



УДК 159.9.07

DOI: 10.18413/2313-8971-2022-8-1-0-11

Кононов А.Н.* ,
Шаклеин А.А. 

Особенности формирования мнения о личности человека по внешнему облику: исследование феномена лукизма методом контент-анализа

Московский государственный областной университет,
ул. Веры Волошиной, д. 24, г. Мытищи, 141014, Московская область, Россия
alnikkon@mail.ru*

*Статья поступила 22 декабря 2021; принята 10 марта 2022;
опубликована 30 марта 2022*

Аннотация. *Введение.* Феномен лукизма – одна из форм дискриминации человека, в основе которой лежит несоответствие стандартам красоты и привлекательности, является междисциплинарной и актуальной темой исследований в психологии. Изучение особенностей восприятия человека окружающими и последующая оценка его личности, в основе которой лежит внешняя привлекательность, выступает, как сложная и наименее изученная тема. *Цель* исследования – изучение особенностей восприятия человека и формирования мнения о его личности по внешнему виду при наличии/отсутствии дефектов внешности. *Материалы и методы.* В исследовании приняли участие 87 женщин и 23 мужчины в возрасте 13-57 лет. В качестве стимульного материала были отобраны 4 изображения (фотографии мужчины и женщины), с помощью графической программы Photoshop CS6 на изображения были добавлены дефекты внешности. Фотографии предъявлялись респондентам случайным образом, разделенным на две группы: одной фотографии без дефектов внешности, второй с дефектами. Для выявления особенностей восприятия и оценки личности человека был разработан авторский опросник. Анализ ответов позволил определить 2 категории: «Внешность» и «Личные качества» и 9 подкатегорий. По 7 категориям для мужчины выявлены значимые различия на уровне $p \leq 0,01$: «Привлекательный», «Мужественный образ», «Ухоженный/опрятный», «Добрый», «Умный», «Общительный», «Уверенный в себе», «Успешный» и на уровне $p \leq 0,05$ «Надежный». Для женщины на уровне $p \leq 0,01$: «Привлекательная», «Ухоженная/опрятная», «Общительная», «Финансово успешная», «Успешная в семье», на уровне $p \leq 0,05$ «Уверенная в себе». Выявлены тенденции к оценке личности человека в зависимости от наличия у него дефекта внешности. Человек без дефектов оценивается в большей степени положительно, наличие дефектов создает предпосылки для отрицательного отношения к нему. *Заключение.* Результаты исследования могут быть использованы для разработки программ психологической помощи жертвам лукизма и повышения уровня толерантности к инаковости.

Ключевые слова: лукизм; внешний облик; дефекты внешности; контент-анализ; дискриминация.

Информация для цитирования: Кононов А.Н., Шаклеин А.А. Особенности формирования мнения о личности человека по внешнему облику: исследование феномена лукизма методом контент-анализа // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2022. Т.8. №1. С. 136-149. DOI: 10.18413/2313-8971-2022-8-1-0-11.

A.N. Kononov* ,
A.A. Shaklein 

**Features of forming an opinion about a person's personality
by appearance: the study of the phenomenon of lookism
by the method of content analysis**

Moscow Region State University,
24 Vera Voloshina Str., Mytishchi, 141014, Moscow Region, Russia
alnikkon@mail.ru*

*Received on December 22, 2021; accepted on March 10, 2022;
published on March 30, 2022*

Abstract. *Introduction.* The phenomenon of lookism is one of the forms of human discrimination, which is based on non-compliance with the standards of beauty and attractiveness, is an interdisciplinary and relevant topic of research in psychology. The study of the peculiarities of a person's perception by others and the subsequent assessment of their personality, which is based on external attractiveness, acts as a complex and least studied topic. *The purpose* of the study was to study the peculiarities of human perception and the formation of an opinion about their personality by appearance in the presence/absence of appearance defects. *Methodology and methods.* The study involved 87 women and 23 men aged 13-57 years. 4 images (photos of a man and a woman) created by a neural network on the Internet without defects in appearance were selected. With the help of the Photoshop CS6 graphics program, external defects were added to the images. The photos were presented to the respondents randomly, divided into two groups: one photo without defects, the second with defects. To identify the peculiarities of perception and assessment of a person's personality, an author's questionnaire was developed. The analysis of the responses allowed us to identify 2 categories: "Appearance" and "Personal qualities" and 9 subcategories. In 7 categories, significant differences were revealed for men at the level of $p \leq 0.01$: "Attractive", "Masculine image", "Well-groomed/neat", "Kind", "Smart", "Sociable", "Confident in himself", "Successful" and at the level of $p \leq 0.05$ "Reliable". For a woman at the level of $p \leq 0.01$: "Attractive", "Well-groomed/neat", "Sociable", "Financially successful", "Successful in the family", at the level of $p \leq 0.05$ "Self-confident". The tendencies to assess a person's personality depending on the presence of a defect in his/her appearance are revealed. A person without defects is evaluated more positively, the presence of defects creates prerequisites for a negative attitude towards them. *Conclusion.* The results of the study can be used to develop programs of psychological assistance to victims of extremism and increase the level of tolerance to otherness.

Keywords: lookism; appearance; appearance defects; content analysis; discrimination.

Information for citation: A.N. Kononov, A.A. Shaklein (2022), "Features of forming an opinion about a person's personality by appearance: the study of the phenomenon of lookism by the method of content analysis", Research Result. Pedagogy and Psychology of Education, 8 (1), 136-149, DOI: 10.18413/2313-8971-2022-8-1-0-11.

