



Вопросы внешности: история исследований

(при участии Ханны Фритт и Кейт Глисон)

Свидетельства внимания людей к внешности можно найти в самых разных источниках, начиная с древних мифов и легенд, исторических анекдотов и сказок. Первые свидетельства интереса, который мы как человеческие особи проявляем к собственному внешнему виду и тому, как выглядим в глазах других людей, появились еще 30 тыс. лет назад, когда народы, населяющие Африку, начали украшать свои лица (*Bates and Cleese, 2001*); свидетельства присутствуют и в изображениях, созданных за 23 000 лет до нашей эры (*Kemp et al., 2004*).

Можно найти также другие доказательства того, что нам от природы свойственно интересоваться лицами людей. Так, уже через несколько дней после рождения младенцы начинают пристально смотреть на лица тех, кто их окружает, уделяя меньшее внимание другим стимулам, о чем свидетельствуют движения их глаз (*Bruce and Young, 1998*). В ситуациях, когда вероятность того, что взгляд приведет к социальному общению, мала (например, совместное пребывание в вагоне поезда, ожидание в приемной или просмотр телевизионных программ), многие из нас наслаждаются возможностью наблюдать за лицами, фигурой и одеждой других, праздно размышляя над тем, как их внешность связана с темпераментом и родом занятий.

Нас также занимает собственная внешность. Первые качественные зеркала были сделаны в 1460 г. венецианцами, которые научились производить прозрачное стекло. Людям так нравилось видеть самих себя, что изготовление зеркал очень скоро превратилось в доходный бизнес. Братья Данзаго дель Галло открыли секрет создания идеального отражения в 1507 г., однако более ста лет венецианцам удавалось держать его в тайне, несмотря на все старания шпионов и дипломатов из разных стран (*Bates and Cleese, 2001*). На протяжении жизни мы видим себя тысячи раз, но каждый раз, когда предоставляется такая возможность, большинство из нас не может устоять перед искушением взглянуть на свое отражение в витринах или зеркалах. Вид собственной внешности, которая нам хорошо знакома, успокаивает нас; однако мы испытываем чувство замешательства, когда наш внешний вид не соответствует внутреннему идеализированному образу самого себя, — например, когда при ярком свете мы выглядим старше, чем нам представляется, или когда кто-то другой заявляет, что фотография, казавшаяся нам правдивой, не очень похожа на оригинал. Физические изменения нашего лица и тела оказывают серьез-

езное влияние на наше самоощущение, и требуется определенное время для того, чтобы они стали частью нашего представления о самом себе. Это явление известно специалистам из сферы здравоохранения, которые уделяют особое внимание тому моменту, когда пациент, перенесший серьезную травму или хирургическую операцию, впервые смотрит на себя в зеркало. Увидев в зеркале неожиданное для них отражение, люди могут в течение некоторого времени находиться в состоянии шока (*Bradbury, 1997*).

Письменные источники самых разных лет дают нам примеры того, как люди вкладывали деньги в средства украшения, позволяющие улучшить их внешность в глазах других. В некоторых случаях это требовало огромной смелости и терпения: в качестве примера можно назвать вредоносную пасту для отбеливания кожи на основе свинца, используемую в Елизаветинскую эпоху; мышьяковые косметические средства, применяемые для этой же цели в XVII в. в Италии (*Bates and Cleese, 2001*); диски в форме блюдца, которые вставляли в губы представители некоторых племен в Бразилии и Африке; бинтование ног в Китае и удлинение шеи с помощью металлических колец в Таиланде. В данном случае можно провести параллель с использованием в современных западных странах токсичного ботокса для разглаживания морщин, широко распространенным применением болезненных и уродливых брекетов для выравнивания зубов, диетическими ограничениями или употреблением пищевых добавок, пирсингом, нанесением татуировок и готовностью все большего числа людей пойти на риск и серьезные расходы, связанные с косметической хирургией. На протяжении веков высказывались многочисленные протесты против рисков, причиняемых здоровью, и обмана, который предполагают некоторые стратегии самопрезентации. Так, в Англии в 1700-е гг. мужчины выражали громкий протест против того, что женщины украшают себя. Считалось, что искусство соблазнения с помощью внешности построено на обмане, так как «истинное» лицо человека замаскировано. В 1770 г. в Англии был разработан закон, позволявший подавать на развод в случае такого «обмана». Однако стало очевидно, что он не может быть проведен в жизнь, и было позволено его не применять (*Bates and Cleese, 2001*). Споры, имеющие место в наше время, касаются вопросов о том, какое добро и зло таит в себе изменение внешности с помощью хирургии (см. *Davis, 1995*).

Какими бы ни были наши личные убеждения, большинство из нас предпринимает активные попытки повлиять на то, как мы выглядим (например, с помощью выбора одежды или прически), ради соответствия воспринимаемым нормам или из желания выразить свою индивидуальность (*Newell, 2000a*). Однако мы не можем контролировать все изменения, происходящие с нашей внешностью. На протяжении всей жизни наше тело и то, как мы его воспринимаем, меняются. Некоторые из этих изменений могут быть желательными (например, многие люди приветствуют изменения, связанные с физическим созреванием в период взросления, а также снижение веса тела в результате физических упражнений), в то время как другие перемены (например, имеющие отношение к старению или болезни) воспринимаются с меньшим удовольствием (*Newell, 2000a*). Все изменения, возникающие в результате развития, болезни или самопроизвольно, происходят в контексте общества, которое как в прошлом, так и в настоящем уделяет особое внимание внеш-

нему виду человека. Гильберт (*Gilbert, 2002*) утверждает, что на протяжении миллионов лет умы всего человечества занимала такая «валюта», как внешность, и в каждом из нас живет настоятельная необходимость быть привлекательными для других людей. Мы уверены, что обладание привлекательной для других внешностью служит нашим интересам, так как позволяет получить лучший доступ к желаемым социальным источникам, таким как дружба, любовь и долговременные отношения. Было придумано множество легенд о внешности, которые недвусмысленно давали понять, что обладание красотой крайне важно для человека и наделяет его особой властью. Лакофф и Шерр (*Lakoff and Scherr, 1984*) напоминают о греческом мифе, в котором рассказывается о трех могущественных богинях: Гере, Афине Палладе и Афродите. Эти трое поссорились из-за того, кому должно достаться золотое яблоко с надписью «Прекраснейшей», подброшенное в разгар свадебной церемонии богиней раздора Эридой. Из-за вспыхнувшей между ними гневной перепалки свадьба превратилась в хаос, а каждая из богинь пыталась подкупить судью, выбранного для решения этого спора. Одним из следствий их попыток получить желанный приз стала десятилетняя война. Основная идея этого мифа в том, что человеку крайне важно, чтобы его признали самым красивым, и что по крайней мере некоторые стремятся добиться этого практически любой ценой.

