоидентификацией. Людям хочется быть «правильными», социаль-

но одобряемыми представителями своего пола, зачастую это залог успеха. Распознавание принадлежности к своим или чужим по расовому признаку стереотипизируется, как мы увидели, иным образом. Людей своей расовой принадлежности воспринимают менее точно и достоверно, в большей степени проецируя на них свои собственные личностные черты. Представители другой расы и вовсе оказываются непонятными и, как следствие, «все на одно лицо». Восприятие в данном случае будет зависеть от образа «чужого», сложившегося в общественном сознании на данный момент, подкреплено собственным опытом и установками на толерантность.

Весь внутренний план личности с его предыдущим опытом, установками и социальными стереотипами становится своего рода внутренним контекстом, который влияет на оценку личностных особенностей воспринимаемого человека.

Существует также внешний ситуационный контекст, который, как мы убедились, может существенно отразиться на восприятии индивидуально-психологических характеристик в момент оценки конкретного человека и на мнении о его ценностных ориентациях, глубинных качествах личности в целом.

И внутренний, и внешний контекст составляют единый культурный контекст межличностной перцепции, изучение которого поможет глубже понять процессы, происходящие в обществе.

### **Участники исследования**

В исследовании приняли участие 42 человека в возрасте от 23 до 68 лет, из них 81% – женщины (средний возраст – 34 года), и 19% – мужчины (средний возраст – 43 года). Все испытуемые имеют высшее образование.

### **Стимульный материал**

В качестве тест-объектов были использованы цветные фотоизображения двух мужских и двух женских лиц, европеоидного и монголоидного расового типа.

В качестве ситуационных контекстов выступили четыре ситуации Теста рисуночных фрустраций Розенцвейга, две из которых входят в группу ситуаций «препятствий» (№ 9 и 11), а две – в группу ситуаций «обвинений» (№ 2 и 21) (Тест Розенцвейга, 2002).

При выборе ситуаций учитывалось два условия: (1) в качестве «фрустраторов» должны выступать два мужчины и две женщины, соответствующие количеству моделей, изображение которых предъявляется испытуемому; (2) сюжет должен быть максимально знаком

участникам исследования, вероятность воплощения предлагаемой или очень схожей ситуации в реальности для каждого испытуемого должна быть очень высока.

### Процедура исследования

Исследование включало в себя два этапа с тест-ретестовым интервалом в 2 недели.

На первом этапе испытуемым было предложено оценить свои индивидуально-психологические качества, а также 4 натурщииков с помощью методики «Личностный дифференциал».

На втором этапе испытуемых просили оценить индивидуально-психологические качества тех же четырех моделей, но на фоне ситуаций из Теста фрустрационных реакций Розенцвейга (рисунок 1).

Порядок предъявления моделей носил псевдослучайный характер. Время экспозиции лиц было не ограничено.

### Обработка и анализ данных

В результате эмпирического исследования были получены данные, представляющие собой оценки индивидуально-психологических



Рис. 1. Стимульный материал исследования (второй этап)

особенностей наблюдателей и натурщиков. Обработке подвергались сырые балльные значения, распределенные по шкале биполярных характеристик, где крайние значения («3») характеризуют предельную выраженность определенной личностной черты; к центральному значению («0») испытуемым по инструкции следовало обращаться только тогда, когда обе альтернативные черты, представленные полюсами шкалы, присутствовали у них примерно в равной степени или, когда испытуемые затруднялись сделать соответствующий выбор.

Статистическая обработка данных была осуществлена с помощью статистических пакетов SPSS 21.0 и Statistica 9.0.

Полученные данные были значимо отличны от нормального распределения (Kolmogorov–Smirnov  $Z \leq 7$ ,  $p < 0,001$ ), в результате чего были использованы непараметрические критерии: Т-критерий Вилкоксона и U-критерий Манна–Уитни.

### **Результаты исследования**

Статистическая обработка данных позволила выявить достоверные различия между оценками индивидуально-психологических характеристик натурщиков до и после предъявления ситуационного контекста наблюдателям.

Значимые изменения были обнаружены по 14 характеристикам, т. е. коснулись 67% составляющих структуры личности. Произошли понижения оценок и их повышения, что наглядно отражено на диаграмме.

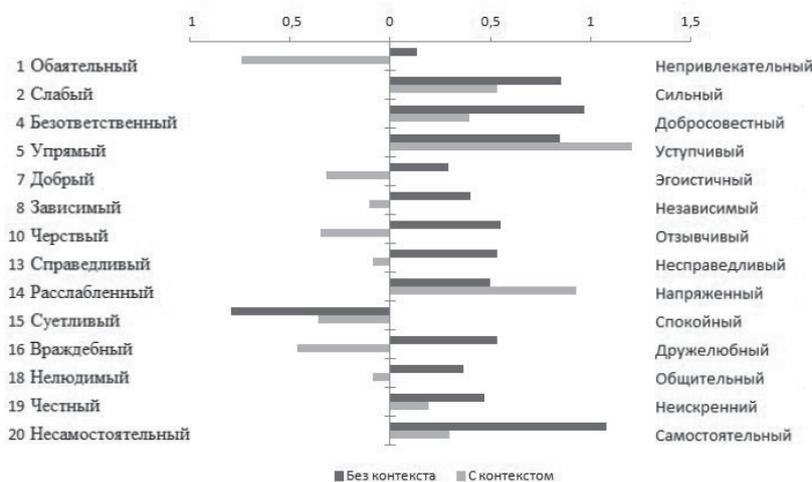
Мы видим на рисунке 2, что наиболее значимые изменения оценок коснулись таких парных характеристик, как обаятельный–непривлекательный ( $Z = -6,297$ ,  $p \leq 0,01$ ) и добрый–эгоистичный ( $Z = -3,982$ ,  $p \leq 0,01$ ).