Введение (Introduction). Расходы на пластическую хирургию и операционное улучшение внешности только в США оцени-

ваются более чем в 200 млрд. долларов ежегодно (Rhode, 2010). Люди, внешность которых характеризуется красотой или привлека-

тельностью, обладают большими возможностями для успешного трудоустройства на высокооплачиваемую должность, а их шансы получить кредит в банке также выше, равно как и вступление в брак с красивым и высокообразованным супругом (Hamermesh, 2013), чем у тех, кто не обладает красивой внешностью.

Это подтверждается исследованиями в области экономики и психологии, проведенными в разных странах: привлекательные люди более востребованы как в межличностном общении, так и на рынке труда (Maestripieri, Henry, Nickels, 2017). В результате такой социальной динамики те, кого считают привлекательными, получают в среднем значительно более высокие доходы и преференции, чем те, кого считают менее привлекательными (Mason, Minerva. 2020). А благодаря возможностям, которые предоставляет сегодня пластическая хирургия, в последующем могут быть порождены проблемы, связанные с элитарностью и разделением людей по степени их привлекательности (Takáč, 2020). Другими словами, если человек не обладает внешней привлекательностью или не имеет достаточных финансовых средств для улучшения своей внешности, он потенциально находится в менее выгодных условиях и может стать жертвой лукизма.

В 2020 г. В.А. Лабунская на Всероссийской научной конференции в Институте психологии Российской академии наук отметила, что для отечественной психологической науки, вопрос системного и разностороннего изучения феномена лукизма является актуальным в виду важности учета именно российских действительности (Лабунская, 2020).

Теоретическая основа (The theoretical basis). Лукизм – это новый вид скрытой дискриминации человека в основе, которой лежит оценка окружающими внешности и игнорирование иных качеств и достоинств личности (Кононов, Шаклеин, 2021). При этом публичная оценка, обсуждение или комментирование внешности человека рассматривается как неприемлемое с

точки зрения этики и морали, однако в повседневной жизни это не редкость. Именно поэтому лукизм, как одна из форм поражения личности в правах выступает наравне с расовой, половой, этнической и религиозной дискриминацией, имеет гораздо более серьезные последствия для общества, т.к. сложнее выявляется и не отражен в законодательстве как недопустимая форма поведения в отношении другого человека.

Представления о красоте и привлекательности в человеческом обществе длительное время были крайне различны. Так у некоторых народов Африки считались красивыми женщины с удаленными нижними резцами и вставленной в губу деревянной тарелкой, в Азии, в период правления династии Маньчжуров ценились маленькие женские ножки, для чего родители с раннего детства уродовали стопы своих дочерей бинтованием (Hamermesh, Biddle, 1994).

Однако сейчас, в условиях глобализации и взаимного проникновения культур, стандарты красоты в большинстве своем размываются и становятся общепринятыми, как для стран Запада, так и Востока. Именно поэтому проблема лукизма приобретает особое значение, т.к. теперь человек может стать жертвой дискриминации не только из-за своего цвета кожи или национальной принадлежности, но и по причине несоответствия принятым в настоящее время в обществе стандартам красоты.

Чаще всего с подобным пренебрежительным отношением, связанным с внешней непривлекательностью, сталкиваются люди, имеющие лишний вес, как наиболее выраженный дефект тела (Poria, Beal, Shani, 2021). Необходимость соответствовать стандартам касается в первую очередь женщин, они чаще, чем мужчины стремятся изменить внешность, т.к. недовольны своим весом или формами тела, в силу навязанного обществом идеала красоты (Лабунская 2021), чтобы быть привлекательными в глазах окружающих, они должны всегда выглядеть молодо, быть стройными, на их теле должны отсутствовать волосы, а кожа быть упругой

(Widdows, 2018). В том случае, если женщины не стараются соответствовать стандартам красоты и привлекательности или позволяют себе расслабиться и не следят за своей внешностью, они подвергаются жестокой критике, особенно в социальных сетях (Mason, 2021). Так М. Дафф – молодая жительница о. Гавайи отказавшись от использования бритвенного станка для удаления волос на теле, столкнулась с открытым проявлением неприязни. Негатив был не только со стороны пользователей социальных сетей, оставлявших ей жестокие и злые комментарии под фотографиями, но и от случайных прохожих, не скрывавших своего отвращения к ее внешности при живом общении (Mail Online, 2020).

Мужчины были длительное время избавлены от необходимости соответствовать стандартам привлекательности, но сейчас также вынуждены следовать визуальному и виртуальному идеалу красоты, как отмечает Х. Уиддоус (Widdows, 2018). Особенно это касается ситуации с избыточным весом у мужчин, который расценивается не только как физическая непривлекательность, но и как безответственность (Monocello, 2020), напрямую связанная с нежеланием заниматься собой, вести здоровый образ жизни и стремиться к идеалу мужского тела – подтянутому, с выраженной мускулатурой (Murnen, Karazsia, 2017), что порождает серьезные проблемы с самооценкой, особенно у юношей и молодых мужчин (Doignon, 2019). Для женщин избыточный вес является еще более стигматизируемой темой. Таких женщин не только относят к сексуально непривлекательным, но и морально ущербным из-за их лени и неспособности контролировать себя (Mason, 2021). Отдельная причина лукизма – уродства (тяжелые пороки развития, обезображивающие внешность, прим. авторов) или недостатки внешности лица. Неадекватные реакции окружающих, отшатывание в сторону, возгласы или пристальный взгляд заставляют людей с дефектами лица чувствовать себя неполноценными, а комментарии обидными и унижительными (Mason, 2021).

Эти ситуации заставляют людей вне зависимости от пола соответствовать стандартам красоты, в надежде получить различные преференции, занять высокооплачиваемую должность, повысить уровень своей жизни и благодаря признанию окружающих стать более успешными и счастливыми.

