

Глаза как предикторы воспринимаемой физической аттрактивности женских лиц

Б.Г. Мещеряков

доктор психологических наук,
профессор кафедры психологии Международного университета природы,
общества и человека «Дубна»

Д.В. Ющенко

бакалавр, студентка V курса Международного университета природы,
общества и человека «Дубна»

Проведено эмпирическое исследование по изучению оценки внешней привлекательности (физической аттрактивности) женских лиц. Испытуемыми были люди в возрасте от 20 до 30 лет (10 мужчин и 10 женщин). Для предъявления фотографий и регистрации ответов испытуемых использовалась специальная компьютерная программа. В исследовании проверялись три гипотезы. Во-первых, предполагалось, что наибольший вклад в общую оценку привлекательности лица вносит область глаз (по сравнению с областью носа и рта). Эта айс-гипотеза получила подтверждение с помощью множественной линейной регрессии. Во-вторых, получила также поддержку гипотеза о том, что привлекательность женских лиц может изменяться на протяжении относительно небольших периодов времени в связи с беременностью и родами. В-третьих, получено очередное подтверждение известного факта, что привлекательность лиц влияет на оценку личностных качеств человека: чем выше привлекательность, тем позитивнее оцениваются личностные качества человека.

Ключевые слова: человеческое лицо, части лица, айс-гипотеза, физическая аттрактивность, оценки привлекательности женских лиц, влияние беременности на внешнюю привлекательность, эффект ореола.

Важнейшим признаком духовности, как объяснял нам А.А. Ухтомский, является доминанта на лицо другого. Лишь в этом случае о человеке можно говорить как о лице.

В.П. Зинченко

Вокругающей среде человеческие лица являются наиболее значимыми стимулами, которые в понятиях культурно-исторической психологии допустимо рассматривать в ряду основных психологических орудий и медиаторов развития личности. В согласии с этой интерпретацией в современной социальной психологии накоплено большое количество фактов, свидетельствующих о существенной роли фактора физической привлекательности лиц в процессах межличностного общения: физическая аттрактивность сильно влияет на формирование первых впечатлений о личности человека, на взаимоотношения педагогов и учащихся, судий и подсудимых, а также на межличностные контакты во многих других видах профессиональной деятельности, равно как и на взаимоотношения людей в повседневной жизни (см., например, [4, 6, 7, 8]). Исследования физической привлекательности еще не исчерпали всей релевантной проблематики и, несомненно, сохраняют большое теоретическое и практическое значение.

Анализ литературы по вопросам восприятия человеческих лиц и межличностной аттракции [3] позволяет сделать вывод о недостаточной изученности дифференциального вклада в общую оценку физической аттрактивности лица его отдельных частей (глаза, нос, рот), однако вполне обоснованной является гипотеза об особой значимости для оценки привлекательности лица области глаз (айс-гипотеза). Вторая цель исследования касается практически не изученного вопроса о влиянии беременности и родов на привлекательность женских лиц. На уровне социальных стереотипов это влияние допу-

скается (нередко можно слышать, что материнство преобразует женские лица в лучшую сторону или, напротив, что дети что-то «вытягивают» из матерей). Однако нам неизвестны какие-либо научные исследования, проверявшие валидность подобных стереотипов. Поэтому мы не будем выдвигать конкретную гипотезу о динамике привлекательности женских лиц под влиянием беременности и родов, а осторожно ограничимся лишь общей гипотезой о существовании такого влияния. Особый интерес представляет и вопрос о половых различиях в оценках аттрактивности женских лиц, который также совершенно не изучен.

Кроме того, в данном исследовании затрагивается и более традиционная проблема влияния физической аттрактивности на оценки личностных качеств человека. Проверка гипотезы о положительной связи оценок внешней и внутренней сторон личности, помимо прочего, имеет важное значение для тестирования валидности использованной в нашем исследовании психометрической процедуры оценки аттрактивности. В случае подтверждения хорошо известного факта положительной корреляции между аттрактивностью и личностными качествами можно сделать вывод о валидности нашей методики.

Метод

Испытуемые.

Выборка состояла из 20 испытуемых: 10 мужчин и 10 женщин (средний возраст составлял 22,95 года, диапазон – от 20 до 30 лет). Испытуемыми были студенты Международного университета природы, общества и человека «Дубна» и люди с разным предшествующим образованием, работающие в различных сферах деятельности и имеющие различные социальные статусы.