Даже если мы отбросим легенды и мифы как вымышленные истории, которые не соответствуют современным взглядам и поведению, то все равно на протяжении многих столетий обнаружим множество других примеров постоянного внимания к внешности человека. Так, сказки и детские истории подкрепляют возникшие ранее стереотипы. На Спящую красавицу накладывают заклинание злые и уродливые колдуньи. Мачеха Белоснежки постоянно смотрит в зеркало, чтобы проверить свой внешний вид, и беспокоится из-за того, что падчерица может затмить ее своей красотой. Красота Золушки вызывает зависть у ее уродливых сводных сестер, а многие поколения детей дрожат при виде злобного и уродливого персонажа из комиксов по имени Капитан Крюк. В 1920-х гг. основным слоганом рекламы мыла «Самау» звучал так: «Любая женщина участвует в конкурсе красоты каждый день своей жизни». Хайкен в своей работе (*Haiken, 2000*) приводит цитату из рекламы услуг пластической хирургии, опубликованной в одной из американских газет в 1946 г.: «Некрасивой девушке жизнь может казаться бесконечной цепью конфузоз, разочарований и страданий, пока однажды она не решится на пластическую операцию». Размер вложений, сделанных нами в свой внешний вид с начала XX в., хорошо виден на примере развития косметической промышленности, общая величина рынка которой по всему миру оценивается в ошеломительную сумму — в \$45 млрд (*Bates and Cleese, 2001*). Британский пластический хирург Мак-Грутер недавно привел статистические данные, согласно которым только в Великобритании на рекламу губной помады ежегодно затрачивается 12 млн фунтов стерлингов.

Современная мода на быстрые свидания (во время которых решение о продолжении знакомства принимается в течение первых нескольких минут после знакомства) не оставляет у людей сомнений в необходимости совершенствования своего внешнего вида. Во время личной беседы с нами Глисон и Фрит (*Gleeson and Frith*) предложили такой термин, как «оценочная экономика», для определения совре-

менной экономики социальных отношений, которая опирается на то, что человек «оценивается» другими. Наше положение в рамках такой экономики может в некоторой степени регулироваться с помощью диеты, физических упражнений и хирургии, и все больше людей прибегает к этим средствам с тем, чтобы поддержать или повысить свой статус.

Наша внешность предоставляет нам действенные средства отражения наших индивидуальных особенностей и их оценки другими людьми. Это первая информация, которая доступна органам восприятия и которая постоянно находится на виду во время социального взаимодействия. Нравится нам это или нет, но выбора у нас не остается (*Gleeson and Frith*, личная беседа). В большинстве случаев мы лишены возможности решать — общаться нам с другими людьми или нет, а также влиять на тот факт, что посторонние реагируют на ту внешность, которой мы обладаем (*Frost et al.*, 2000). Лицо находится на виду у всех больше времени, чем любая другая часть тела. Оно представляет собой крайне сложный инструмент коммуникации и является важным компонентом в формировании и поддержании отношений. Лицо подает невероятное множество важных социальных сигналов, которые улавливаются другими людьми, интерпретируются ими и вызывают их реакцию. Хьюз (*Hughes*, 1998) подчеркивал важную роль лица человека в повседневной жизни, указывая на существование в нашей речи множества таких вербальных выражений, как «повернуться к кому-нибудь лицом», «двуличный» и «потерять лицо». Хэтфилд и Спречер (*Hatfield and Sprecher*) отмечали, что «другая информация может иметь более глубокий смысл, но ее намного сложнее обнаружить» (*Hatfield and Sprecher*, 1986: 72). Согласно впечатляющим статистическим данным, одновременно на Земле можно увидеть 6 млрд человеческих лиц (*Bates and Cleese*, 2001), каждое из которых является уникальным в результате сложного взаимодействия генов, возраста, жизненного опыта и окружающей среды. Именно поэтому лица людей используются в качестве уникального средства идентификации в виде фотографий в паспортах, служебных пропусках и водительских правах. Как же при всей этой сложности мы можем выносить суждения о красоте и уродстве, привлекательности и непривлекательности? Что служит основой для принятия решений о том, с кем мы хотим взаимодействовать и какой стиль общения будет наиболее подходящим?

Суждения о красоте и желание быть привлекательным для других людей — в прошлом и настоящем

Бейтс и Клиз (*Bates and Cleese*, 2001) высказывают мнение о том, что расхожая фраза «у каждого свое представление о красоте» является всего лишь штампом, и утверждают, что в самых разных концах Земли суждения о красоте и основы привлекательности имеют очень много общего. Они говорят о том, что их определяют влияния, в число которых входят греческая философия, эволюционная биология, математические формулы (в особенности то, что людям свойственно от природы испытывать удовольствие от симметрии частей тела и лица и это определяет понятие «золотое сечение», пришедшее к нам из Древней Греции), врожденное при-

страсти людей к чертам, свойственным маленьким детям (например, Уолт Дисней с большим успехом использовал в своих мультфильмах большие глаза и рот, а также маленький нос), и личные предпочтения, основанные на прошлом опыте.

Дарвин одним из первых начал говорить о возможной универсальности привлекательности лица человека в разных культурах, заметив в 1871 г., что исследователи сообщали ему о том, что у туземцев по всему миру наблюдаются похожие стандарты красоты. Существует ряд свидетельств того, что в современном мире люди из самых разных частей света в значительной степени сходятся во взглядах на то, какие лица считаются красивыми. В 1993 г. антропологи Джонс и Хилл (*Jones and Hill, 1993*) посетили два племени в Венесуэле и Парагвае, которые жили довольно изолированно. До этого времени члены этих племен мало контактировали с людьми за пределами своих поселений. Не имея доступа к телевидению, они не видели изображений людей из других частей света. Им показали ряд фотографий представителей различных культур и попросили оценить их с точки зрения красоты. Высказанные суждения сравнили с оценками этих же фотографий, сделанными людьми, живущими в России, Бразилии и США. Представители всех пяти стран выбрали женские лица с изящными ртами и подбородками и большими глазами. Другие исследования подтверждают, что людей привлекают гладкая кожа, большие глаза и пухлые губы (*Kemp et al., 2004*). Однако оказалось, что суждения о женских лицах согласуются больше, чем оценки мужских лиц, и что наблюдается определенное единодушие в том, что на суждение о привлекательности влияют не только внешние особенности человека. Популярностью пользуются веселые, оживленные лица — предположительно потому что они указывают на высокую вероятность того, что общение с этим человеком будет приятным. Точно так же в реальной жизни подвижное лицо может быть более привлекательным, чем более красивое, но лишенное выразительности. Единодушие в суждениях о красоте связано главным образом с первыми впечатлениями. Разница во мнениях возникает тогда, когда отношения приобретают устойчивый характер и на наши суждения о человеке начинают влиять другие факторы.

