



ПЕРЦЕПТИВНОЕ ДОВЕРИЕ И АДЕКВАТНОСТЬ ОЦЕНКИ ЛИЧНОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЧЕЛОВЕКА В РАЗЛИЧНЫХ УСЛОВИЯХ ВОСПРИЯТИЯ

ДИВЕЕВ Д.А.*, *Московский государственный психолого-педагогический университет (МГППУ),
Москва, Россия*
e-mail: diveev2@gmail.com

ДЕМИДОВ А.А.**, *Московский институт психоанализа,
Москва, Россия*
e-mail: alexander.demidov19@gmail.com

Данная статья посвящена изучению перцептивного доверия и адекватности оценки психологических характеристик человека в различных условиях восприятия. В исследовании приняли участие 96 человек. В качестве условий восприятия выступили следующие параметры: видеointервью с голосом, видеointервью без голоса, фотоизображение лица и аудиозапись интервью. При изучении психологических характеристик человека использовались ряд шкал, составляющих перцептивное доверие и две методики: «Личностный дифференциал» и «16-факторный личностный экспресс-опросник Р.Б. Кеттелла». По результатам проведенного эмпирического исследования установлено, что оценка перцептивного доверия и психологических характеристик человека меняется в зависимости от перцептивных условий. Демонстрация видео с голосом или без голоса вызывает большее перцептивное доверие, чем в условиях демонстрации фотоизображения или прослушивания аудиозаписи интервью. Оценки перцептивного доверия по фотоизображению лица и по голосу не отличаются друг от друга. Наибольшее количество адекватных оценок психологических характеристик получено в условиях восприятия видеointервью без звука и по аудиозаписи интервью, наименьшее количество — по фотоизображению лица

Ключевые слова: познание, общение, оценка, адекватность восприятия, перцептивное доверие, условия восприятия, личностные характеристики человека.

Введение

Проблема доверия к человеку носит фундаментальный характер, она имеет много аспектов, своих оттенков, граней исследования и зародилась она тогда, когда человек начал что-то осмысливать в своем существовании. Понятие доверия сейчас используется во многих науках, не только в психологии. В нашей статье речь пойдет о перцептивном до-

Для цитаты:

Дивеев Д.А., Демидов А.А. Перцептивное доверие и адекватность оценки личностных характеристик человека в различных условиях восприятия // Экспериментальная психология. 2018. Т. 11. № 1. С. 35—48. doi:10.17759/exppsy.2018110102

* *Дивеев Д.А.* Кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, Центр экспериментальной психологии, Московский государственный психолого-педагогический университет. E-mail: diveev2@gmail.com

** *Демидов А.А.* Кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии, Московский институт психоанализа. E-mail: alexander.demidov19@gmail.com



верии — доверии к незнакомому человеку, возникающем в первые миллисекунды, секунды или минуты взаимодействия с ним, а также попытке изучить адекватность оценок личностных характеристик человека в различных условиях восприятия.

Известно, что люди могут различать лица, вызывающие доверие и не вызывающие доверие уже после 33 мс демонстрации фотоизображения лица, а корреляции с оценками, выполненными при неограниченном времени демонстрации лица близки к оценкам при времени с экспозициями лица от 167 мс и выше (Todorov, Pakrashi, Loehr, Oosterhof, 2007). Это говорит о том, что для формирования доверия к незнакомому человеку достаточно 100–200 мс, а то и меньше (Willis & Todorov 2006; Демидов, Дивеев, 2015), а для оценки привлекательности человека времени затрачивается еще меньше (Willis & Todorov, 2006).

Изучение вопроса о формировании перцептивного доверия является важным и актуальным направлением современной психологии восприятия. Интерес к тематике перцептивного доверия обусловлен как минимум двумя причинами. Во-первых, с эволюционной точки зрения нам необходимо быстро и точно распознавать угрозу, иначе мы бы просто не выжили, следовательно, нам надо понимать, кому мы можем доверять, а кому нет, от кого исходит угроза нашему существованию, а кто безопасен для нас. Во-вторых, это вопрос нашего развития и процветания; находясь в социуме, мы постоянно принимаем решения о взаимодействии, на основе которых строится наше дальнейшая траектория жизни.