Экспериментальный материал.

В качестве экспериментального материала использовались цветные фотографии молодых женщин. Фотографии предъявлялись с помощью специально разработанной компьютерной программы на дисплее. На фотографиях были представлены женские лица анфас или части этих же лиц (глаза, нос, рот).

Процедура.

С каждым испытуемым проводился один опыт, условно разделяемый на две серии.

В первой серии предъявлялись три фотографии женских лиц разного типа (по частям и в целом). Сначала предъявлялись отдельные части лиц: глаза, нос и рот, затем фотографии лиц тех же людей в целом. В итоге количество оцениваемых стимулов составило: 3 (части лица) × 3 (варианта каждой части лица) + 3 (полных лица) = 12. Кроме того, после формальной оценки внешней привлекательности лица в целом экспериментатор просил испытуемого перечислить возможные личностные характеристики изображенной женщины.

Во второй серии последовательно предъявлялись фотографии лиц 10 женщин (незадолго до беременности, во время беременности и вскоре после родов). Максимальный возрастной интервал между фотографией до беременности и после родов не превышал 2 лет. Порядок предъявления стимулов для каждого испытуемого был рандомизированным (случайным).

Испытуемые сообщали о своей оценке привлекательности лиц или частей лица с помощью шкалы с пятью вербальными градациями (при обработке им присваивались указанные ниже числовые значения):

- 10 – крайне неприятный;
- 5 – умеренно неприятный;
- 0 – безразличный;
- + 5 – умеренно приятный;
- + 10 – крайне приятный.

Результаты

Анализ данных по оценке аттрактивности трех лиц в целом и их частей.

Основные описательные статистики (среднее и стандартное отклонения) для оценок аттрактивности трех лиц в целом и их частей представлены в табл. 1. Данные этой таблицы позволяют заметить, что лицо 1 и принадлежащие ему глаза и рот имеют наивысший показатель аттрактивности. Любопытно, что лицо 2 в целом, получившее наименьшую оценку аттрактивности, обладает наиболее привлекательным носом, а глаза и рот оцениваются ниже, чем у двух других лиц. На первый взгляд такие результаты предполагают некоторое соответствие между общими оценками аттрактивности и оценками частей, хотя пока ничего определенного сказать о значимости отдельных частей нельзя.

Аналогичные данные для мужской и женской подвыборки испытуемых представлены в табл. 2. По этим данным можно сказать, что лицо 1 и у мужчин, и у женщин получает наивысшие оценки. Однако мужчины и женщины расходятся в оценке самого непривлекательного лица: для мужчин это лицо 3, а для женщин – лицо 2. Между мужчинами и женщинами есть еще одно различие, касающееся оценок отдельных частей лица. Мужчинам больше всего понравились все части лица 1, в то время как женщинам больше нравятся глаза лица 3, нос – лица 2, а рот – лица 1. Хотя для более точных суждений требуется дополнительная статистическая проверка, но и поверхностный анализ полученных данных позволяет предположить, что мужчины и женщины имеют разные понятия о привлекательности женских лиц, т. е. их эталоны красоты явно не совпадают.

Для проверки одной из наших основных гипотез о дифференциальном вкладе в общую оценку аттрактивности отдельных частей лица использовалась множественная линейная регрессия. Регрессионный анализ применялся как к отдельным лицам, так и к совокупным данным по всем лицам. С помо-

Таблица 1

Средние и стандартные отклонения оценок привлекательности лиц по частям и в целом
(по данным всей выборки испытуемых)

Стимул	Среднее	Стандартное отклонение
Глаза 1	3,5	3,66
Глаза 2	-0,25	4,72
Глаза 3	2,00	5,71
Нос 1	0,75	4,06
Нос 2	1,25	3,93
Нос 3	0,75	4,37
Рот 1	7,75	2,55
Рот 2	-3,00	4,70
Рот 3	4,25	4,67
Лицо 1	6,00	2,62
Лицо 2	0,75	4,67
Лицо 3	3,25	4,06

Таблица 2

Средние и стандартные отклонения оценок привлекательности лиц по частям и в целом в мужской
и женской подвыборках испытуемых