Несмотря на существование в современном обществе высокого уровня согласия в том, что представляет собой красота, можно назвать целый ряд примеров изменений в этом представлении, происходящих по мере развития человечества. Греки и римляне высоко ценили как в мужчинах, так и в женщинах брови, сросшиеся над переносицей. Особым расположением среди них пользовались выпуклый лоб, орлиный нос и рот в форме «лука купидона». В Древнем Египте «красавиц» изображали с округлыми формами тела, четко выраженным подбородком и выступающей нижней челюстью. Около 400 лет назад (в 1600-е гг.) как у мужчин, так и у женщин в моде был двойной подбородок, так как только богатые могли позволить себе хорошо питаться. В эпоху Возрождения особое внимание уделялось гармоничным пропорциям лица и тела — Дюрер и Леонардо да Винчи предпочитали, чтобы расстояние между глазами было равно ширине носа. В конце XIX в. мода на женские корсеты сделала идеалом фигуру в форме песочных часов. В 1950-х гг. женщины с более полными лицами и фигурами пользовались большей популярностью, чем в наши дни. В 1960-е и 1970-е гг., до того как была широко признана опасность образования злокачественных образований на коже под действием сол-

нца, в моде были загорелые лица (что опять же служило внешним признаком финансового благополучия у тех, кто мог позволить себе путешествия в более солнечные страны). Мужчины отращивали длинные волосы, а женщины-модели были очень стройными и носили короткую стрижку. В конце 1990-х спросом начали пользоваться модели с бледной кожей, казавшиеся не улыбкаемыми и болезненными. Крепкие мускулистые мужчины были в моде в 1970-е и 1980-е гг., однако в 1990-е гг. на первый план вышли мужчины с мальчишеской внешностью, похожие на беспризорников. В последние десятилетия в самых разных областях деятельности все большую ценность приобретает молодежный вид. Растущее внимание к желательности выглядеть подтянутым и здоровым, сопровождающееся давлением на рынке труда, делает видимые признаки старения неприемлемыми. В ответ люди предпринимают все более решительные меры к тому, чтобы скрыть свидетельства прожитых лет.

Выводы о моральных принципах и личных качествах человека, возникающие из представлений о внешности

Помимо того что лицо предоставляет нам материал, на основе которого делаются выводы о красоте и первоначальные оценки взаимной привлекательности, многие годы существует убеждение, что по лицу можно судить о характере человека. Многие великие авторы разделяли эту точку зрения; к их числу можно отнести Цицерона («Лицо — зеркало души»); Шекспира («Не требуется особого умения, чтобы по лицу понять склад ума») и Оскара Уайльда («Только ограниченные люди не судят по внешности»). Аристотель, которого считают создателем одной из самых ранних объективных работ по изучению лица человека, в частности, писал о том, что «люди с низким лбом отличаются непостоянством, в то время как обладателям округлого или выпуклого лба свойственна вспыльчивость... Широко раскрытые глаза указывают на дерзость, а моргающие — на нерешительность. Большие и оттопыренные уши свидетельствуют о склонности к несущественным разговорам и болтовне» (цитируется по: *Burr*, 1935). В XVIII в. швейцарский священник Йоханн Лаватер написал объемистый трактат по физиогномике. Лаватер (*Lavater*, 1789) считал, что нос является указателем вкуса, восприимчивости и чувств; губы — мягкости характера и раздражительности, любви и ненависти; подбородок — чувственности; шея — гибкости и искренности. Он также приводил четкую формулировку уравнения, связывающего внешние особенности человека и его добродетели. «Самые высоконравственные — это самые красивые люди, а самые безнравственные — самые уродливые». Викторианцы считали себя экспертами в области понимания человеческого лица, вынося суждения о нравственности и типе личности на основе формы головы. Это была наука, которой покровительствовала сама королева Виктория. Говорят, что она даже приказала обмерить головы своих детей и проанализировать результаты (*MacLachlan*, 2004). А в XIX в. Кампер (цитируется по: *Bruce and Young*, 2001) пытался оценить интеллект человека исходя из угла его носа. Гальтон (*Galton*, 1883) интересовался лицами преступников и изучал фотографии заключенных. Он описывал их внешность как «отвратительную», утверждая: «К сожалению, можно проследить обусловленность характера преступника определен-

ным типом наследственности, что является одним из самых печальных изъянов современной цивилизации». В своей работе он сделал шаг вперед, составив композиционный портрет на основе фотографий преступников, и, как утверждают, был разочарован тем, что полученный в конечном счете образ выглядел «на удивление привлекательным» (*Perrett and Moore, 2004*). Французский криминолог Ломброзо (*Lombroso*, цитируется по: *Bruce and Young, 1998*) высказывал предположение, что всех представителей человечества можно поделить на два типа — «преступники» и «непреступники». Он заявлял, что для «преступника от рождения» характерна асимметрия лица, низкий наклонный лоб, нависающие брови и неправильно растущие зубы. Ломброзо предлагал для снижения преступности собирать всех людей, похожих на преступников, в одном месте. Чтобы помочь в этом властям, он даже предоставил набор рисунков, изображающих «типы преступников» (*MacLachlan, 2004*).

Во время Второй мировой войны холокост в Германии сопровождался хорошо организованной клеветнической кампанией, в ходе которой евреев изображали уродливыми и порочными людьми, для чего, среди всего прочего, была организована массовая публикация карикатур, представлявших представителей еврейской нации в виде сторбленных человечков с огромными крючковатыми носами (*Lovegrove, 2002*). Несмотря на то что для многих представителей современного общества расовые предрассудки неприемлемы, в Африке во время подготовки геноцида коренного населения Руанды государственная радиостанция народности хуту передавала пропагандистские материалы, в которых представителей народности тутси описывали как морально деградировавших и физически неполноценных людей (*Lovegrove, 2002*).