К наиболее значимым источникам информации в начале общения относят выражение лица и голос (Барабанщиков, 2009; Лабунская, 1999; Морозов, 1998; Bruce, Young, 2000; Scherer, 2005 и др.). Проблема оценки психологических особенностей человека при восприятии выражения его лица и голоса по отдельности получила достаточно интенсивную разработку как в отечественной, так и в западной психологической науке (Демидов, 2009). И лишь небольшое количество исследований посвящено изучению роли комплексного взаимодействия указанных источников информации о человеке в формировании целостного, «полимодального» представления о его психологических особенностях. Причем данные исследований касаются в основном изучения интеграции аудиовизуальной информации при восприятии речи человека (McGurk & MacDonald, 1976; Munhall & Vatikiotis-Bateson, 1998 и др.).

Как показывают исследования, наши первые впечатления о других людях могут быть точными. Например, люди прекрасно оценивают некоторые личностные черты или сложные, комплексные социальные характеристики, такие, например, как превосходство, статус, теплота или угроза (Ambady, Bernieri, & Richeson, 2000; Berry, 1990; Brothers, 1997; Funder, 1987; Hassin & Trope, 2000; Zebrowitz, 1997). Показано, что точные оценки личностных качеств незнакомца возможны. В ряде известных исследований наблюдателям показывали на относительно коротких интервалах времени (4–10 мин) фрагменты поведения незнакомца, и они с большой степенью точности оценивали их правильно (Ambady et al., 2000; Ambady & Rosenthal, 1992; Funder, 1987).

В этой связи возникает ряд интересных вопросов о значимости условий восприятия. В качестве условий восприятия мы выбрали 4 ситуации восприятия: 1) видео натурщика с его голосом, в виде небольшого интервью; 2) тоже видео натурщика, но без голоса; 3) фотоизображение натурщиков; 4) только аудиозапись голоса натурщика. Какая ситуация в наибольшей степени повлияет на высокую оценку перцептивного доверия? В каких ситуациях восприятия обнаружится наибольшее количество адекватных оценок психологических характеристик человека? Будут ли доминировать видео ситуации в более адекватном восприятии натурщиков или значимыми будут другие ситуации, например, ситуация с прослушиванием голоса? Данная работа



как раз посвящена изучению этих вопросов. Мы предполагаем, что перцептивное доверие, как и оценка индивидуально-психологических характеристик человека, будет меняться в зависимости от условий восприятия. Мы также считаем, что видеoinформация будет доминировать в вопросе о более значимых оценках перцептивного доверия и более адекватном восприятии психологических характеристик человека в сравнении с ситуациями с фото и аудио источниками.

Стимульный материал

Для создания стимульного материала было сформировано 4 условия восприятия: 1) и 2) видеоролики интервью на предмет ценностной сферы личности со звуком и без звука, 3) фотоизображения лиц натурщиков и 4) голосовая запись интервью без видео. В качестве натурщиков выступили две женщины и двое мужчин в возрасте от 29 до 47 лет, принадлежащие к европеоидной расе, фото натурщиков представлены на рис. 1.



Рис. 1. Фотоизображения лиц натурщиков

На момент съемок все натурщики находились в нормальном физическом и эмоциональном состоянии, признаков беспокойства и волнения выявлено не было. Участники подтвердили, что чувствуют себя хорошо и настроены на «работу».

Фотосъемка натурщиков проходила в Институте экспериментальной психологии МГППУ с использованием профессиональных осветителей и профессиональной видеокамеры «Sony». Фотографии подлежали обработке и стандартизировались в программе «Corel PaintShop Pro X9». Фотоизображения сделаны в анфас и помещены на серый фон, который является нейтральным, хорошо выделяя лица натурщиков.

Перед началом видеосъемки натурщиков экспериментатором было озвучено, что в ходе интервью будет задано 5 вопросов, которые могут показаться весьма непростыми, в связи с этим каждый натурщик может думать над ответом столько времени, сколько ему необходимо. Также было сказано, что следует концентрироваться только на вопросе, не думая при этом об экспрессиях лица и о том, как человек выглядит перед камерой в настоящий момент. Мотивацией участия в исследовании для всех натурщиков было желание узнать, как их личностные свойства оценивают незнакомые люди. Запись видеосъемки также проводилась в Институте экспериментальной психологии МГППУ на том же оборудовании, что и при фотографировании натурщиков. Натурщиков снимали на видео по пояс, т. е. в кадр входило лицо и верхняя часть тела.