Стимул	Испытуемые-мужчины		Испытуемые-женщины	
	Среднее	Стандартное отклонение	Среднее	Стандартное отклонение
Глаза 1	4,50	2,84	2,50	4,24
Глаза 2	-0,50	4,38	0,00	5,27
Глаза 3	0,50	5,50	3,50	5,80
Нос 1	1,00	3,16	0,50	4,97
Нос 2	0,50	4,38	2,00	3,50
Нос 3	0,00	3,33	1,50	5,30
Рот 1	7,00	2,58	8,50	2,41
Рот 2	-3,00	4,22	-3,00	5,37
Рот 3	3,00	4,22	5,50	4,97
Лицо 1	4,50	1,58	7,50	2,63
Лицо 2	2,00	3,50	-0,50	5,50
Лицо 3	1,50	3,37	5,00	4,08

щью программы SPSS мы находили коэффициенты уравнения: $A = a_1g + a_2n + a_3r + b$, где A – аттрактивность, a_i – коэффициенты при независимых переменных, b – некоторая константа, g – независимая переменная «глаза», n – независимая переменная «нос», r – независимая переменная «рот».

В табл. 3 представлены результаты множественной линейной регрессии для отдельных лиц на основе данных мужской и женской подвыборок, а также выборки в целом. Для оценки качества регрессии использовались показатели F и r дисперсионного анализа, который в SPSS входит в стандартную программу регрессии (чем выше величина F и чем меньше при этом величина r , тем выше качество регрессии). Судя по представленным в табл. 3 данным, вполне удовлетворительное качество регрессии наблюдается для двух лиц – лица 2 и лица 3, в то время

как для лица 1 удовлетворительное качество регрессии есть только в подвыборке мужчин.

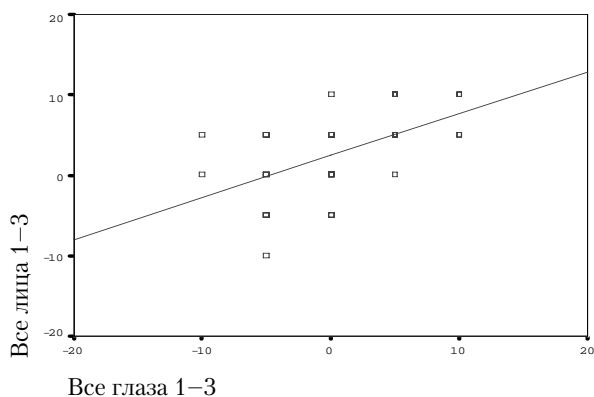
Нетрудно заметить, что во все 9 уравнений регрессии входит независимая переменная «глаза», причем в 6 уравнениях именно глаза являются единственной независимой переменной, которая лучше всего обеспечивает предсказания аттрактивности целого лица, в двух случаях необходимы 2 независимые переменные (глаза и рот, глаза и нос) и в одном случае используются 3 независимые переменные (лицо 1, женская подвыборка). В целом эти результаты однозначно показывают, что глаза как для мужчин, так и для женщин являются наиболее существенной частью лица, влияющей на их оценки аттрактивности (во всяком случае женского лица).

Такая же множественная линейная регрессия проводилась для всей (агрегированной) совокупно-

Результаты множественной линейной регрессии для отдельных лиц

Лицо	Мужчины	F/р	Женщины	F/р	Вся выборка	F/р
1	$A = 0,35g - 0,31r + 5,07$	4,43 0,06	$A = 0,39g + 0,24n + 0,59r + 1,38$	1,94 0,22	$A = 0,12g + 5,59$	0,50 0,49
2	$A = 0,49g + 2,25$	4,92 0,06	$A = 0,80g - 0,50$	11,38 0,01	$A = 0,66g + 0,91$	14,33 0,00
3	$A = 0,34g + 1,33$	3,53 0,10	$A = 0,81g - 0,73n + 3,27$	6,80 0,02	$A = 0,40g + 2,46$	8,03 0,01

сти лиц и их частей. Поясним, что в этом случае оценки аттрактивности, например отдельных лиц, рассматривались не как 3 переменные, а как 1 переменная, т. е. предварительно осуществлялся переход от данных по отдельным лицам к агрегированным данным. В результате уравнение линейной регрессии, которое наилучшим образом аппроксимирует полученные данные, имеет вид простого линейного уравнения с одной независимой переменной: $A = 0,52g + 2,42$ ($F = 30,46$; $p = 0,000$). Таким образом, и по совокупным данным подтверждается вывод о наибольшей значимости глаз в оценке аттрактивности лиц. На графике показана зависимость аттрактивности лиц (для всей совокупности лиц) от оценки аттрактивности глаз в соответствии с полученным уравнением регрессии.