Красивые люди обладают большими возможностями для реализации заложенного в них потенциала в различных сферах. В частности, они могут рассчитывать на приоритетный прием на работу и получение более высокой заработной платы. Работодатели зачастую прямо указывают на то, какие физические характеристики желательны для соискателей, в большей степени это касается профессий, в которых заняты женщины (Niu, Baker, Xu, Hirudayaraj, 2021). Однако и для мужчин, в том случае, если они некрасивы или невысоки, их карьерные возможности выглядят крайне бесперспективными (Warhurst, Broek, Hall, Nickson, 2009).

Было установлено, что внешняя привлекательность мужчин-выпускников университетов, получивших степень магистра, положительно коррелирует с начальной заработной платой при приеме на работу и ее последующим ростом. Для женщин корреляции между высокой начальной заработной платой и привлекательностью не выявлено, однако у красивых женщин наблюдается ее более быстрый рост (Hamermesh, Biddle 1994). Заканчивая обучение в университете и выходя со своими знаниями и умениями на рынок труда, красивые мужчины-выпускники имеют больше шансов найти высокооплачиваемую работу, в отличие от своих менее привлекательных сокурсников. Девушки находятся в более жестких конкурентных условиях, т.к. их внешняя красота потенциально влияет на возможный рост заработной платы в дальнейшей перспективе. Однако не только привлекательные выпускники имеют большие возможности для трудоустройства, но и обучающие их преподаватели.

Студенты, принимавшие участие в оценке своих преподавателей по итогам обучения за семестр, выше оценили владение

материалом, способность донести информацию до аудитории, тех преподавателей кто, по их мнению, являлся более привлекательным. Эти преподаватели смогли научить своих студентов большому, по субъективному мнению, учащихся (Hamermesh, Parker, 2005). В подобной ситуации педагог, не обладающий внешней привлекательностью, рискует быть обвиненным в некомпетентности, при составлении рейтингов преподавателей или учителей, в которых принимают участие учащиеся.

Данные обстоятельства обуславливают необходимость глубокого и всестороннего исследования особенностей проявления феномена лукизма в условиях российской действительности, что отмечается ведущими отечественными психологами, в частности В.А. Лабунской (Лабунская, 2019).

По нашему мнению, лукизм – недопустимое в современном мире и обществе социально-психологическое явление, требующее внимания не только со стороны исследователей, но и государства, с целью защиты людей, потенциально попадающих в зону риска как жертвы лукизма. Исходя из актуальности изучения проблемы лукизма, как междисциплинарного феномена, нами было спланировано и проведено качественное исследование особенностей восприятия человека по его внешнему виду другими людьми с использованием метода контент-анализа.

Целью исследования выступило изучение особенностей восприятия человека и формирования мнения о его личности по внешнему виду при условии наличия или отсутствия у него выраженных дефектов внешности.

Гипотеза эмпирического исследования заключается в предположении о том, что в процессе восприятия человека другими людьми, внешний облик (внешность) создает предпосылки для различной оценки качеств личности: так при наличии дефектов внешности личные качества человека недооцениваются или оцениваются скорее негативно, чем при отсутствии дефектов.

Материалы и методы (Methodology and methods). В исследовании приняли уча-

стие 87 женщин и 23 мужчины (N=110) в возрасте от 13 до 57 лет (M=28,3; SD=10,1). Общая группа респондентов была разделена случайным образом на две независимые выборки, каждой из которых предъявлялся стимульный материал. Группа №1: 2 фотографии мужчины и женщины без дефектов внешности (N=54, 43 женщины, 11 мужчин; возраст M=25,7; SD=8,3). Группа №2: 2 фотографии мужчины и женщины с дефектом внешности (N=56, 45 женщин, 12 мужчин; возраст M=30,8; SD=10,9). В рамках данного исследования возрастные, половые и другие социально демографические особенности респондентов не учитывались.

С целью отбора фотографий для предъявления респондентам было проведено пилотажное исследование, позволившее определить, что изображенные люди не должны иметь отвлекающих внимание особенностей: выразительного взгляда, необычного цвета глаз; чрезмерно яркой косметики или одежды. При помощи графической программы Photoshop CS6 на изображения были добавлены дефекты кожи лица (покраснения и акне). В качестве стимульного материала были использованы 4 изображения: 2 фотографии мужчины и женщины без дефектов внешности и 2 фотографии с дефектами). В ходе исследования только один респондент открыто усомнился в оригинальности предложенных фотографий.

Для выявления особенностей отношения к человеку при наличии или отсутствии у него дефектов внешности был разработан авторский опросник, состоящий из 6 вопросов. Вопросы были направлены на изучение следующих показателей: симпатичность человека для респондента (*Симпатичен ли Вам этот человек?*), оценка популярности у противоположного пола (*Как Вы думаете, пользуется ли этот человек популярностью у противоположного пола?*), наличие романтических отношений (*Как Вы думаете, состоит ли этот человек в отношениях?*), уровень самооценки (*Как Вы думаете, присуща ли этому человеку высокая самооценка?*), материальный достаток и финансовая успешность (*Как Вы дума-*

ете, этот человек является финансово успешным?) и черты личности, присущие человеку изображенному на фотографии (Как Вы думаете, какими чертами личности обладает этот человек?).

С целью выявления смысловых блоков (контекстов), вокруг которых группируются ответы респондентов, был использован контент-анализ, как метод качественно-количественного анализа содержания текста, с целью выявления и последующего измерения различных фактов или тенденций, отраженных в нем (Большой психологический словарь, 2003). Контекстуальный анализ текста позволяет исследователю изучить особенности психической реальности респондента, при этом сам текст выступает аналогом реальной деятельности исследуемого человека (Кононенко, 1996). Применение данного метода предполагает понимание и интерпретацию того, что транслируется человеком в речи или письменно (Häfner, 2015).