Подобные теории были полностью развенчаны с научной точки зрения, однако народное искусство, существующее с момента возникновения письменности, всегда связывало определенные аспекты внешности с личностными особенностями. И по сей день широко распространены суждения, выносимые на основе внешнего вида других людей. Для некоторых рыжий цвет волос служит признаком вспыльчивого характера, а маленькие глаза указывают на то, что этому человеку не следует доверять. Недавно во время праздного просмотра книг в киоске, расположенном на одном из вокзалов, авторы обнаружили книгу под названием «Полное руководство к пониманию лиц китайцев» (*Dee, 2001*). В этой книге описывается искусство Кан Сянцзян, согласно которому форма лица, глаз, носа, рта и ушей служит отражением нашего характера и жизни. Если у человека изогнутый или сломанный нос, косоглазие, искривленная губа или поврежденная бровь, то в его жизни якобы присутствует разлад. Медиумагнаты также вносят свой вклад в сохранение мифов, связывающих внешность и черты личности. Например, описание физических особенностей персонажей мультфильмов Диснея заметно отличается для «хороших» персонажей (большие глаза, симметричные лица, изящные фигуры) и «плохих» (грубые черты лица, а иногда шрамы). Несмотря на множество доказательств обратного, нам по-прежнему свойственны глубоко укоренившиеся ассоциации между внешностью человека и его характером.

На протяжении многих лет психологи пытались выявить факторы, влияющие на эти процессы. Секорд (*Secord, 1958*) предлагал участникам своего исследования

короткое словесное «личное» описание двух вымышленных людей. Эти описания отличались только словами «добрый и честный» или «безжалостный и суровый». Респонденты рассказывали о том, какой, по их мнению, может быть внешность этих людей, давая оценки 32 физических характеристик по семибальной шкале. Результаты исследования показали, что его участники использовали «средние» характеристики для «добротного и честного» человека (например, нос средней ширины), но указывали необычные черты (очень узкий или очень широкий нос) для того, кто был охарактеризован как «безжалостный и суровый».

В 1972 г. Дион (*Dion*) и ее коллеги вернулись к временам, когда характер человека определяли по его лицу, используя фразу «что красиво, то хорошо» для объяснения результатов своих исследований, согласно которым люди наделяют более приятными индивидуальными чертами и личностными качествами тех, кто кажется им внешне привлекательными. Эллис Игли вместе с коллегами (*Eagly*, 1991) провела метаанализ результатов исследования по вопросу физической привлекательности и связанных с этим стереотипов. Они пришли к выводу, что более привлекательные люди воспринимаются как более общительные, обладающие социальными навыками, отличающиеся более здоровой психикой, более сексуальные и влиятельные. Однако не все так хорошо, так как многие считают, что привлекательным людям не свойственна забота о других или хороший характер. Фейнголд (*Feingold*, 1992), который занимался изучением поведенческих коррелятов внешности, отмечал, что более привлекательные люди обладают лучшими социальными навыками и имеют больше друзей среди представителей своего пола. Кроме того, они менее одиноки и отличаются более низким уровнем социального беспокойства. Тем не менее в ходе исследования не было найдено никаких существенных связей между физической привлекательностью и некоторыми другими личностными характеристиками, включая коммуникабельность и уровень психологического благополучия.

Кук (*Cook*, 1939, цитируется по: *Bruce and Young*, 1998) просил людей оценить умственные способности студентов по фотографиям. Оценки респондентов не имели ничего общего с реальным уровнем интеллектуальных способностей или результатами учебы этих студентов, но при этом наблюдалась высокая степень согласованности оценок, сделанных участниками исследования, которые считали, что более высокий уровень интеллекта связан с большей симметрией черт лица, серьезным выражением и аккуратной стрижкой! Результаты подобных исследований, проведенных в последнее время, имеют противоречивый характер, поэтому Шеперд (*Shepherd*, 1989) сделал вывод, что нет никаких оснований думать, что мы можем дать точную оценку ума человека по его лицу. Игли и ее коллеги (*Eagly*, 1991) указывали на то, что это может быть связано с тем, что в массовой культуре физическая привлекательность не слишком сильно связана с интеллектуальными способностями.

Булл и его товарищи (*Bull*, 1983) также приводили свидетельства того, что, даже несмотря на ошибочность наших суждений по внешности, между ними существует значительное сходство. Участникам исследования показывали фотографии политиков, принадлежащих к консервативной и лейбористской партиям, на которых они были сняты анфас. Ученые выявили единодушие в оценках политических

склонностей этих людей, но они не соответствовали их реальной партийной принадлежности. Тех, кого респонденты относили к консерваторам, они считали более привлекательными, более интеллигентными и принадлежащими к более высокому социальному классу, чем политиков, которых они называли «лейбористами». Суждения участников исследования не имели различий, обусловленных их собственными политическими взглядами, о которых они сами сообщали.

Складывается впечатление, что даже тогда, когда мы осознаем, что человека характеризует не только его внешность, мы легко и бездумно прибегаем к стереотипам. Присущая нашей культуре одержимость идеальным внешним видом проявляется в каждом журнале, рекламном щите, фильме или телевизионной программе. В этом контексте мы продолжаем выносить быстрые, ошибочные суждения о личностных качествах человека, его уме и массе психологических особенностей, часто соглашаясь с другими относительно того, какие аспекты делают лица более или менее привлекательными.

Реакция на видимые отличия

На протяжении многих лет наряду с позитивным восприятием, связанным с красотой и привлекательностью, существуют негативные истолкования необычной внешности. Шоу (*Shaw*, 1981) сообщал о табличке, датируемой 2000 г. до н. э., в которой сказано, что если у ребенка «нет языка, то дом мужчины будет разрушен; если верхняя губа закрывает нижнюю, то все люди мира возрадуются». Шоу также отмечал, что в античные времена считалось, что боги создают «безобразных» детей либо для собственного развлечения, либо для того, чтобы предупредить, предостеречь или напугать человечество. Младенцев с физическими недостатками (а иногда и их матерей) обычно приносили в жертву в попытке умиловить богов. В мифах и легендах, передаваемых из поколения в поколение, лица ведьм, горгулий и троллей изображали с уродствами или дефектами. За то, что Медуза была слишком красива в своей земной жизни, она была наказана тем, что ее волосы превратились в шипящих змей. Она стала так ужасна, что люди, взглянувшие на нее, превращались в каменные изваяния, и в конце концов она была убита собственным отражением (*MacLachlan*, 2004).