Участникам исследования были заданы следующие вопросы:

1. Что для вас является наибольшей ценностью в жизни?
2. Как, по-вашему, ради чего стоит жить?
3. Как вы думаете, что такое совесть?
4. Как вы хотите прожить свою жизнь в идеале. Какой вы ее видите?



5. Как бы мог строиться ваш идеальный день?

Выбор данных вопросов был не случайным — все они затрагивают экзистенциальную тематику. Это сделано главным образом для того, чтобы лучше проявились, раскрылись различные паттерны невербального поведения натурщика, такие как его мимика, кинесика, пантомимика и голосовые особенности.

Различные условия восприятия человека

1. Сочетание зрительной и аудио модальностей (видео + звук). Первое условие представлено видеозаписью интервью экспериментатора с натурщиком. Особенность данного условия состоит в том, что оно наиболее полно представляет незнакомого человека. Наблюдатели имеют возможность не только видеть экспрессии лица натурщиков в динамике, но и изменения пространственных положений головы, тела, рук, а также слышать голос и его проявление. Кроме этого, наблюдателю открывается также смысловое содержание ответов, которое может изменить впечатление о наблюдаемых людях, полученное в первые мгновения их восприятия.

2. Зрительная модальность (видео). Видеозапись того же интервью только без демонстрации голоса натурщика. В данном случае испытуемые лишены дополнительных информационных опор, таких как изменения тональности голоса и смыслового содержания ответов натурщиков. При вынесении оценок наблюдатели ориентируются исключительно на визуальные средства передачи информации.

3. Зрительная модальность (фото). Третье экспериментальное условие — это предъявление испытуемым статических цветных фотоизображений. В этом случае у наблюдателей отсутствует динамический компонент зрительного восприятия, что в свою очередь приводит к сужению перцептивного информационного поля. Единственной опорой для вынесения суждения о наблюдаемом человеке в данной ситуации является его лицо.

4. Аудиальная модальность (звук). Четвертое экспериментальное условие — это демонстрация только голоса натурщиков без визуального ряда. В данном случае при оценке натурщиков наблюдатели опираются только на динамические характеристики голоса, такие как сила, тембр, высота, темп речи, ее подвижность (способность говорящего свободно и естественно менять силу, высоту и темп). Испытуемым становится также доступна эмоциональная окраска голоса и смысловое содержание речи, ответов натурщиков.

Выборка

В исследовании приняли участие 96 испытуемых — студенты Московского института психоанализа и Московского государственного психолого-педагогического университета. Возраст испытуемых составил от 18 до 59 лет.

Дизайн эксперимента

Было сформировано 4 независимые группы испытуемых по 24 человека в каждой. Каждой группе испытуемых предлагалось оценить только одно условие восприятия. В качестве *независимой переменной* выступали условия восприятия натурщиков, их было четыре: 1) видео + голос; 2) видео без голоса; 3) фото; 4) аудиозапись. В качестве *зависимой переменной* использовались 2 методики: методика «Личностный дифференциал» и «16-факторный личностный экспресс-опросник Р. Б. Кеттелла», — а также 4 шкалы, относящиеся к характеристике «доверие».

1) сравнивались оценки испытуемых между собой по различным условиям восприятия;



2) сравнивались оценки испытуемых в различных условиях восприятия с экспертной оценкой натурщиков.

Процедура исследования

Участников исследования приглашали в учебную аудиторию и предлагали познакомиться с инструкцией заполнения методик. Далее экспериментатор рассказывал, что будет происходить и проводил инструктаж о том, как заполнять методики. Стимульный материал предъявлялся испытуемым в учебной аудитории Института экспериментальной психологии МГППУ на плазменной панели Panasonic TH-65PF9WK диагональю 65 дюймов. Порядок предъявления видео и аудиозаписей был следующим: воспроизводилась одна запись, затем испытуемым давалось время для заполнения бланков обеих методик (примерно 10–15 минут), после этого воспроизводилась следующая запись. В такой последовательности были воспроизведены все четыре видео и аудио фрагмента. Время первой записи — 4 минуты 10 секунд, второй — 2 минуты 42 секунды, третьей — 4 минуты 06 секунд, четвертой — 7 минут 55 секунд.