В конечном итоге исследователь может приблизиться к мышлению отдельного человека и определить особенности его коммуникаций, социальных ориентаций, установок, ценностей и норм (Пашиных, 2012).

Высказывания о представленных на фотографиях мужчине и женщине были проанализированы и при помощи метода качественного контент-анализа сгруппированы в

2 основных категории и 9 подкатегорий. Далее подсчитано количество высказываний о мужчине и женщине с дефектом и без по категориям. Положительное высказывание оценивалось в один балл, при негативном балл вычитался. С помощью непараметрического U-критерия Манна-Уитни для оценки различий по исследуемым показателям между двумя независимыми выборками была проанализирована частота использования описательных характеристик по категориям в зависимости от того, есть ли у представленного на фотографии человека дефекты внешности или нет. Вычисления выполнялись в программе IBM Statistics SPSS 21.0.

Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion). В разделе представлены результаты исследования в следующей последовательности: данные качественного контент-анализа, результаты статистической обработки данных, обсуждение результатов исследования.

Проведенный качественный контент-анализ высказываний участников исследования позволил определить категории и подкатегории для оценки различий в восприятии мужчины и женщины с дефектами внешности и без них. Сравнительные результаты по мужчине представлены в табл. 1, по женщине в табл. 2.

Таблица 1

Категории и подкатегории контент-анализа ответов респондентов, оценивавших фотографии мужчины

Table 1

Categories and subcategories of content analysis of responses of respondents who evaluated photos of men

Категория	Подкатегория	Без дефекта	С дефектом
Внешность	Привлекательный	107	-8
	Мужественный образ	17	2
	Ухоженный/опрятный	18	-14
Личные качества	Добрый	38	44
	Умный	25	9
	Общительный	40	9
	Уверенный в себе	39	-18
	Надежный	29	5
	Успешный	4	-24

Категория «Внешность» для фотографии мужчины без дефектов. При оценке фотографии преобладают положительные комментарии в подкатегории «Привлекательный» (107) – «Хорошо выглядит», «Симпатичный», «Располагает к себе в первую очередь своей внешностью», «Ухоженный», «Он выглядит физически привлекательным». Мужчина чаще воспринимается мужественным «Мужественный образ» (17) – «Выглядит мужественным», «У него есть борода – я скажу ему «мужик!», «Максимально мужской образ». И внешне опрятным «Ухоженный/опрятный» (18) – «Он опрятно и солидно выглядит», «Ухаживает за собой», «Аккуратен, опрятен».

Категория «Внешность» для фотографии мужчины с дефектами. Фотография мужчины с дефектом чаще оценивалась отрицательно, при этом респонденты прямо указывали на дефект кожи лица делающими его непривлекательным для окружающих «Привлекательный» (-8) – «Непривлекателен внешне», «Проблемы с кожей (акне), такие мужчины сейчас не пользуются успехом», «Не идеальная кожа лица может оттолкнуть парня от противоположного пола», «Лицо имеет подростковые дефекты. Это отталкивает», «Лицо в угревой сыти». Мужественность мужчины по фотографии была оценена только двумя высказываниями. Можно предположить, что наличие дефекта вызывает смещение внимания именно на недостаток внешности и приводит к игнорированию характеристик мужественности. Относительно его ухоженности, респонденты высказывались в большей степени негативно «Ухоженный/опрятный» (-14) «Внешне без лоска, простоват», «Не следит за внешним видом», «Не представительный».

Категория «Личные качества» для фотографии мужчины без дефектов. В подкатегории «Умный» (25) респонденты прямо называли этого мужчину «умным». Кроме того, по их мнению, он «Общительный» (40) – «Общительный весельчак», «Весёлый», «Открытый», «По его уверенному взгляду видна его коммуникабельность», «Я

думаю, он обладает качествами, способствующими общению с людьми». А также «Уверенный в себе» (39) – «Выглядит уверенно», «Знает себе цену», «Хорошая самооценка». Такое важное качество для мужчины, как надежность, чаще приписывалось именно ему «Надёжный» (29) – «Надёжный», «Ответственный». И в заключении они обращали внимание на его успешность «Успешный» (4) – «Должен быть успешен в бизнесе», «У него просматриваются черты характера довольно успешных людей», «Нет проблем с финансами».

Категория «Личные качества» для фотографии мужчины с дефектом. Подкатегории «Умный» (9) – респонденты в меньшей степени оценивали мужчину на фотографии, как умного. Открытость общения и коммуникабельность мужчины оценена ниже «Общительный» (9) – «Закрытый», «Я думаю, что он не очень общительный ему будет сложнее завести отношения», по мнению респондентов, он кажется менее «Уверенным в себе» (-18) – «Кажется неуверенным», «Одежда, внешность, выражение лица... Вряд ли он высокого о себе мнения», «Скорее всего стесняется, т.к. изъяны на лице» и менее «Надёжным» (5) – «Не выглядит надёжным», «Не серьёзный», «Он может бросить начатое и не довести до конца». Кроме того, респонденты склонны считать, что он не успешен, в первую очередь финансово «Успешный» (-24) – «Я думаю, что будь у него достаточно финансов, он возможно постарался бы решить проблему с кожей», «Он выглядит как студент, скорее всего поэтому он не сильно успешен», «Одет обычно, хватает на вещи первой необходимости», «Подростковые прыщи, простая одежда – у него немного денег».

Мужчина с дефектами внешности в меньшей степени наделяется положительно одобряемыми социумом мужскими качествами, такими как: надежность, успешность и уверенность в себе, а значит и оценивается окружающими, как потенциально слабый и не способный на реализацию мужчина. Исходя из этого можно предположить, что, обладая дефектами внешности мужчина будет

иметь низкие шансы на реализацию себя как в профессии, так и в личной жизни.