Зависимость оценки аттрактивности лиц от оценки аттрактивности глаз (для всей совокупности лиц и глаз)

Анализ данных по оценке аттрактивности женщин до, во время беременности и после родов.

В табл. 4 представлены средние значения оценок привлекательности 10 женщин по их фотографиям, сделанным незадолго до беременности, в период беременности и через небольшой интервал времени после родов. В этой таблице приводятся результаты как всей выборки испытуемых (крайний правый столбец), так и мужской и женской подвыборок. Можно отметить следующие факты: 1) оценки привлекательности у мужчин и женщин в 7 из 10 случаев совпадали в отношении периода, в котором дан-

ное лицо кажется им наиболее привлекательным; 2) после родов только одна из 10 оцениваемых женщин казалась наиболее привлекательной (в мужской подвыборке это была женщина под номером 4, в женской подвыборке – женщина под номером 9); 3) в остальных 9 случаях наибольшая привлекательность примерно равно часто приписывалась оцениваемым женщинам в периоды до и во время беременности.

Самый простой способ оценить общее влияние периода жизни лица (до, во время и после беременности) на оценку аттрактивности заключается в анализе агрегированных данных. Средние значения таковых представлены в трех нижних строках табл. 4. Хорошо видно, что выше всего аттрактивность оценивается у женщин во время беременности, ниже всего – после беременности.

Другой способ оценки общего влияния периода жизни состоял в том, что на основе неагрегированных данных, представленных в табл. 4, вычислялся ранговый показатель A1, характеризующий степень аттрактивности лиц в различные моменты жизни, посредством присвоения 1 балла каждый раз, когда лицо оценивается (в мужской или женской подвыборке или в выборке в целом) как самое аттрактивное; в случае, если два лица имеют одинаковые средние значения, им присваивается 0,5 балла. Величины показателя A1 приводятся в табл. 5.

На основании представленных в табл. 5 значений показателей аттрактивности A1 можно утверждать, что аттрактивность женских лиц в периоды до и во время беременности является почти одинаковой; единственное расхождение заключается в том, что мужчинам немного больше нравятся женщины во время беременности (во всяком случае если мужчины не знают об этом). Совершенно очевидно, что наименьшей аттрактивностью обладают женщины после беременности: лишь одна из 10 женщин казалась аттрактивнее после родов и мужчинам, и женщинам.

С целью определения статистической значимости фактора «время» для оценки аттрактивности лиц проводился двухфакторный дисперсионный анализ. Одним из факторов (межсубъектным) выступал пол испытуемых (оценщиков), другим фактором (внутрисубъектным) был период жизни оцени-

Таблица 4

Средние значения оценок привлекательности женщин в разные моменты их жизни

Объект оценки	Моменты жизни	Испытуемые		
		Мужчины	Женщины	Вся выборка
1	До	1,00	3,50	2,25
	Во время	1,50	7,0	4,25
	После	1,00	1,00	1,00
2	До	3,00	7,00	5,00
	Во время	1,00	1,50	1,25
	После	-2,00	-3,00	-2,50
3	До	4,50	7,50	6,00
	Во время	0,50	6,00	3,25
	После	4,00	5,50	4,75
4	До	3,00	4,50	3,75
	Во время	3,00	4,50	3,75
	После	3,50	3,50	3,50
5	До	-3,50	0,50	-1,50
	Во время	0,00	5,00	2,50
	После	-3,50	-1,00	-2,25
6	До	3,50	8,50	6,00
	Во время	2,00	4,00	3,00
	После	0,00	0,00	0,00
7	До	-1,00	-1,00	-1,00
	Во время	1,50	5,00	3,25
	После	0,50	3,50	2,00
8	До	-5,00	-3,50	-4,25
	Во время	-1,50	2,50	0,50
	После	-4,50	-3,00	-3,75
9	До	0,00	5,00	2,50
	Во время	0,00	0,00	0,00
	После	-0,50	5,50	2,50
10	До	2,00	5,50	3,75
	Во время	3,00	4,00	3,50
	После	0,50	3,50	2,00
Агрегированные данные	До	0,75	3,75	2,25
	Во время	0,85	4,10	2,47
	После	-0,05	1,75	0,85