Метод и методики исследования

1. Метод структурированного интервью.
2. Метод видеорегистрации. Использовался главным образом для создания визуального динамического стимульного материала.
3. Для исследования перцептивного доверия использовались 5-ранговые семантические шкалы «Недоверие—Доверие», «Честный—Неискренний», «Обаятельный—Непривлекательный», «Враждебный—Дружелюбный»;
4. Для исследования точности оценок индивидуально-психологических особенностей человека использовались методики «Личностный дифференциал» и «16-факторный личностный экспресс-опросник Р. Б. Кеттелла».

Формирование экспертной оценки

Для определения адекватности оценки перцептивного доверия натурщиков в различных условиях восприятия в качестве опорной переменной использовалось среднее значение из двух источников: 1) от самооценки натурщиков и 2) оценок от трех экспертов по тем же шкалам и методикам.

Экспертами выступили люди, знающие натурщиков более трех лет и имеющие опыт общения с ними в различных ситуациях (возраст от 25 до 54 лет) — по каждому натурщику были даны три экспертные оценки. Экспериментатор связывался со всеми экспертами, разъяснял им информацию относительно проводимого исследования, высылал соответствующие шкалы с инструкций и получил заполненные бланки ответов в электронном виде. Для получения объективных оценок и с натурщиками, и с экспертами была проведена беседа о том, что заполненные методики будут направляться экспериментатору напрямую и будут использованы только для исследования, также было озвучено, что экспертные оценки не будут показаны натурщикам.

По каждой из методик получено 4 самооценки и 12 экспертных мнений. Самооценка и оценка экспертов далее по тексту будут обозначаться просто как экспертные оценки.

Статистическая обработка

Статистическая обработка данных проводилась с помощью непараметрического U-критерия Манна—Уитни, поскольку полученные данные были распределены ненормально.



Результаты исследования и их обсуждение

Оценка перцептивного доверия в различных условиях восприятия.

Первое, что можно отметить, — это то, что натурщики по первым двум условиям, т. е. видео с голосом и видео без голоса воспринимаются одинаково, по всем четырем характеристикам перцептивного доверия (рис. 2–5). Иначе говоря, условия с видео интервью или видео интервью без звука не влияют на оценку составляющих компонентов перцептивного доверия.

В ситуации восприятия натурщиков по видео с голосом и без голоса обнаруживаются статистически значимые различия в оценке перцептивного доверия в сравнении с ситуациями восприятия по фотоизображению и звуковой записи голоса (рис. 2). При этом в первых двух условиях натурщики вызывают у испытуемых больший уровень доверия, чем по фото и голосу. Вероятно, это связано с тем, что испытуемые лишены возможности видеть экспрессию лица в полном объеме, наблюдать за динамическим изменением паттернов невербального поведения натурщиков в процессе интервью.

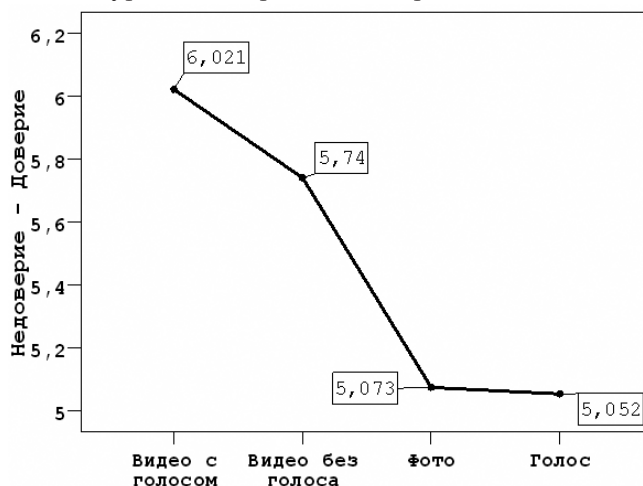


Рис. 2. Оценки испытуемых по шкале «Недоверие—Доверие» в разных условиях восприятия