Отдельно хотим сказать о результатах в подкатегории «Доброта». Данное качество, по всей видимости, в меньшей степени зависит от внешности. Фотография мужчины с дефектом внешности 44 раза получила положительную оценку в этой подкатегории, тогда как мужчина без дефектов 39 раз. В данном случае важна не разница в оценках по доброте, сколько разница в оценках по дру-

гим характеристикам. Вероятно, при восприятии и последующей оценке человека, с выраженными дефектами внешности, люди склонны уравнивать описательную характеристику его личности и находить какие-то положительные черты, в данном случае – это доброта. Т.е. человек может быть не очень успешен, не очень общителен и не очень привлекателен, однако он добрый и это делает его образ не столь отталкивающим.

Таблица 2

Категории и подкатегории контент-анализа ответов респондентов, оценивавших женщину по фотографии

Table 2

Categories and subcategories of content analysis of responses of respondents who evaluated a woman by photo

Категория	Подкатегория	Без дефекта	С дефектом
Внешность	Привлекательная	97	24
	Ухоженная/опрятная	44	-43
Личные качества	Добрая	24	34
	Умная	17	23
	Общительная	33	6
	Уверенная в себе	26	-15
	Порядочная	17	23
	Финансово успешная	19	-11
	Успешная в семье	19	-9

Категория «Внешность» для фотографии женщины без дефектов. Отсутствие дефекта внешности сказывается в первую очередь на оценке внешности женщины: подкатегория «Привлекательная» (97) – «Приятная внешность», «Красивая», «Симпатичная девушка». Респондентами женщина воспринимается, как «Ухоженная/опрятная» (44) – «Ухоженная девушка», «Аккуратная», «Следит за собой», «Ухоженная, следит за волосами, использует косметику», «Прическа и стиль одежды выдают сильную и образованную женщину. Такую девушку хотелось бы добиваться», «Такие нравятся мужчинам».

Категория «Внешность» для фотографии женщины с дефектами. Женщина с дефектом реже оценивается как «Привлека-

тельная» (24), встречаются открыто отрицательные комментарии: «*Не очень красивая*», «*Дурнушка и проблемы с кожей*», «*Первым делом люди смотрят на лицо, им может не очень приятно смотреть на нее*». Отмечается ее неухоженность и неопрятность «Ухоженная/опрятная» (-43): «*Она не следит за собой*», «*Не ухоженная*», «*Она не следит за собой. Даже скрыть это можно, но она этого не сделала*». Акцент делается именно на проблемах с кожей: «*Прыщи*», «*Проблемная кожа*», «*Девушку прыщи не красят*».

Категория «Личные качества» для фотографии женщины без дефектов. Оценивая фотографию, респонденты чаще приписывают женщине следующие характеристики личности: «Общительная» (33) – «*Выглядит общительной*», «*Открытая*», «*Ком-*

муникабельная». Благодаря внешним данным она «Финансово успешная» (19) – «Взрослый самодостаточный человек», «Достигает успехов и финансового благополучия», «Идет к своей цели при этом умеет зарабатывать». Отдельная подкатегория для женщины – «Успешная в семье» (19) – «Стоит в долгих отношениях», «Нашла мужа», «Семейный человек», «Замужем и есть дети», «Могу предполагать, что она даже счастлива».

Категория «Личные качества» для фотографии женщины с дефектами. Женщину с дефектом гораздо реже считают «Общительной» (6) и чаще говорят: «Таких не замечают», «Трудности в коммуникации с другими людьми», «Похожа на тихоню». Характеристика «Уверенная» (-15) имеет отрицательное значение – «Сниженная самооценка», «Комплексует от прыщей», «Из-за проблем с кожей лица скорее всего низкая самооценка». Кроме того, респонденты отмечали низкую вероятность материального благополучия «Финансово успешная» (-11): «Ни разу не видела успешных с таким количеством прыщей», «Если мужчина ещё может поверхностно относиться к своему внешнему виду, то финансово успешная женщина будет заниматься вложением в красоту». Так же респонденты считают, что и «Успешной в семье» (-9) такая женщина не будет, т.к. завязать отношения с мужчиной ей будет сложно: «Есть сложности в общении с противоположным полом», «Ей сложнее завести отношения», «Девушке с такой внешностью сложно найти молодого человека».

Особо хотим отметить осуждающие и обвинительные высказывания в отношении женщины с дефектами в подкатегориях «Ухоженная/опрятная» и «Финансово успешная». Это в определенной степени социальное осуждение женщины в нежелании следить за собой, заниматься своей внешностью и скрывать имеющиеся дефекты внешности. Другими словами, не все члены современного общества готовы принять факт, что дефекты внешности не всегда могут исправ-

лены или скрыты. Важно развивать способность к принятию людей с дефектами внешности и понимание, что они испытывают не только физические, но и моральные страдания из-за невозможности справиться с имеющимися недостатками внешности. Однако в настоящее время, вместо поддержки они получают осуждение со стороны окружающих, что может значительно отягощать их переживания.

Нами была выделена отдельная группа высказываний о мужчине и женщине, когда респонденты отказывались оценивать человека только по фотографии («Я не могу судить по внешнему виду», «Внешность не показывает качества», «Фото недостаточно, чтобы выдвинуть подобные предложения»). Такие высказывания встречались только среди тех респондентов, которым были представлены фотографии с дефектами внешности. Мы полагаем, что они обратили внимание на внешний дефект, но из-за опасения показаться нетерпимыми или в силу имеющихся социальных установок, не позволяют себе открыто выражать недовольство чужой внешностью, т.е. происходит осознанный контроль за своими высказываниями. В то же время приписывание положительных характеристик людям на фотографиях без дефекта осознаётся в меньшей степени, о чем может свидетельствовать отсутствие высказываний, в которых бы участники исследования говорили, что они не могут оценить, какими качествами обладает человек.