В Средние века люди считали, что повреждения у эмбриона возникают в результате союза матери с животным, и эти представления нашли свое отражение в таких мифологических образах, как кентавры и Минотавр. Информация о казнях людей с внешними отличиями упоминается в письменных свидетельствах XVII в., а Шоу (*Shaw*, 1981) сообщает о том, что в 1708 г. король Дании Фредерик Пятый издал закон, согласно которому ни один человек с изуродованным лицом не может попадаться на глаза беременной женщине. Исторически необычные лица также связывали с проблемами психики. Живший в XVIII в. художник Хогарт, на картинах которого изображены пациенты психиатрических больниц, известен тем, что рисовал непривлекательные или изуродованные лица (*Munro*, 1981). Френсису Бэкону (*Bacon*, 1597) приписывают высказывание о том, что «уродливые люди, как правило, отличаются мстительностью, — они отплачивают за то зло, которое причинила им природа» (см. *Newell*, 200b). Людей с серьезными физическими недо-

статками принимали в цирковые паноптикумы, позволяя зрителям получать удовольствие от удовлетворения собственного любопытства (*MacLachlan, 2004*). В кинематографе, литературных произведениях и средствах информации встречаются деликатные изображения таких людей (например, Джон Меррик из фильма «Человек-слон» или ветеран войны на Фолклендах Саймон Уэстон, получивший тяжелейшие ожоги, которого показывают как героя). Однако на протяжении многих лет лица и тела с видимыми отличиями связывали в основном со злом или жестоким поведением: например, можно вспомнить такие фильмы, как «Призрак оперы», «Франкенштейн», «Кошмар на улице Вязов», или образы ужасных зомби или оборотней в фильмах ужасов. К сожалению, эти примеры из современной жизни не ограничиваются кинематографом. В нацистской Германии людей, обладающих физическими недостатками, испытывающих сложности с обучением и страдающих психическими заболеваниями, отправляли в концентрационные лагеря вместе с евреями, цыганами и гомосексуалистами.

Каково же происхождение тех предрассудков, которые помогают людям, считающимся физически привлекательными, и мешают тем, кого считают непривлекательными или отличающимися внешне? Ученые предлагают множество объяснений, включая пережитки подсознательных представлений и ассоциации, возникающие на основе исторической традиции наносить внешние знаки, которые указывают на более низкое положение в обществе (например, преступника или раба). Лавгроув (*Lovegrove, 2002*) отмечает, что в Индии за сотни лет до нашей эры наказанием за супружескую измену было отрезание носа. Кроме того, подобные предубеждения могут возникать в результате процессов социальной обусловленности и подкрепления, происходящих под влиянием множества факторов, не последнее место среди которых занимают средства массовой информации, предлагающие людям предвзятые взгляды на то, что «нормально» и «ненормально».

В более поздние времена появление физических недостатков объяснялось влиянием звезд, силами природы или тем, что во время беременности женщина смотрела на «несчастливых» животных (например, кролик мог стать «причиной» появления у ребенка расщепленной губы). Было бы справедливо предположить, что подобные представления остались в прошлом, однако Шоу (*Shaw, 1981*) отмечает, что даже в наши времена в некоторых африканских племенах мужчина с физическим недостатком любого типа не может стать вождем. В сельских общинах Индостана семьи, в которых рождаются дети с физическими дефектами, считаются стигматизированными до тех пор, пока не будут проведены положенные ритуалы очищения. Относительно недавно Штраусс (*Strauss, 1985*) говорил о случаях убийства новорожденных и выборочного нарушения питания детей, рожденных с физическими дефектами, в современных Китае и Бразилии, а Гиттингс (*Gittings, 2001*) отмечал, что в Китае 60% из 100 тыс. детей и младенцев, от которых каждый год отказываются родители, имеют физические недостатки. Проводя в 1981 г. исследование, в котором принимали участие 200 женщин, Шоу попросил их объяснить причины появления врожденных отклонений. Многие респондентки предложили псевдомедицинские объяснения, однако некоторые связали это с реальным поведением (так, по их мнению, избыточное потребление клубники или красной капусты во время беременности может привести к появлению у младенца капиллярных гемангиом).

И хотя подобные объяснения, берущие свое начало в фольклоре, были представлены в меньшинстве, участники исследования проявили предвзятость в отношении людей с внешними отличиями.

В эссе «Заметки об умении жить с изуродованным лицом» (*Notes on the Management of a Spoiled Identity*, 1963) Гоффман исследовал вопрос отличий и стигмы с социологической точки зрения. В своей работе он объединил ряд групп — преступников, людей с физическими недостатками и людей, изолированных от остальных из-за своего этнического происхождения или религиозных убеждений, — под общим названием «стигматизированных людей». При этом он определял понятие «стигмы» как ситуацию, в которой человек «лишен возможности полного общественного признания». Больше всего Гоффмана интересовали взаимоотношения представителей широкой общественности и стигматизированного человека. Он утверждал, что когда «нормальные люди» (его слова) встречаются с таким человеком, они могут чувствовать себя неловко, потому что отличающая его особенность является для них непривычной. Так как они не обладают опытом поведения в подобной ситуации, то будут беспокоиться из-за того, что могут повести себя неправильно, а также нервничать потому, что из-за своей особенности человек может занять оборонительную позицию или проявить агрессию. Их также будет беспокоить то, что в связи с наличием стигмы у него могут быть другие, не воспринимаемые глазом дефекты. В свою очередь, люди, вызывающие подобные сомнения, тоже могут вести себя «необычно», опасаясь возможного отторжения со стороны других и ожидая, что люди будут связывать другие аспекты их личности с имеющимся у них внешним отличием.

Идеи Гоффмана получили дальнейшее развитие в наше время при проведении исследований влияния, которое оказывают на человека дефекты внешности (см. главу 4). Так, Самблер и Хопкинс (*Sambler and Hopkins*, 1986) по опыту своей работы с людьми, страдающими эпилепсией, предложили такие термины, как «ощущаемая» стигма (которую они определили как убеждение человека в том, что из-за имеющейся у него нежелательной с социальной точки зрения особенности его, скорее всего, ожидает негативная реакция со стороны других людей) и «предписанная» стигма (явное неприятие или изоляция человека из-за его отличия). Очень незначительное число респондентов могли четко назвать случай проявления неприятия, что привело Самблера и Хопкинса (*Sambler and Hopkins*, 1986) к выводу о том, что страх стигматизации может формироваться даже при отсутствии реального отторжения. Джонс с коллегами (*Jones et al.*, 1984) называют шесть характеристик стигмы, которые влияют на то, в какой степени человек привлекает к себе внимание, и которые имеют значение при наличии видимого физического недостатка: возможность скрыть дефект; развитие дефекта; деструктивность в плане общения с данным человеком; эстетичность дефекта; происхождение дефекта (степень стигматизации выше в случаях, когда другие люди думают, что человек сам виноват в его появлении) и риск для человека при общении с тем, кто имеет дефект. Клиффорд утверждал, что человек, который имеет внешние дефекты, «помечен, но не потому, что он не способен достичь идеального состояния с точки зрения красоты, а потому, что не смог приблизиться к минимальной норме восприятия» (*Clifford*, 1973). Траст (*Trust*, 1977), у которого самого было большое родимое пятно на лице,

писал, что наличие необычных особенностей на лице означает, что «вас будут постоянно воспринимать как гражданина второго сорта».