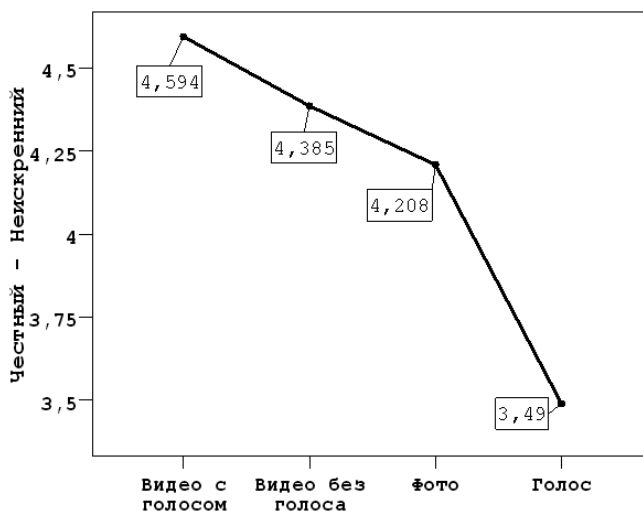


Рис. 3. Оценки испытуемых по шкале «Честный—Неискренний» в разных условиях восприятия

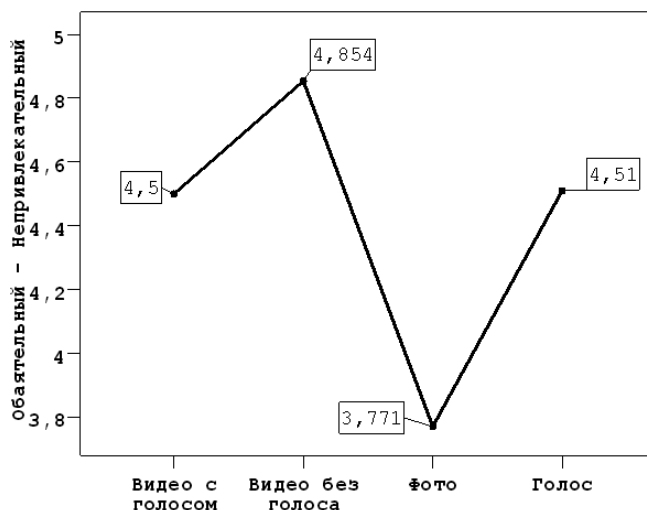


Рис. 4. Оценки испытуемых по шкале «обязательный — непривлекательный» в разных условиях восприятия

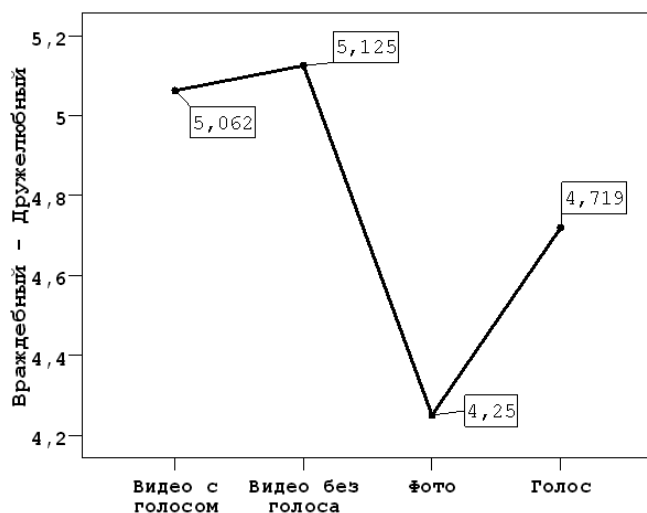


Рис. 5. Оценки испытуемых по шкале «враждебный — дружелюбный» в разных условиях восприятия

Речь в оценках перцептивного доверия оказывается менее значима, в сравнении со зрительным наблюдением. Человек больше обращает внимание на невербальную составляющую общения, чем на смысловое содержание речи и ее динамические характеристики. Если посмотреть с точки зрения эволюционной теории, с точки зрения выживания вида, то такое объяснение весьма правдоподобно, поскольку от оценок перцептивного доверия во многом зависит наша жизнь, а визуальные стимулы очень информативны. Необходимо также обратить внимание на то, что не обнаружено статистически значимых различий между оценками доверия по фотоизображению лица и прослушиванию голоса натурщика. Таким образом, видео с голосом или без вызывает большее доверие к человеку, нежели демонстрация фото или прослушивание его голоса.