ваемого лица: до, во время и после беременности (этот фактор условно мы назвали «время»). Фактически такой анализ проводился 10 раз, т. е. отдельно для каждой из оцениваемых женщин. Рассмотрим результаты дисперсионного анализа первой по нашему списку женщины. Фактор «время» оказался значимым ($F = 5,53$; $df = 2$; $p < 0,01$), фактор «пол» также является значимым ($F = 17,53$; $df = 1$; $p =$

$= 0,001$); кроме того, значимым оказалось и взаимодействие «время x пол» ($F = 3,90$; $df = 2$; $p < 0,05$). Эти и аналогичные данные для других оцениваемых женщин сведены в табл. 6.

Анализируя данные, представленные в табл. 6, можно сделать вывод о том, что в большинстве случаев (70%) факторы «время» и «пол» являются значимыми, а их взаимодействие в большинстве случаев

Таблица 5

Значение рангового показателя аттрактивности лиц А1

Периоды	Испытуемые		
	Мужчины	Женщины	Вся выборка
До	3,5	4,5	5
Во время	5,5	4,5	5
После	1	1	0

Результаты двухфакторного дисперсионного анализа, проверяющего значимость эффекта пола испытуемых, периода жизни оцениваемого объекта и их взаимодействия

Объекты оценки	Факторы	F	df	p
1	«Время»	5,53	2	0,01
	«Пол»	17,53	1	0,01
	«Время x пол»	3,90	2	0,052
2	«Время»	26,07	2	0,001
	«Пол»	5,74	1	0,05
	«Время x пол»	3,05	2	Не значимо
3	«Время»	3,90	2	0,05
	«Пол»	90,46	1	0,001
	«Время x пол»	2,10	2	Не значимо
4	«Время»	0,04	2	Не значимо
	«Пол»	38,38	1	0,001
	«Время x пол»	0,34	2	Не значимо
5	«Время»	9,58	2	0,001
	«Пол»	0,33	1	Не значимо
	«Время x пол»	0,58	2	Не значимо
6	«Время»	17,20	2	0,001
	«Пол»	20,32	1	0,001
	«Время x пол»	3,03	2	Не значимо
7	«Время»	11,20	2	0,001
	«Пол»	3,93	1	Не значимо
	«Время x пол»	2,10	2	Не значимо
8	«Время»	17,94	2	0,001
	«Пол»	7,70	1	0,05
	«Время x пол»	1,37	2	Не значимо
9	«Время»	3,12	2	Не значимо
	«Пол»	2,96	1	Не значимо
	«Время x пол»	3,87	2	0,05
10	«Время»	1,86	2	Не значимо
	«Пол»	20,10	1	0,001
	«Время x пол»	0,91	2	Не значимо

(80%) – незначимым. Поэтому можно сделать вывод, что испытуемые мужского и женского пола в целом однообразно оценивают привлекательность женских лиц в разные периоды их жизни, но между ними, как правило, есть существенные различия в уровне оценки привлекательности (мужчины более критичны в отношении женской привлекательности).

Главный же вывод из этих данных состоит в том, что такие события жизни, как беременность и роды, оказывают существенное влияние на привлекательность женских лиц. Однако дисперсионный анализ не дает сведений о том, в какой именно период жизни женщины оцениваются как существенно более привлекательные по сравнению с другими периодами. Чтобы получить такие сведения, необходимо обратиться к анализу попарных сравнений средних оценок привлекательности лиц до беременности, во время беременности и после беременности. Такое сравнение проводилось с помощью t-теста для агрегированных данных (т. е. рассматривались средние значения по всем лицам одновременно).

По данным табл. 7 однозначно существенными являются различия для пар «До–после» и «Во время–после» в женской подвыборке и во всей выборке.

В мужской подвыборке различия между этими парами, строго говоря, не достигли уровня значимости, но очень близки к нему. Различия в парах «До–во время» во всех трех случаях являются незначимыми. Таким образом, и на основе показателя привлекательности, и с помощью проверки значимости различий между средними подтверждаются два общих вывода: 1) о примерном равенстве привлекательности лиц до и во время беременности; 2) о самой низкой привлекательности лиц после беременности (родов).

