

Особенности восприятия человека по правой и левой стороне его лица

Е.А. Никитина

ФГБУН Институт психологии РАН

nalenka@yandex.ru

Проблема восприятия Другого является центральной не только для психологии общения, но и для более широкого спектра психологических дисциплин, изучающих атрибуцию личностных характеристик, связанные с полом и возрастом особенности зрительной перцепции, эмоциональную экспрессию и ее оценку и т.д. «Трактовка внешности... как знаковой системы, как репрезентанта индивидуального и социального начала в человеке представлена в исследованиях, выполненных в различных областях гуманитарного знания», – пишет В.А. Лабунская (2010). При этом одним из важнейших источников информации о человеке оказывается его лицо. Пол, возраст, раса, уровень здоровья, эмоциональное состояние и направление внимания считываются по лицу с высокой степенью надежности даже детьми раннего возраста.

Атрибуция личностных характеристик по лицам изучена меньше. Л. Зебровиц (Zebrowitz et al., 2002) отмечает, что восприятие важных для адаптации качеств должно соответствовать реальности при условии достаточного количества информации о стимуле. Точная оценка интеллекта партнера по взаимодействию является важной как для репродуктивного успеха (например, для исключения выбора партнера с ментальным заболеванием), так и для достижения индивидуальных целей (например, для получения информации и советов от наиболее одаренных окружающих). Однако имеющиеся данные достаточно противоречивы, в ряде работ продемонстрировано, что привлекательные люди не отличаются по интеллекту от непривлекательных (например, Jackson et al., 1995). В работах Л. Зебровиц (Zebrowitz et al., 2002) выявлено, что уровень интеллекта, измеренный с помощью тестов коррелирует с оценками интеллекта по фотографиям только для взрослых испытуемых.

При этом неоднократно показано, что внешняя привлекательность человека способствует большей вероятности приписывания ему положительных качеств. Обзор работ на эту тему приводится в книге В. Суэми и А. Фернхэма (2009). Авторы показывают, что красивые люди считаются более честными, успешными, счастливыми. Исследования Н.Л. Александровой выявили, что привлекательность включена в систему представлений школьников 14-17 лет об интеллектуальном подростке (Александров, Александрова, 2009).

Однако изучая проблему атрибуции личностных характеристик, нельзя не учитывать вопрос о ее надежности при использовании различного стимульного материала, например, с проблемой устойчивости оценок по различным фотографиям одного и того же человека. Так

А. Тодоровым и Дж. Портер (Todorov & Porter, 2014) показано, что, хотя результаты оценивания таких характеристик как привлекательность, компетентность, хитрость, интеллект, надежность, выставленные испытуемыми по 5 фотографиям каждого лица, коррелируют между собой, вариативность оценок крайне высока. Различны и описания, данные испытуемыми отдельно по правой и левой половинам лица в исследовании Е.А. Лупенко (2015).

В связи с этим возникает вопрос: действительно ли различия в атрибуции личностных характеристик определяются неодинаковой информацией, содержащейся, например, в правой и левой половинах лица, или в большей степени можно говорить об особенностях восприятия объекта, попадающего в правое или левое зрительное поле наблюдателя.

Целью настоящей работы является выявление различий между атрибуцией индивидуальных и личностных характеристик по оригинальным изображениям лиц, повернутых вправо или влево, и, таким образом, попадающим в противоположные зрительные поля при восприятии, и по зеркальным отображениям этих фотографий, что позволит нам оценить вклад асимметрии лиц.

Процедура и методы исследования

Стимульный материал. Фотографии молодых (2 девушки, 2 юноши) и пожилых (1 женщина, 1 мужчина) людей в ракурсе поворота лица на $\frac{3}{4}$ вправо и влево, а также выполненные с помощью программы Adobe Photoshop CC2015 зеркальные отражения этих фотографий (рис. 1). Таким образом мы получили 24 цветных изображения.

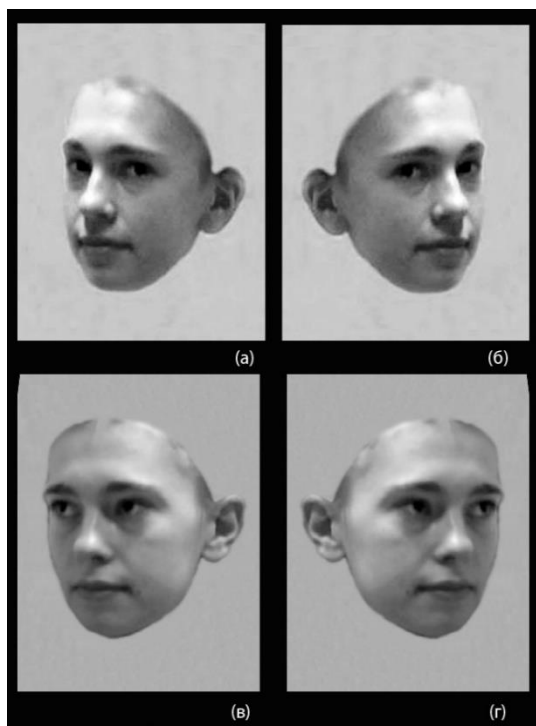


Рис.1. Образцы фотографий, использованных в исследовании: (а) зеркально отображенное изображение, поворот лица влево, (б) оригинальное изображение, поворот