Оценки по шкале «честный—неискренний» проявляют другую картину. С нашей точки зрения, «честность» и «доверие» — это синонимы и полученные результаты должны быть похожими. Исходя из данных статистического анализа, видно, что оценки честности между аудиозаписью и тремя остальными условиями восприятия (видео с голосом, видео без голоса и фотоизображением) различны, при этом между первыми тремя условиями различий нет (рис. 3). Натурщики воспринимаются по голосу более честными, чем в других условиях восприятия. Визуальность стимулов, выражение лица, его динамика меняют оценки в сторону неискренности. Получается, что я могу доверять, но при этом понимать, что человек может быть не искренним. С одной стороны, визуальность стимулов увеличивает доверие к незнакомому человеку, а с другой, увеличивает ощущение неискренности натурщиков. Весьма вероятно, что испытуемые вкладывают разный смысл в значение терминов «доверие» и «честность». Возможно, визуальные стимулы и несут в себе как раз тонкие объектные маркеры различий в оценках данных понятий. Только в третьем условии, восприятие натурщиков по фотоизображению, оценки доверия и честности примерно совпадают. Оценка по фото в сравнении с другими условиями в любом случае вызывает большее недоверие, подозрительность и неискренность.

Интересно обсудить еще одну особенность полученного результата по шкале «обаятельный—непривлекательный». Перцептивное доверие сильно коррелирует с оценками привлекательности и красоты (Willis & Todorov 2006). В нашем исследовании получилось как раз наоборот: наибольшие оценки обаятельности получились при условии восприятия натурщиков по фотоизображению, условию в котором мы обнаруживаем наименьшие оценки по доверию (рис. 2 и 4). Таким образом, мы подтверждаем своим результатом, что установка «то, что красиво, вызывает доверие» не всегда верна. Оценка непривлекательности голоса и оценка недоверия к натурщикам — совпадают, и в этом случае обратная установка «то, что некрасиво, не вызывает доверие» оказывается верной. Таким образом, известная установка межличностной перцепции «обаятельный или красивый — значит хороший, ему можно доверять» проявляется не всегда и зависит от условий восприятия.

Сопоставляя оценки, полученные по шкале «враждебный—дружелюбный» и по шкале «доверие—недоверие», обнаруживаем, что по трем условиям они логически совпадают, а при оценке натурщиков по голосу — нет. Оценки дружелюбности натурщиков соотносятся с оценками доверия к ним по трем условиям восприятия, тогда как оценка голоса как дружелюбного вызывает недоверие к ним.

Интересно отметить еще один факт: в условиях демонстрации видео с голосом или без голоса, если человек воспринимается дружелюбным и при этом непривлекательным, и даже неискренним, он, тем не менее, вызывает доверие. При условии демонстрации фотоизображения лица, натурщики вызывают большее недоверие, чем по видео, и при этом они воспринимаются более враждебными и неискренними, хотя и оцениваются испытуемыми обаятельными. При условии прослушивания аудиозаписи интервью, натурщики вызывают большее недоверие, чем по видео, хотя испытуемые оценивают их голос как честный и дружелюбный, но при этом не привлекательный. В аудио условии привлекательность голоса соотносится с доверием к человеку. Привлекательный голос вызывает доверие, непривлекательный голос не вызывает доверие. На такую оценку могло повлиять содержание интервью, но это требует дополнительного исследования.



Оценка адекватности личностных характеристик человека в различных условиях восприятия.

Оценка адекватности личностных характеристик человека подразумевает совпадение экспертных оценок с оценками испытуемых. Результаты исследования показывают, в каком из условий восприятия (рис. 6) и по каким психологическим характеристикам (табл. 1) наблюдается адекватность восприятия.

Из рисунка 6 видно, что наиболее адекватные оценки психологических характеристик натурщиков наблюдаются в условии демонстрации видео без голоса — 32% совпадений, практически такая же эффективность — при демонстрации аудиозаписи голоса натурщиков — 29%. Условие с демонстрацией фотоизображений показывает 16% адекватности психологических оценок, тогда как условие видео и аудио — 23%. Получается, что по отдельности условия с демонстрацией видео и аудио наиболее эффективны в оценках адекватности психологических характеристик человека. Условие видео и аудио вместе содержит в себе наибольшую информацию о человеке, которая как раз может сбивать с толку наблюдателей и таким образом снижать адекватность восприятия. Демонстрация фотоизображений в сравнении с другими условиями восприятия явно проигрывает, здесь только статичная информация, без динамики. Можно сделать вывод о том, что динамический стимульный материал (видео или аудио или их сочетание) в большей степени помогает в оценивании адекватности профиля личности.