Инстинктивные теории фокусируются на идее, что мы храним в памяти поведение, которое передается по наследству с тех пор, когда фиксирование физических и поведенческих особенностей в сознании людей определялось естественным отбором. Тенденция матерей позволить своему ребенку, родившемуся с каким-либо дефектом, умереть или вызывать его смерть наблюдается у некоторых представителей животного мира. Склонность людей смотреть на визуальную структуру, предполагаемую нормальным лицом, проявляется вскоре после рождения, поэтому в случаях, когда мы сталкиваемся с чем-то, не соответствующим норме, у нас может возникать инстинктивное отторжение, которое приводит к определенному замешательству или неловкости (*Bruce and Young, 2001*). Дефекты внешности могут быть также «инстинктивно» интерпретированы как признак более глубокого внутреннего, когнитивного или эмоционального нарушения.

Теории, выводящие на первый план идеи подкрепления и подстройки под социум, особо подчеркивают то давление, которое существует внутри групп в связи с соответствием социально принятым стандартам. В современном обществе нормы, связанные с внешностью, определяются и закрепляются самыми разными способами, в том числе с помощью образов в печатных изданиях, на телевидении и в кинематографе. Они предлагают наиболее яркие образцы для социального сравнения с помощью непрекращающегося шквала сообщений о том, как мы должны выглядеть и вести себя (*McCabe and Ricciardelli, 2003*). Помимо того что внешность людей используется в качестве составляющей их стереотипной характеристики в фильмах, телевизионных программах и журналах, рекламодатели связывают красивых людей с желаемым образом жизни, предлагая нам культурную схему, согласно которой хорошая внешность и стройная фигура являются жизненно необходимым фактором успеха и счастья (*Tiggemann, 2002*). Многочисленные привлекательные и безупречные лица на обложках журналов, в кинофильмах и рекламе предоставляют нам информацию, которая усиливает и формирует наше культурное восприятие красоты, привлекательности и нормальности. Одновременно в книгах, фильмах, мультфильмах и комических карикатурах мы постоянно находим массу связей нарушений внешности со злом и страхом. Так, Рамси (*Ramsey, 1983*) рассказывает об историях, написанных большой выборкой детей в возрасте семи лет по фотографиям людей с дефектами лица, которые отразили негативные предубеждения и стереотипы, возникшие в значительной степени под влиянием комиксов и телевизионных программ. Вне зависимости от того, являются ли наши реакции на видимые нарушения внешности инстинктивными или нет, нет сомнения в том, что средства массовой информации влияют на закрепление стереотипов, связанных с внешностью, у подавляющего большинства людей.

Хейг-Фергюсон (*Haig-Ferguson, 2003*) высказал очень интересное мнение о широком влиянии средств массовой информации и других социальных норм на восприятие человеком собственной внешности; он основывался на анализе интервью, которые провел с десятью незрячими людьми. Он выяснил, что, несмотря на отсутствие прямого контакта участников исследования с образами, предлагаемыми средствами массовой информации, те или иные социальные и культурные идеалы

оказывали влияние на их самовосприятие через повседневные разговоры с друзьями и членами семьи:

Вы [говорите о том, почему] люди хотят быть похожими на Дэвида Бэкхема, а девушки мечтают выглядеть, как Бритни Спирс и Кристина Агилера.

Ну, вы знаете, что быть толстым нехорошо, хотя бы потому, что вы слышите об этом от других людей... вы каким-то образом понимаете это по языку, который они используют... и в школах людей дразнят за то, что они толстые.

Как и в случае со зрячими людьми, которые способны наблюдать реакции других, участники исследования Хейга-Фергюсона очень хорошо осознавали, что посторонние судят о них по внешности, и также реагировали на их мнение о том, как они выглядят. Респонденты хотели «выглядеть хорошо» не только ради собственной самооценки, но также и потому, что чувствовали, что на них смотрят как на представителей других слепых людей. Автор пришел к выводу, что их цели «выглядеть хорошо» были более скромными, чем у некоторых зрячих людей, которые главное внимание уделяют тому, чтобы казаться «нормальными» — умными и опрятными. Интересно, что точно так же, как некоторые зрячие люди жалуются, что другие судят о них по какому-либо определенному аспекту их внешности, который им не нравится, несколько участников исследования высказали мнение, что их слепота влияет на суждения, выносимые о них другими людьми:

Серьезной проблемой моего внешнего вида является то, что обо мне судят по тому, как я веду себя из-за слепоты.

Участники исследования могли четко сформулировать свои представления об идеальной фигуре и свои опасения по поводу своей внешности и старения, хотя значение, которое они придают некоторым из своих желаний, отличается от того, что думают по этому поводу зрячие люди. Хейг-Фергюсон выделил в качестве наиболее значимых для них аспектов желание иметь здоровое и полноценно функционирующее тело, а не беспокойство по поводу морщин и обвисающей кожи.

Стереотипные суждения, которые люди выносят в отношении тех, кто имеет внешние отличия, могут сыграть важную роль в формировании того негативного опыта, о котором говорят люди с дефектами внешности. Многие люди, когда их спрашивают о счастье и качестве жизни, признают, что эти понятия предполагают нечто гораздо большее, чем внешность, — и все же большинство из нас потворствует мелкой идеологии, согласно которой все желанные вещи связаны с красотой и привлекательностью. Что же было предпринято психологами для изучения и достижения понимания этих всеобъемлющих межличностных процессов?

Первые источники по вопросам психологии внешности

Книги, рассказывающие об истории исследований в области внешности человека, представляют большой интерес и наполнены яркими примерами влияния социального контекста на деятельность и выводами специалистов в этой области. Еще в 1921 г. Перрин (*Perrin*) утверждал в журнале *«Journal of Experimental Psychology»*, что «интересную тему для обсуждения представляет вопрос о том, почему физи-

ческие особенности людей могут оказывать столь сильное влияние на их коллег». Холмс и Хэтч (*Holmes and Hatch*, 1938) продолжили эту идею, проведя исследование, в котором оценивалась красота лиц студентов. Они сообщили о том, что из числа «красивых» женщин впоследствии замуж вышло больше девушек (34%), чем из числа тех, кто был охарактеризован как «симпатичные» (28%), «обычные» (16%) или, как их тактично называли, «невзрачные» (11%). В 1940-х и 1950-х гг. также появился ряд работ о самовосприятии внешности. В 1953 г. Секорд и Джуард разработали первые варианты шкалы анализа самооценок внешности. Однако все эти разрозненные «набег» в данную область исследований были скорее исключением, чем правилом, и, возможно, Перрин был бы разочарован тем, что так мало исследователей проявляли интерес к этому вопросу до 1960-х гг.!