лица вправо, (в) оригинальное изображение, поворот лица влево, (г) зеркально отображенное изображение, поворот лица вправо.

Участники исследования: 27 человек в возрасте от 18 до 45 лет (медиана 18 лет).

Процедура: фотографии предъявлялись в случайном порядке на экране компьютера, участникам исследования следовало по каждой фотографии оценить пол, возраст, а также по 5-балльной шкале привлекательность, смелость, честность, доброту и интеллект изображенного человека. Перед началом исследования экспериментатор произносил следующее предупреждение: «Вам будут предложены фотографии нескольких людей, выполненные в разных ракурсах. Вам может показаться, что некоторые фотографии повторяются, не надо пытаться вспомнить, как Вы оценивали этих людей в предыдущий раз. Постарайтесь каждый раз давать оценку, по конкретному изображению».

Результаты всех участников исследования по всем стимулам были внесены в таблицы и далее проанализированы с помощью программы IBM SPSS Statistics v.24.

Результаты исследования и их обсуждение

Прежде всего, следует отметить, что для всех характеристик оценки, выставленные участниками исследования по стимульным фотографиям разных групп, положительно связаны между собой (см., например, табл.1).

Таблица 1. Корреляции между оценками ДОБРОТЫ по фотографиям, выполненным в разном ракурсе.

Оценки ДОБРОТЫ		ЛевЩека Влево	ЛевЩека Вправо	ПравЩека Влево	ПравЩека Вправо
ЛевЩека Влево	Ро Спирмена	1,000	,477**	,525**	,435**
	p		0,000	0,000	0,000
ЛевЩека Вправо	Ро Спирмена	,477**	1,000	,444**	,569**
	p	0,000		0,000	0,000
ПравЩека Влево	Ро Спирмена	,525**	,444**	1,000	,431**
	p	0,000	0,000		0,000
ПравЩека Вправо	Ро Спирмена	,435**	,569**	,431**	1,000
	p	0,000	0,000	0,000	

** . Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

Аналогичная картина наблюдается для всех исследуемых характеристик как по всем фотографиям в целом, так и отдельно по изображениям женских и мужских лиц.

Результаты определения пола по фотографиям женщин и мужчин представлены на рис.

2. Значимых различий в вероятности правильного опознавания пола по мужским фотографиям, представленным в разных ракурсах не выявлено. Вероятнее всего это связано с

весьма небольшим разбросом данных. Ни по одному изображению правильность опознавания не была ниже 95%. Разнообразие ответов по женским лицам выше, здесь выявлены значимые различия между оценкой пола практически по всем ракурсам. Единственное исключение – при повороте лица влево не имеет значение, правая или левая щека натурщика обращена к наблюдателю. В этом случае роль асимметрии лица мала. При этом лица, повернутые влево, чаще оцениваются как женские даже в ситуациях, когда уровень выраженности пола в них невелик.