Таким образом, проведенный качественный контент-анализ ответов участников при восприятии и последующей оценке фотографий мужчины и женщины с дефектами внешности и без них, указывает на то, что они создают предпосылки для последующей выраженной позитивной или негативной оценки качеств и достоинств личности.

Для выявления статистически значимых различий в оценках фотографий мужчины и женщины с дефектом и без, был применен непараметрический U-критерий Манна-Уитни. Результаты математического анализа данных исследования представлены в табл. 3-4.

Таблица 3
Результаты сравнительного анализа по U-критерию Манна-Уитни (мужчина)
 Table 3
Results of comparative analysis by the Mann-Whitney U-test (male)

Подкатегория		Средний ранг	Статистика U Манна-Уитни	Асимпт. знч. (двухсторонняя)
Привлекательный	Нет дефекта	73,87	520,000	,000
	Есть дефект	37,79		
Мужественный образ	Нет дефекта	60,30	1253,000	,006
	Есть дефект	50,88		
Ухоженный/опрятный	Нет дефекта	63,12	1100,500	,005
	Есть дефект	48,15		
Общительный	Нет дефекта	62,86	1114,500	,009
	Есть дефект	48,40		
Уверенный в себе	Нет дефекта	68,19	827,000	,000
	Есть дефект	43,27		
Надежный	Нет дефекта	60,41	1247,000	,041
	Есть дефект	50,77		
Успешный	Нет дефекта	66,50	918,000	,000
	Есть дефект	44,89		

Статистический анализ выявил наличие значимых различий в оценке мужчины между двумя выборками по 7 из 9 показателей: «Привлекательный» ($U=520,000$; $p=0,000$), «Мужественный» ($U=1253,000$; $p=0,006$), «Ухоженный/опрятный» ($U=1100,500$; $p=0,005$), «Общительный» ($U=1114,500$; $p=0,009$), «Уверенный в себе» ($U=827,000$; $p=0,000$), «Надёжный» ($U=1247,000$; $p=0,041$) и «Успешный» ($U=918,000$; $p=0,000$). В подкатегориях «Добрый» и «Умный» значимых различий не выявлено.

Полученные результаты свидетельствуют о значимости различий в оценках фотографии мужчины с дефектами и без и подтверждают полученные в ходе качественного контент-анализа данные: респонденты приписывают разные характеристики внешности и личности мужчине в зависимости от того, есть ли у него дефекты внешности или

нет. Испытуемые чаще воспринимают мужчину на фотографии без дефектов внешности как привлекательного, уверенного в себе и успешного, чаще называют его мужественным и опрятным, общительным и надёжным. Мужчина с дефектом реже наделяется положительными качествами и оценивается скорее негативно. При этом такие характеристики как доброта и ум не зависят от внешности мужчины.

Проведённый статистический анализ позволил выявить значимые различия между двумя выборками в случае оценки женщины по 6 из 9 показателей: «Привлекательная» ($U=816,000$; $p=0,000$), «Ухоженная/опрятная» ($U=533,500$; $p=0,000$), «Общительная» ($U=1083,500$; $p=0,004$), «Уверенная в себе» ($U=1138,500$; $p=0,022$), «Финансово успешная» ($U=1049,000$; $p=0,002$), «Успешная в семье» ($U=993,000$; $p=0,000$). Незначимыми оказались показатели «Добрая», «Умная» и «Порядочная».

Таблица 4

Результаты сравнительного анализа по U-критерию Манна-Уитни (женщина)

Table 4

Results of comparative analysis by the Mann-Whitney U-test (female)

Подкатегория		Средний ранг	Статистика U Манна-Уитни	Асимпт. знч. (двухсторонняя)
Привлекательная	Нет дефекта	68,39	816,000	,000
	Есть дефект	43,07		
Ухоженная/опрятная	Нет дефекта	73,62	533,500	,000
	Есть дефект	38,03		
Общительная	Нет дефекта	63,44	1083,500	,004
	Есть дефект	47,85		
Уверенная в себе	Нет дефекта	62,42	1138,500	,022
	Есть дефект	48,83		
Финансово успешная	Нет дефекта	64,07	1049,000	,002
	Есть дефект	47,23		
Успешная в семье	Нет дефекта	65,11	993,000	,000
	Есть дефект	46,23		

Респонденты, оценивая женщину по фотографии приписывают ей разные черты личности в зависимости от наличия у неё выраженных дефектов внешности. При их отсутствии ее чаще оценивают как привлекательную, ухоженную и успешную (в финансовом отношении и в семье). Наделяют такими качествами, как общительность и уверенность в себе. При этом внешность не влияет на доброту, ум и такое качество как порядочность. Женщина без дефектов внешности, т.е. более привлекательная, будет восприниматься и оцениваться окружающими людьми в большей степени положительно, чем женщина с выраженными дефектами.

Заключение (Conclusions). В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Лукизм является новой формой дискриминации человека, в основе которой лежит оценка личности человека в первую очередь на основе соответствия его внешности принятым в обществе стандартам красоты или индивидуальным предпочтениям окружающих, при этом игнорируются сильные качества человека, его достоинства и

способности, в результате чего значительно ограничиваются возможности человека при выборе профессии и реализации себя в карьере и личных отношениях.