Некоторые авторы (например, *Kleinke*, 1974) высказывали предположения о том, что, избегая исследований внешности, психологи могли воздержаться от поддержки той неприятной точки зрения, что внешность действительно играет важную роль в формировании суждений о человеке. Адамс и Кроссман (*Adams and Crossman*, 1978) считали, что «с научной точки зрения очень мало известно о психологическом значении красоты», а в 1981 г. Бершейд (*Bersheid*) говорила о коллективном нежелании признать истинное значение внешности человека. Кэш и Прузински (*Cash and Pruzinsky*, 2002), рассуждая об уровне расходов на косметические товары в западных странах, отмечали: «Несмотря на то что данное правило представляет собой удивительный аспект человеческого поведения в связи с его всеобщностью и устойчивостью, ученые, занимающиеся вопросами социального поведения, в основном игнорируют это явление, хотя оно находится у них прямо перед глазами».

В данном случае будет интересно отметить комментарии Элайн Хэтфилд. В 1966 г. (в то время она публиковала свои работы под фамилией Уолстер; см. *Walster et al.*, 1966) она провела исследование с участием 752 студентов университета, которое происходило в контексте танцев во время Недели первокурсников, когда партнеры подбираются случайным образом с помощью компьютера, и выяснила, что единственным прогностическим показателем возникновения взаимной симпатии и желания встречаться с партнером в дальнейшем была физическая привлекательность. Однако коллеги отговорили Хэтфилд от публикации полученных ею результатов. Впоследствии она говорила о том, что в то время внешность почти повсеместно рассматривалась как несерьезный и поверхностный атрибут. В контексте современного увлечения косметической хирургией интересно ее замечание о том, что в 1960-е гг. обращение к пластическим хирургам воспринимались как симптом невроза, а тех, кто решался на подобные операции, обычно считали людьми с риском психопатологии. Точно так же единственным разумным оправданием для лечения зубов или ортодонтического вмешательства служило совершенствование функционального назначения, а не эстетическое улучшение внешности. Однако Хэтфилд отмечает, что к концу 1980-х гг. общественное мнение изменилось. Адвокаты, судьи и присяжные начали проявлять интерес к возможности построения судебных дел вокруг неблагоприятного влияния нарушений внешности на социальные и экономические возможности, а также самооценку человека. Они стремились найти доказательства, подтверждающие их аргументы, в чем им очень помогли результаты

ранних исследований на данную тему. По мнению Булла и Рамси (*Bull and Rumsey, 1988*), интерес к роли, которую играет внешность человека в формировании впечатлений о нем, начал расти по мере того, как люди получили возможность перемещаться по всему миру и начали общаться с большим количеством ранее незнакомых им людей.

Рост открытого интереса широкой общественности и психологов к внешности привел к тому, что в 1970-х и 1980-х гг. наблюдалось значительное расширение исследовательской работы, связанной с двумя темами. Это были исследования, направленные на изучение, во-первых, различных типов суждений, выносимых на основе внешности, и, во-вторых, относительного влияния различных аспектов внешности на эти суждения. Большинству ранее проведенных исследований было свойственно излишне упрощать процессы, происходящие при формировании впечатлений, связанных с внешностью, и создании стереотипов. Адри и Экланд охарактеризовали настроение того времени следующим образом:

Любому человеку известно, что быть красивым лучше, чем уродливым. Возможно, есть и такие люди, которые предпочли бы быть плохими, а не хорошими. Кто-то даже может желать быть бедным, а не богатым. Однако можно с уверенностью сказать, что никто не хочет быть уродливым. Причина этого, должно быть, заключается в том, что люди считают, что именно те, кто красив, получают все хорошее. Сказки рассказывают нам о том, что красивые девушки выходят замуж за прекрасных принцев и живут с ними счастливо. Герои всегда обладают привлекательной внешностью, а злодеи безобразны.

(*Udry and Eckland, 1984*)

Параллельно появился третий вид исследовательской литературы, связанный с телесным образом (широко определяемым как самовосприятие внешности) и сформировавшийся под влиянием нарастающей обеспокоенности образом тела и увеличением случаев расстройств пищевого поведения.

Суждения, выносимые на основе внешности

Почти все исследования, проведенные в 1970-е и 1980-е гг., показали очевидное и позитивное влияние привлекательного лица на возникновение симпатии, ухаживание и формирование более длительных отношений, однако подавляющее большинство из них было методологически слабыми и наивными в концептуальном плане. В подобных исследованиях участвовали студенты старших курсов, которые оценивали фотографии, где были видны только голова и плечи снятых людей; кроме того, практически все эти работы были лишены экологической обоснованности. В 1981 г. Бершейд заявила, что результаты многочисленных исследований показали, что уровни физической привлекательности «являются невероятно важной психологической переменной» и оказывают глубокое и сильное влияние, приводящее к появлению множества социальных предпочтений. Однако Булл и Рамси (*Bull and Rumsey, 1988*) на основе сделанного ими исчерпывающего анализа предположили, что утверждение Бершейд является преувеличением, и заявили, что упрощенные выводы, сделанные исследователями на основе использования фотографий людей

в гипотетических ситуациях, недостоверны. Оглядываясь назад, можно сказать, что исследователи, проводившие свою работу в 1970-е и 1980-е гг., сами вносили определенный вклад в распространение рекламы, связывающей привлекательность со всеми желанными вещами! В 1988 г. Булл и Рамси подвели итоги проведенных исследований, выделив пять главных областей. Далее мы приводим краткий обзор каждой из них.

Привлекательность: возникновение симпатии, ухаживание и длительные отношения

По результатам исследований 1960-х и 1970-х гг. было заявлено об очевидном влиянии привлекательной внешности на возникновение симпатии между людьми и ухаживание. Однако в дальнейшем в ходе проведения более реалистичных исследований, учитывающих дополнительные переменные (например, сходство установок), были выявлены более сложные взаимодействия. Используя материалы, полученные при оценке фотографий супружеских пар, Мурстейн (*Murstein, 1972*) разработал модель «рыночного обмена» (*exchange-market*) или «капитала» (*equity*). Согласно его теории, люди выбирают себе в качестве долговременных партнеров тех, кто обладает похожим уровнем привлекательности. В тех случаях, когда это не происходит, Мурстейн предполагает существование компенсаторного механизма, включающего в себя богатство, статус или престиж. Впоследствии подтверждения «гипотезы соответствия» были обнаружены при изучении близких друзей одного и того же пола (*Cash and Derlega, 1978*), а Фейнголд (*Feingold, 1988*) привел данные о значительном соответствии уровней привлекательности у супружеских пар, людей, назначающих друг другу свидания, и даже близких друзей.