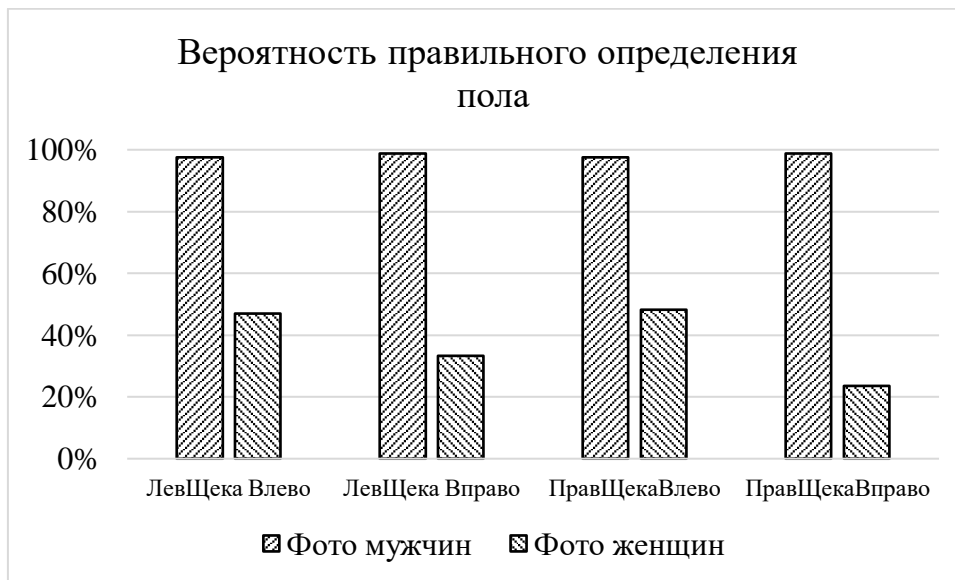


Рис.2. Вероятность правильного определения пола по фотографиям, представленным в разных ракурсах.

Возраст практически одинаково оценивается по фотографиям всех видов, однако лица, повернутые влево оцениваются как несколько более старшие, чем их зеркальные отображения ($p < 0,05$).

Анализ оценок личностных характеристик показал, что независимо от того, какая половина реального лица показана на фотографии, изображениям, повернутым вправо, испытуемые систематически приписывают более высокие значения привлекательности, честности, доброты и интеллекта (рис. 3).



Рис.3. Оценки личностных характеристик по фотографиям, представленным в разных ракурсах.

Значимых различий в оценке смелости не обнаружено ни в целом по всей стимульной базе, ни отдельно по фотографиям лиц людей разного пола.

Однако при оценивании остальных характеристик выявлены различия в восприятии женских и мужских лиц (см. табл. 2).

Таблица 2. Результаты выявления различий в оценивании личностных характеристик по критерию Вилкоксона. Значимые различия выделены тоном.

По фотографиям женских лиц		Левая Щека Влево/ Левая Щека Вправо	Левая Щека Влево/ Правая Щека Влево	Левая Щека Влево/ Правая Щека Вправо	Левая Щека Вправо/ Правая Щека Влево	Левая Щека Вправо/ Правая Щека Вправо	Правая Щека Влево/ Правая Щека Вправо
Привлекательность	Z	-2,834	-1,343	-2,311	-1,651	-1,235	-0,865
	p	0,005	0,179	0,021	0,099	0,217	0,387
Смелость	Z	0,000	-0,773	-0,039	-0,888	-0,008	-0,787
	p	1,000	0,439	0,969	0,375	0,994	0,432
Честность	Z	-1,463	-0,690	-0,671	-2,113	-1,130	-1,198
	p	0,143	0,490	0,502	0,035	0,259	0,231
Доброта	Z	-3,562	-0,429	-1,785	-3,101	-3,006	-1,453
	p	0,000	0,668	0,074	0,002	0,003	0,146
Интеллект	Z	-1,922	-0,990	-1,218	-2,730	-0,926	-1,887
	p	0,055	0,322	0,223	0,006	0,355	0,059

По фотографиям мужских лиц		Левая Щека Влево/ Левая Щека Вправо	Левая Щека Влево/ Правая Щека Влево	Левая Щека Влево/ Правая Щека Вправо	Левая Щека Вправо/ Правая Щека Влево	Левая Щека Вправо/ Правая Щека Вправо	Правая Щека Влево/ Правая Щека Вправо
		Z	r	Z	r	Z	r
Привлекательность	Z	-0,665	0,000	-0,757	-0,734	-0,279	-0,969
	r	0,506	1,000	0,449	0,463	0,780	0,333
Смелость	Z	-1,384	-0,128	-0,361	-1,156	-1,556	-0,674
	r	0,166	0,898	0,718	0,248	0,120	0,500
Честность	Z	-1,169	-1,531	-3,557	-2,659	-2,224	-4,282
	r	0,242	0,126	0,000	0,008	0,026	0,000
Доброта	Z	-2,514	-0,850	-3,480	-1,828	-1,386	-3,100
	r	0,012	0,396	0,001	0,068	0,166	0,002
Интеллект	Z	-0,593	-0,614	-0,174	-0,943	-0,358	-0,645
	r	0,553	0,539	0,862	0,346	0,720	0,519

Прежде всего результаты демонстрируют существенную чувствительность оценок Доброты к ракурсу изображения (рис. 4 а). Соотношение оценок и для женских, и для мужских лиц выглядит сходным образом, при этом выраженность качества для мужских лиц оказалось несколько выше.