2. В процессе восприятия мужчины другими людьми внешний облик создаёт предпосылки для различной оценки его личных качеств. При отсутствии у него дефектов внешности он чаще воспринимается привлекательным, опрятным и мужественным, ему приписывают такие характеристики, как общительность, уверенность, надёжность и успешность. Мужчина с дефектом воспринимается иначе: он оценивается непривлекательным, необщительным, неуверенным в себе, ненадёжным, и финансово неуспешным. По мнению окружающих мужчина с дефектами внешности в меньшей степени наделён положительными качествами и достоинствами.

3. Женщину при отсутствии у нее выраженных дефектов внешности чаще оценивают как привлекательную и опрятную, а также общительную, уверенную, успешную финансово и реализованную в семье. Наличие выраженных дефектов внешности делает

ее, по мнению окружающих, непривлекательной и неопрятной, её качества личности оцениваются скорее негативно, как неуверенная в себе, неуспешная в финансовой сфере и личной жизни.

4. Статистический анализ выявил значимые различия по 7 из 9 показателей при оценке фотографии мужчины: «Привлекательный» ($p=0,000$), «Мужественный» ($p=0,006$), «Ухоженный» ($p=0,005$), «Общительный» ($p=0,009$), «Уверенный в себе» ($p=0,000$), «Надёжный» ($p=0,041$) и «Успешный» ($p=0,000$). По 7 из 9 показателей при оценке фотографии женщины: «Привлекательная» ($p=0,000$), «Ухоженная» ($p=0,000$), «Общительная» ($p=0,004$), «Уверенная в себе» ($p=0,022$), «Успешная финансово» ($p=0,002$) и «Успешная в семье» ($p=0,000$).

5. Наличие дефекта внешности у мужчин и женщин создает предпосылки для их последующего положительного или отрицательного восприятия и оценки окружающими людьми в зависимости от наличия/отсутствия дефекта. В результате чего, люди без дефектов внешности воспринимаются в большей степени положительно и обладают определенными преимуществами в сравнении с людьми имеющими разного рода дефекты.

6. Результаты, полученные в исследовании, позволяют расширить понимание того, как лукизм влияет на жизнедеятельность человека, восприятие и оценку его личности другими людьми. Какими качествами наделяется человек в зависимости от его внешности и какое отношение к нему наиболее вероятно. Полученные данные могут быть использованы при создании программ психологической помощи и поддержки жертв лукизма, а также с целью просвещения по вопросам толерантного отношения к инаковости.

Список литературы

Большой психологический словарь / под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. М.: Прайм-Еврознак, 2003. 672 с.

Кононенко М.А. Контент-анализ как метод: аналитический обзор // Источниковедение и компаративный метод в гуманитарном знании:

тез. докл. и сообщ. науч. конференции (г. Москва, 29–31 янв. 1996 г.) / отв. ред. В.А. Муравьев. М.: Издво Российского гос. гуманитар. унта, 1996. 448 с.

Кононов А.Н., Шаклеин А.А. Феномен лукизма: исследование особенностей восприятия человека по внешнему виду // Психолого-педагогический поиск. 2021. № 2(58). С. 131-141.

Лабунская В.А. Методологические подходы к изучению роли внешнего облика в различных сферах жизнедеятельности: круглый стол на фестивале науки юга России // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4, № 1(13). С. 223-245.

Лабунская В.А. Направления исследований внешнего облика в социальной психологии (по материалам Всероссийской научной конференции) // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5. № 1(17). С. 232-250.

Лабунская В.А. Тренды изучения отношения к внешнему облику с позиций прикладной социальной психологии // Социальная психология и общество. 2021. Том 12. № 3. С. 128-150.

Пашинян И.А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3(9). С. 13-18.

Dancer, 19, who's stopped shaving insists body hair makes her feel 'empowered' – despite strangers branding her 'disgusting'. URL: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-7964873/Dancer-19-stopped-shaving-moving-Hawaii.html> (дата обращения: 03.02.2022).

Doiron A. Body image: psychological predictors, social influences and gender differences. *New York: Nova Science*, 2019. 202 p.

Häfner H. Descriptive psychopathology, phenomenology, and the legacy of Karl Jaspers // *Dialogues Clin Neurosci*. 2015. 17(1). P. 19-29.

Hamermesh D.S., Biddle J.E. Beauty and the Labor Market. *The American Economic Review*. 1994. Vol. 84. № 5. P. 1174-1194.

Hamermesh D.S. Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful. *Princeton University Press*. 2013. 232 p.

Hamermesh D, Parker A. Beauty in the Classroom: Professors' Pulchritude and Putative Pedagogical Productivity. *Economics of Education Review*. 2005. 24. P. 369-376.

Rhode D.L. The Beauty Bias: The Injustice of Appearance in Life and Law by. *New York: Oxford University Press*. 2010. 272 pp.

Maestripieri D., Henry A., Nickels N. Explaining Financial and Prosocial Biases in Favor of Attractive People: Interdisciplinary Perspectives from Economics, Social Psychology, and Evolutionary Psychology. *Behavioral and brain sciences*. 2017. P. 1-56.

Mason A., Minerva F. Should the Equality Act 2010 Be Extended to Prohibit Appearance Discrimination? *Political Studies*. 2020. P. 1-18.

Mason A. What's wrong with everyday lookism? *Politics, Philosophy & Economics*. 2021. 20(3). P. 315-335.

Monocello L. Cultural models of male body image, fat, and acceptable personhood among Euro-Americans and South Koreans. *Journal of Cultural Cognitive Science*. 2020. 4. P. 73-86.

Murnen S.K., Karazsia B.T. A review of research on men's body image and drive for muscularity. *The psychology of men and masculinities*. 2017. P. 229-257.

Niu Y., Baker R., Xu X., Hirudayaraj M. (2021). Lookism in the Chinese Job Advertisements. *Journal of Asia-Pacific Business*. 2021. 22. P. 1-15.