Анализ данных по связи между оценками привлекательности и личностными атрибутами (галло-эффект).

При анализе данных, касающихся отношений между привлекательностью лиц и личностными свойствами, приписываемыми нашими испытуемыми этим лицам, можно воспользоваться простой процедурой, результаты которой сведены в табл. 8. Содержимое этой таблицы показывает абсолютные частоты положительных и отрицательных личностных свойств, которые приписывались трем женским лицам. Кроме того, в этой таблице приводятся средние показатели привлекательности каждого лица и относительный

Таблица 7

Результаты попарной проверки значимости различий между средними оценками аттрактивности всех лиц в целом в различные моменты жизни

Пары сравнения	Испытуемые					
	Мужчины		Женщины		Вся выборка	
	t(df = 99)	p	t(df = 99)	p	t(df = 199)	p
До-во время	-0,20	0,84	-0,557	0,58	-0,56	0,57
До-после	1,88	0,06	3,166	0,00	3,66	0,00
Во время-после	1,84	0,07	4,253	0,00	4,37	0,00

Таблица 8

Частотное распределение личностных атрибуций лицам с разной аттрактивностью

Объект оценки	Аттрактивность	Количество положительных атрибуций (N+)	Количество отрицательных атрибуций (N+)	k
1	6,00	37	8	0,64
2	0,75	10	25	-0,43
3	3,25	25	14	0,23

индекс k, вычисляемый по формуле: $k = (N_+ - N_-) / (N_+ + N_-)$.

Нетрудно заметить существование вполне однозначной зависимости между аттрактивностью и личностными атрибуциями. Чем выше аттрактивность, тем больше положительных и, соответственно, тем меньше отрицательных качеств испытуемые приписывают оцениваемому человеку. Для проверки гипотезы о неслучайности (неравномерности) распределения частот положительных и отрицательных атрибуций в зависимости от степени аттрактивности, т. е. гипотезы о связи аттрактивности и атрибуции, применялся критерий χ^2 . Вычисленное значение этого критерия по представленным в табл. 8 частотам (количество положительных и отрицательных атрибуций) равно 24,15, что значительно больше критического значения (крит. $\chi^2 = 9,21$ для $p = 0,01$). Это означает, что существует неслучайная зависимость между аттрактивностью и частотой положительных и отрицательных атрибуций.

Общее обсуждение

Рассмотрим основные результаты трех частей анализа результатов. Во-первых, с помощью множественного линейного регрессионного анализа было достаточно четко и однозначно установлено, что из трех сравнивавшихся частей женского лица наибольший вклад в общую аттрактивность вносит область глаз, наименьший – нос. Кроме того, было установлено, что глаза являются наиболее существенной частью лица, влияющей на оценки аттрактивно-

сти (во всяком случае женского лица), с точки зрения как испытуемых-мужчин, так и женщин. Таким образом, можно сделать вывод, что гипотеза о дифференциальном вкладе частей лица в общую оценку его аттрактивности полностью подтверждена.

Во второй части анализа, направленного на сравнение по аттрактивности женщин до, во время и после беременности, с помощью дисперсионного анализа и t-теста было надежно установлено, что наименьшей аттрактивностью обладают женщины после беременности: лишь одна из 10 женщин казалась аттрактивнее после родов. Статистически более высокие оценки аттрактивности женщины получают до и во время беременности, причем эти два периода существенно не отличаются по привлекательности. Данные выводы справедливы как для всей выборки испытуемых, так и для мужской и женской подвыборок. Учитывая, что эти факты установлены впервые, мы можем надеяться, что они привлекут внимание других исследователей, которые попытаются проверить их воспроизводимость, надежность и область применения.