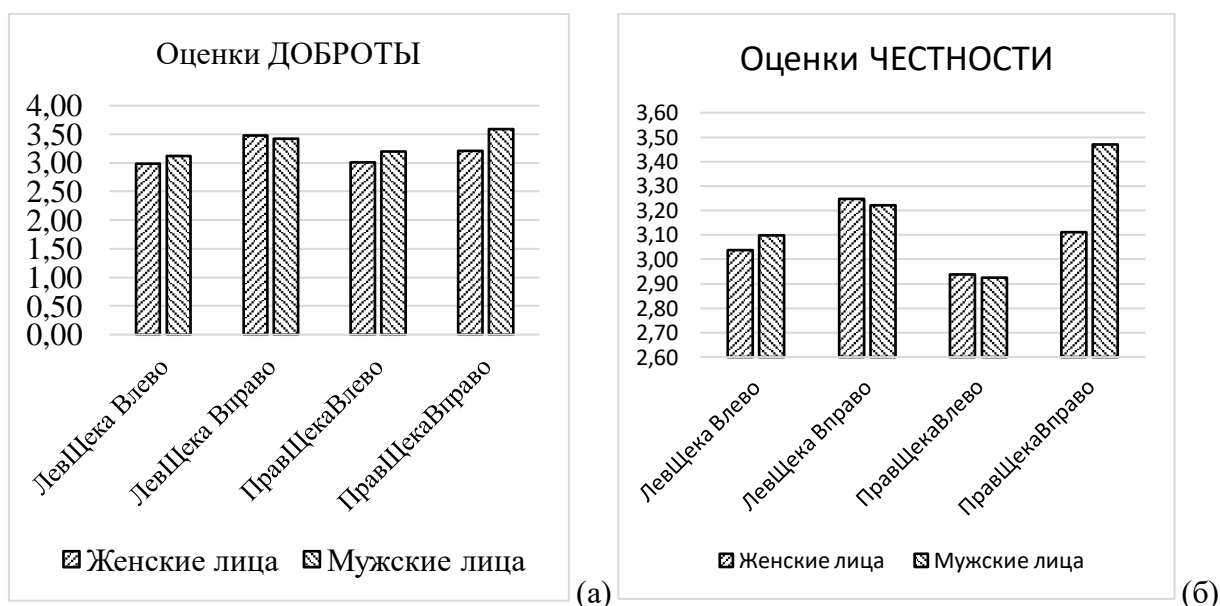


Рис.4. Оценки Доброты (а) и Честности (б) сделанные по фотографиям женских и мужских лиц в разных ракурсах.

Честность лиц, повернутых вправо, оценивается несколько выше, при этом для мужчин большее значение имеет направление поворота лица при предъявлении правой щеки, а для женщин – левой (см. рис. 4 б).

Зависимость оценок привлекательности и интеллекта от ракурса фотографии обнаружена только для женских лиц.

Заключение

Проведенное исследование продемонстрировало, что с одной стороны, оценки индивидуальных и личностных характеристик, даваемые участниками исследования по разным фотографиям одного и того же лица коррелируют между собой. В то же время для большинства характеристик выявлена роль поворота лица: по изображениям, повернутым вправо, испытуемые дают более высокие оценки привлекательности, честности, доброты, и интеллекта. При оценке доброты выявлена также роль демонстрируемой половины лица: при повороте женских лиц вправо по наблюдаемой левой половине лица натурщикам приписывается более высокий уровень доброты.

В то же время необходимо отметить, что в данной работе использовано небольшое количество лиц, по которым были выполнены фотографии. Поэтому для уточнения полученных данных необходимо расширение стимульной базы.

Работа выполнена по государственному заданию ФАНО РФ № 0159-2016-0006.

Список литературы

Александров Ю.И., Александрова Н.Л. Субъективный опыт, культура и социальные представления. М.: Изд-во «Институт психологии РАН». 2009.

Лабунская В.А. «Видимый человек» как социально-психологический феномен // Социальная психология и общество. 2010. № 1. С. 26–39.

Лупенко Е.А. Специфика межличностного восприятия в условиях предъявления целого и «разделенного лица» на примере портретных изображений // Экспериментальная психология. 2015. Том 8. № 4. С. 120–133. doi:10.17759/exppsy.2015080409.

Суэми В., Фернхэм А. Психология красоты и привлекательности. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.

Jackson L.A., Hunter J.E., Hodge C.N. Physical attractiveness and intellectual competence. A meta-analytic review // Social Psychology Quarterly. 1995. V. 58. P. 108–122.

Todorov A., Porter J.M. Misleading first impressions: different for different facial images of the same person // Psychological science. 2014. V. 25. P. 1404-1417. Doi: 10.1177/0956797614532474.

Zebrowitz L.A., Hall J.A., Murphy N.A., Rhodes G. Looking smart and looking good: facial cues to intelligence and their origins // Personality and Social Psychology Bulletin. 2002. V. 28. P. 238-249.