В данном случае можно говорить, что оценки поменяли полярность и качество изменилось на противоположное.

Те же изменения произошли с другими парами характеристик: враждебный–дружелюбный ( $Z = -7,151$ ,  $p \leq 0,01$ ), черствый–отзывчивый ( $Z = -6,115$ ,  $p \leq 0,01$ ), зависимый–независимый ( $Z = -3,183$ ,  $p \leq 0,05$ ), нелюдимый–общительный, ( $Z = -3,533$   $p \leq 0,05$ ) и несправедливый–справедливый ( $Z = -3,871$ ,  $p \leq 0,05$ ).

Можно сказать, что фрустрирующая ситуация контекста кардинально изменила восприятие натурщиков и позволила характеризовать их как непривлекательных, эгоистичных, враждебных, черствых, зависимых, нелюдимых и несправедливых людей.

Особенно стоит отметить, что фрустрирующая ситуация контекста очень сильно отразилась на оценке по шкале обаятельный–



**Рис. 2.** Изменение оценок индивидуально-психологических черт натурщиков после предъявления ситуационного контекста

непривлекательный, показав тем самым, что негативная ситуация в межличностном общении может кардинально изменить оценку внешних данных собеседника.

Снижение оценок в пределах одного полюса наблюдается в следующих характеристиках: несамостоятельный–самостоятельный ( $Z=-4,643$ ,  $p\leq 0,01$ ), безответственный–добросовестный ( $Z=-3,806$ ,  $p\leq 0,01$ ), честный–неискренний ( $Z=-2,080$ ,  $p\leq 0,05$ ) и слабый–сильный ( $Z=-2,369$ ,  $p\leq 0,05$ ).

Повышение оценок, наблюдаемое по трем шкалам, свидетельствует о приписывании натурщикам более выраженных отрицательных и менее выраженных положительных качеств: упрямый–уступчивый ( $Z=-2,328$ ,  $p\leq 0,05$ ), суетливый–спокойный ( $Z=-2,799$ ,  $p\leq 0,01$ ) и расслабленный – напряженный ( $Z=-2,604$ ,  $p\leq 0,01$ ).

Две вышеуказанные группы оценок позволяют нам сделать вывод о негативном влиянии фрустрирующего контекста на восприятие лиц натурщиков, которые стали для наблюдателей менее сильными, менее добросовестными, менее честными и самостоятельными, менее спокойными, но более упрямыми и напряженными.

Интересным также представляется изменение оценки натурщиков в целом с независимых на зависимые и понижение в оценках уровня их самостоятельности. Очевидно, что в предлагаемых ситуациях контекста сами наблюдатели потенциально могли оказаться зависимыми от чужого влияния и утратить на время самостоятельность. Такое качественное изменение данной характеристики, на наш

взгляд, может указывать или на тотальную негативизацию образов натурщиков, или даже на возникшую проекцию, что, в свою очередь, может указывать на высокий уровень вовлеченности в ситуацию и включенности в процесс оценивания лиц, т. е. косвенно подтвердить отсутствие формального подхода к участию в исследовании.

Таким образом, анализ данных показал, что изменение восприятия индивидуально-психологических характеристик натурщиков в большей степени основано на отрицательных рангах, т. е. сдвинулось в сторону уменьшения положительных оценок. Можно заключить, что ситуационный контекст влияет на восприятие и оценку личностных особенностей людей.

Дальнейшее изучение темы влияния контекста на оценку личностных особенностей человека позволит в будущем приблизиться к пониманию закономерностей развития общества и его отдельных элементов.

## Литература

- Агеев В. С. Влияние факторов культуры на восприятие и оценку человека человеком // Вопросы психологии. 1985. №3.
- Барабанщиков В. А., Майнина И. Н. Оценка «глубинных» индивидуально-психологических особенностей человека по фотоизображению его лица // Экспериментальная психология. 2010. Т 3. №4. С. 50–71.
- Дивеев Д. А. Роль формы лица в восприятии индивидуально-психологических характеристик человека: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2009.
- Крюкова Т. Л., Гущина Т. В. О социо-культурной контекстуализации в исследованиях стресса и совладания // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2012. Т. 18. С. 194–198.
- Лицо человека в науке, искусстве и практике / Отв. ред. К. И. Ананьева, В. А. Барабанщиков, А. А. Демидов. М.: Когито-Центр, 2015.
- Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2007.
- Тест Розенцвейга. Методика рисуночной фрустрации (модификация Н. В. Тарабриной) // Диагностика эмоционально-нравственного развития / Ред. и сост. И. Б. Дерманова. СПб., 2002. С. 150–172.
- Труфанова Е. О. Лицо человека в системе социальных связей // Лицо человека в науке, искусстве и практике / Отв. ред. К. И. Ананьева, В. А. Барабанщиков, А. А. Демидов. М.: Когито-Центр, 2015. С. 487–502.
- Feldman Barrett L., Batja Mesquita, Maria Gendron. Context in Emotion Perception // Current Directions in Psychological Science. 2011. 20 (5). С. 286–290.
- Leckey Patrick J., Mannel Roger C. Role of leisure behavior in person perception. URL: [http://lin.ca/sites/default/files/attachments/CCLR9\\_33.pdf](http://lin.ca/sites/default/files/attachments/CCLR9_33.pdf) (дата обращения: 11.04.2016).