В третьей части анализа результатов осуществлялась проверка взаимосвязи между оценками аттрактивности и личностными атрибуциями, другими словами, между внешними и внутренними качествами личности с точки зрения наблюдателей. Применение критерия χ^2 позволило установить неслучайную связь между оценками аттрактивности и атрибуцией личностных свойств. Тем самым подтвержден известный социально-психологический факт

(частный случай галоэффекта, или эффекта ореола), что во всяком случае при первом знакомстве людей их внешний вид и физическая привлекательность служат основанием для приписывания скрытых, глубинных личностных свойств. Если объединить результаты, полученные нами в первой и третьей частях исследования, то, пожалуй, имеются все основания утверждать, что им соответствует общеизвестная поговорка: «Глаза – зеркало души». Нетрудно заметить, что первая часть исследования доказывает большой вклад глаз в оценку аттрактивности, а третья часть – связь аттрактивности с атрибуцией душевных качеств. Следовательно, глаза выступают также и в качестве предиктора личностных свойств. В связи с этим возникает вопрос о том, насколько точным предиктором могут служить глаза, равно как и общая аттрактивность лица, для свойств (черт)

личности. В настоящем исследовании мы не проводили диагностику личностных свойств объектов оценки, но было бы весьма интересно осуществить это в будущем исследовании.

Таким образом, на основании полученных результатов можно сделать следующие выводы:

1. Разные части лица вносят неодинаковый вклад в оценку аттрактивности, и особенно важным фактором общей оценки являются глаза.

2. Физическая привлекательность женских лиц может изменяться на протяжении относительно небольших периодов времени в связи с беременностью и родами.

3. Физическая привлекательность влияет на оценку личностных качеств человека: чем выше привлекательность, тем более позитивно оцениваются личностные качества человека.

Литература

1. *Зинченко В.П.* Духовность (Духовное, Дух) // Большой психологический словарь / Под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. СПб.; М., 2003. С. 149–150.

2. *Мещеряков Б.Г.* Аттрактивность // Большой психологический словарь / Под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. СПб.; М., 2003. С. 48.

3. *Мещеряков Б.Г.* Фейс-символы как психологические орудия // Культурно-психологическая психология. 2006. № 1.

4. *Нэп М., Холл Д.* Невербальное общение: Учебник. СПб., 2004.

5. *Ухтомский А.А.* Доминанта. СПб., 2002.

6. *Чалдини Р.* Психология влияния. СПб., 1999.

7. *Bull R., Rumsey N.* The Social Psychology of Facial Appearance. N. Y., 1988.

8. *Patzer G. L.* The Physical Attractiveness Phenomenon. N. Y., 1985.

Eyes as predictors of perceptible physical attractiveness of women's faces

B.G. Mescheryakov

Ph.D. in Psychology,

Professor of Psychology Department at the Dubna International University for Nature, Society and Man

D.V. Yuschenkova

Bachelor degree, 5th year student at the Dubna International University for Nature, Society and Man

The article describes the results of the experimental study on estimating the attractiveness of women's faces. Young people aged from 20 to 30 (10 men and 10 women) participated in the experiment. A special computer program had been used for displaying photographs and recording answers. There were three hypotheses to be assessed. First, it was assumed that eyes play the most important role in estimating the attractiveness of one's face (in comparison with nose and mouth). This eyes-hypothesis was confirmed using the multilinear regression. Second, it was assumed that the attractiveness of women's faces might undergo some changes over a period of time due to pregnancy and childbirth. This hypothesis was also confirmed. And third, the experiment proved the known fact one's attractiveness affects the estimation of his/her personality characteristics by others: the more attractive a person is, the more positive is the estimation of his/her personality.

Keywords: human face, parts of a face, eyes-hypothesis, physical attractiveness, estimation of attractiveness of women's faces, the influence of pregnancy on physical attractiveness, halo effect.

References

1. *Zinchenko V.P.* Duhovnost' (Duhovnoe, Duh) // Bol'shoi psihologicheskii slovar' / Pod red. B.G. Mesheryakova, V.P. Zinchenko. SPb.; M., 2003.
2. *Mesheriyakov B.G.* Attraktivnost' // Bol'shoi psihologicheskii slovar' / Pod red. B.G. Mesheryakova, V.P. Zinchenko. SPb.; M., 2003.
3. *Mesheriyakov B.G.* Feis-simvoly kak psihologicheskie orudiya // Kul'turno-istoricheskaya psihologiya. 2006. № 1.
4. *Nepp M., Holl D.* Neverbal'noe obshenie: Uchebnik. SPb., 2004.
5. *Uhtomskii A.A.* Dominanta. SPb., 2002.
6. *Chaldini R.* Psihologiya vliyaniya. SPb., 1999.
7. *Bull R., Rumsey N.* The Social Psychology of Facial Appearance. N. Y., 1988.
8. *Patzer G. L.* The Physical Attractiveness Phenomenon. N. Y., 1985.