Внешность и система уголовного правосудия

Возможно, в результате постоянного воздействия стереотипов, предлагаемых средствами массовой информации, или под влиянием других механизмов на протяжении долгих лет многие люди верили в то, что существует связь между внешностью и преступностью (*Linney, 2004*). Несмотря на многочисленные свидетельства того, что люди разделяют стереотипные представления о том, как выглядит преступник, нет подтвержденных данных о том, что люди, совершающие преступления, имеют определенные типы внешности. В 1960-х и 1970-х гг. очень многие считали, что дефекты внешности могут влиять на появление преступных наклонностей. Это привело к тому, что заключенным предлагали сделать пластическую операцию, чтобы после освобождения у них было больше шансов на адаптацию в обществе. Спира и его коллеги (*Spira and others, 1966*) сообщали, что из числа тех заключенных, кто сделал такую операцию, в тюрьму вернулось меньше людей (17%), чем из числа тех, кто ее не делал (32%). Однако проведенные впоследствии исследования показывают, что объективных свидетельств благотворного влияния хирургических вмешательств было слишком мало.

Существуют противоречивые данные относительно влияния внешности на решения других людей, определяющих меру ответственности за совершенное пре-

ступление. Некоторые из ранних исследований указывают на то, что «присяжные» (в ходе моделирования судебного заседания в лабораторных условиях) проявляют большую снисходительность при вынесении суждений о виновности и вынесении приговора подсудимым с более привлекательной внешностью (*Bull and Rumsey, 1988*). Однако большинство исследований было достаточно надуманными, так как являлись нереалистичным моделированием происходящего в суде, а при проведении более реалистичных исследований уровень расхождения был ниже. Последующие исследования показали, что степень жестокости, природа и характер преступления, а также количество подробностей, связанных как с преступником, так и жертвой, ослабляли влияние внешности на решения по назначению наказания. Кроме того, физическая привлекательность «подсудимых» или ее отсутствие оказывали на юридически неподготовленных людей большее влияние, чем на тех, кто имел опыт судопроизводства.

Внешность и система образования

На 1970-е гг. также пришелся расцвет исследований, посвященных влиянию внешности в рамках системы образования. В работах того времени применялся хорошо известный в наше время принцип, согласно которому привлекательная внешность оказывает особо благоприятное влияние на ожидания учителей в плане успехов детей в учебе, а симпатичные дети ведут себя лучше, чем их товарищи, не обладающие внешней привлекательностью. Неудивительно, что подобные открытия вызвали волнение в кругах преподавателей и психологов. Однако специалисты, проводившие более поздние исследования, изучили полученные ранее данные более глубоко и сфокусировали свое внимание на таких факторах, как реальные результаты учебы; это позволило им выяснить, что влияние внешности в данном случае ослаблено и более ярко выражено в случае низкой успеваемости. В своей работе Булл и Рамси (*Bull and Rumsey, 1988*) указали на разрыв между результатами исследований, в которых в качестве стимулов использовались фотографии, и тех, что проводились в реальных условиях. Они пришли к выводу, что между внешностью и реальной успеваемостью существует в лучшем случае слабая связь. Кроме того, подобное влияние связано гораздо больше с ожиданиями преподавателей, чем с реальными результатами учебы.

Влияние внешности детей на взрослых и формирование у детей стереотипов по поводу внешнего вида

В работе Булла и Рамси (*Bull and Rumsey, 1988*) говорится, что в случае с менее привлекательными детьми помимо вопросов успеваемости речь может идти о том, что в представлении взрослых эти дети хуже себя ведут и плохо адаптируются, однако и здесь мало что доказывает существование реальных различий. Результаты некоторых исследований, проведенных в 1970-е и 1980-е гг., указывают, что менее привлекательных детей воспитывают и наказывают более строго, чем их более привлекательных сверстников, но другие исследования свидетельствуют о том, что такое влияние отсутствует.

В рамках изучения роли внешности детей в формировании ожиданий преподавателей был проведен ряд исследований, сфокусированных на возникновении связанных с внешностью стереотипов у самих учеников и определении возраста, в котором дети начинают испытывать влияние внешности других людей. Дети полагают, что учителя с более привлекательной внешностью лучше знают свое дело (*Chaikin et al.*, 1978), однако это не подтверждено реальными доказательствами. Свидетельства, представленные Дион (*Dion*, 1973) и Рамси с коллегами (*Rumsey et al.*, 1986), указывают, что дети начинают делать стереотипные выводы о характере и поведении других детей и взрослых, связанные с суждениями о внешней привлекательности, в возрасте шести или семи лет, хотя дети не обязательно разделяют представления взрослых о том, что реально делает лицо человека более привлекательным. Начиная с восьми лет дети совершают гипотетический выбор друзей на основе физической внешности (*Dion*, 1973), хотя мало что свидетельствует о том, что это влияет на формирование реальных дружеских отношений.

Внешность, сила убеждения, реклама и трудоустройство

Исследователи, работавшие в 1970-е и 1980-е гг., также уделяли внимание множеству других тем, например задавая своим респондентам вопросы о том, влияет ли каким-либо образом внешность коммуникатора на его способность убедить аудиторию. Сигал и Аронсон (*Sigal and Aronson*, 1969) и другие специалисты в своих публикациях приводили данные исследований, позволяющие предположить, что привлекательная внешность действительно усиливает сообщение коммуникатора. Однако проведенные в 1980-х гг. исследования показали, что воспринимаемая компетентность, способность вызывать доверие и личностные характеристики значительно ослабляют это влияние (*Bull and Rumsey*, 1988).

Если говорить о покупательском поведении, то использование в рекламе образов физически привлекательных людей позволяет привлечь больше внимания к этой рекламе, повысить уровень внимания, которое зрители уделяют товару, и их готовности совершить покупку, а также усилить вероятность того, что они действительно приобретут товар (*Halliwel and Dittmar*, 2004).

Ранее в исследовательской литературе высказывались предположения о том, что физическая привлекательность может оказать благоприятное влияние на различные аспекты трудоустройства, включая оценку способностей, реальный рабочий статус и уровень заработной платы, однако впоследствии стало ясно, что формированию таких суждений способствуют другие факторы, в особенности социальные навыки и реальные способности (*Bull and Rumsey*, 1988). Последние исследования подчеркивают сложность факторов, определяющих подобные суждения, но они не способны повлиять на широко распространенное в наши дни представление о том, что моложавая внешность является преимуществом на рынке труда.

Относительное влияние различных аспектов внешности

В 1960-е гг. группа исследователей продолжила работу своих предшественников по изучению вопроса о том, что образует привлекательность и красоту. Исследования, проведенные Илiffe (*Iliff*, 1960) в Великобритании и Адри (*Udry*, 1965)