Poria Y., Beal J., Shani A. "I am so ashamed of my body": Obese guests' experiences in hotels. *International Journal of Hospitality Management*. 2021. P. 92-103.

Takáč P. Current issues in aesthetics and beyond: Revisiting lookism. *Ethics & Bioethics*. 2020. 10. P. 59-68.

Warhurst C., Broek D., Hall R., Nickson D., Lookism: The New Frontier of Employment Discrimination? *Journal of Industrial Relations*. 2009. 51. P. 131-136.

Widdows H. Perfect Me: Beauty as an Ethical Ideal. Princeton, New Jersey: Princeton University Press. 2018. 368 p.

References

Meshcheryakova, B.G. and Zinchenko, V.P. *Bol'shoj psichologicheskij slovar'* [The Big Psychological Dictionary], PrajmEvroznaк, Moscow, Russia.

Kononenko, M.A. (1996), "Content analysis as a method: an analytical review". *Istochnikovedenie i komparativnyy metod v gumanitarnom znanii: tez. dokl. i soobshch. nauch. konferentsii* / ed. V.A. Muravyov. 448. (In Russian).

Kononov, A.N. and Shaklein A.A. (2021), "The phenomenon of lookism: the study of the peculiarities of human perception by appearance", *Psichologo-pedagogicheskij poisk*, 2(58), 131-141. (In Russian).

Labunskaya, V.A. (2019), "Methodological approaches to the study of the role of appearance in various spheres of life: a round table at the Festival of Science of the South of Russia", *Institut psikhologii Rossijskoj akademii nauk. Sotsial'naja i ekonomicheskaja psikhologija*, 4, 1(13), 223-245. (In Russian).

Labunskaya, V.A. (2020), "Directions of external appearance research in social psychology (based on the materials of the All-Russian Scientific Conference)", *Institut psikhologii Rossijskoj akademii nauk. Sotsial'naya i ekonomicheskaya psikhologiya*, 5, 1(17), 232-250. (In Russian).

Labunskaya, V.A. (2021), "Trends in the Study of Attitudes to Appearance from the Point of View of Applied Social Psychology", *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo*, 12(3), 128-150. (In Russian).

Pashinyan I.A. (2012), "Content analysis as a research method: advantages and limitations". *Nauchnaya periodika: problemy i resheniya*, 2012, 3(9), 13-18. (In Russian).

Dancer, 19, who's stopped shaving insists body hair makes her feel 'empowered' – despite strangers branding her 'disgusting'. URL: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-7964873/Dancer-19-stopped-shaving-moving-Hawaii.html> (Accessed 03 Februar 2022).

Doiron, A. (2019), *Body image: psychological predictors, social influences and gender differences*. New York: Nova Science, 202.

Häfner H. (2015), "Descriptive psychopathology, phenomenology, and the legacy of Karl Jaspers", *Dialogues Clin Neurosci*, 17(1), 19-29.

Hamermesh, D.S., Biddle, J.E. (1994), "Beauty and the Labor Market", *The American Economic Review*, 84(5), 1174-1194.

Hamermesh, D.S. (2013), *Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful*. Princeton University Press, 232.

Rhode, D.L. (2010), *The Beauty Bias: The Injustice of Appearance in Life and Law* by. New York: Oxford University Press, 272.

Hamermesh, D, Parker, A. (2005), "Beauty in the Classroom: Professors' Pulchritude and Putative Pedagogical Productivity", *Economics of Education Review*, 24, 369-376.

Maestripieri, D., Henry, A. and Nickels, N. (2017), Explaining Financial and Prosocial Biases in Favor of Attractive People: Interdisciplinary Perspectives from Economics, Social Psychology, and Evolutionary Psychology. *Behavioral and brain sciences*, 1-56.

Mason, A. and Minerva, F. (2020), Should the Equality Act 2010 Be Extended to Prohibit Appearance Discrimination? *Political Studies*, 1-18.

Mason, A. (2021), "What's wrong with everyday lookism?", *Politics, Philosophy & Economics*, 20(3), 315-335.

Monocello, L. (2020), "Cultural models of male body image, fat, and acceptable personhood among Euro-Americans and South Koreans", *Journal of Cultural Cognitive Science*, 4, 73-86.

Murnen, S.K. and Karazsia, B.T. (2017), A review of research on men's body image and drive for muscularity. *The psychology of men and masculinities*, 229-257.

Niu, Y., Baker, R., Xu, X. and Hirudayaraj, M. (2021), "Lookism in the Chinese Job Advertisements", *Journal of Asia-Pacific Business*, 22, 1-15.

Poria, Y., Beal, J. and Shani, A. (2021), "I am so ashamed of my body", *Obese guests' experiences in hotels. International Journal of Hospitality Management*, 92-103.

Takáč, P. (2020), "Current issues in aesthetics and beyond: Revisiting lookism", *Ethics & Bioethics*, 10, 59-68.

Warhurst, C., Broek, D., Hall, R. and Nickson, D. (2009), "Lookism: The New Frontier of Employment Discrimination?", *Journal of Industrial Relations*, 51, 131-136.

Widdows, H. (2018), *Perfect Me: Beauty as an Ethical Ideal*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 368.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Данные авторов:

Кононов Александр Николаевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологического консультирования, Московский государственный областной университет.

Шаклеин Артём Александрович, магистрант факультета психологии, Московский государственный областной университет.

About the authors:

Aleksandr N. Kononov, Candidate of Sciences Psychology, Associate Professor, Faculty of Psychology, Moscow Region State University.

Artem A. Shaklein, Master's Degree Student, Faculty of Psychology, Moscow Region State University.