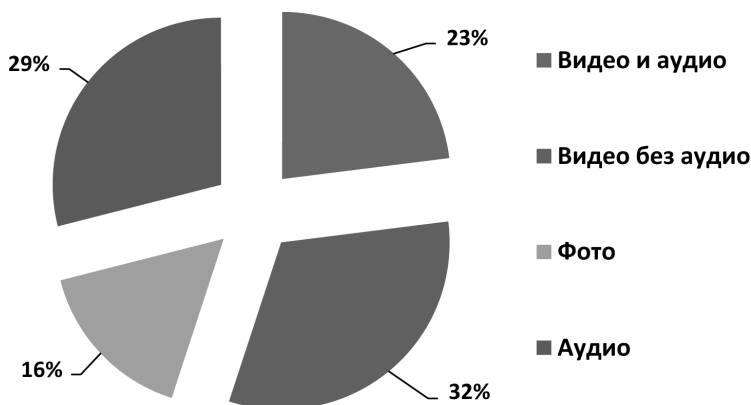


Рис. 6. Распределение адекватности оценок личностных характеристик человека в разных условиях восприятия

Характеристика «суетливость—спокойствие» верно оценена по всем четырем условиям восприятия, что говорит о том, что данное личностное свойство воспринимается по визуальным и вербальным каналам общения достаточно эффективно, причем как по отдельности, так и в сочетаниях условий, а также по фотоизображению лица человека.

Характеристика «эмоциональная нестабильность—стабильность» и «раздражительность—невозмутимость» достоверно оценены по трем условиям, кроме полноценного видео с аудио, т. е. в ситуации восприятия натурщиков по видеоматериалу с голосом испытуемые оценивают данные характеристики не так точно, как в других перцептивных условиях.

Адекватные оценки по характеристике «подозрительность—доверчивость» получены в ситуациях восприятия натурщиков по видеоматериалу (с голосом и без голоса) и по аудиозаписи. Данное личностное свойство достоверно раскрывается как в визуальных аспектах общения, так и в речи человека. Статическое выражение лица не дает достаточной



информации для точной оценки представленной характеристики. Характеристики «замкнутость—общительность», «спокойствие—тревожность», «реализм—чувственность» достоверно оценены по видео с голосом и по видео без голоса. Данные личностные свойства наиболее полно и точно раскрываются в визуальном аспекте общения. Адекватные оценки по характеристике «слабость—сила» получены в ситуации восприятия натурщиков по видео без голосового сопровождения и по фотоизображению. Возможно, это связано с реакцией организма на угрозу, поскольку важнее не столько услышать, сколько увидеть ее.

Личностные характеристики «конкретное мышление—абстрактное мышление, «практичность—мечтательность» адекватно воспринимаются по видеоматериалу без голоса и по аудиозаписи. Изолированный визуальный и аудиальный каналы восприятия в данном случае предоставляют более точную информацию о проявлении характеристик у натурщиков, чем совокупность информационных параметров, полученных по вербальным и невербальным компонентам общения в ситуации видеоматериала с голосом. Представленные личностные свойства раскрываются в смысловом содержании речи человека, в тональности голоса, речевой экспрессивности, в жестикуляции, мимике лица, в его движениях и позах — данные перцептивные компоненты общения помогают наблюдателям достоверно оценить натурщиков. Однако в ситуации одновременного «считывания» речевой и визуальной информации точной оценки вышеописанных свойств со стороны испытуемых не происходит — получается, что один канал восприятия не дополняет второй, а возможно, наоборот, перебивает его, тем самым не позволяя вынести верные суждения в отношении наблюдаемых людей. Статическое фотоизображение также не является тем условием восприятия, по которому происходит точное «считывание» указанных характеристик — поступающей информации по лицу натурщика вне его динамической экспрессивности оказывается недостаточно для вынесения достоверной оценки.

Таблица 1

**Психологические характеристики, оцененные адекватно
в различных условиях восприятия**

Видео и аудио информация (23%)	Видео без аудио информации (32%)
Замкнутость—общительность; Сдержанность—экспрессивность; Реализм—чувственность; Подозрительность—доверчивость; Спокойствие—тревожность; Решительность— нерешительность; <i>Суетливость — спокойствие</i>	Замкнутость—общительность; Конкретное мышление—абстрактное мышление; Эмоциональная нестабильность—стабильность; Реализм—чувственность; Подозрительность—доверчивость; Практичность—мечтательность; Спокойствие—тревожность; Слабость—сила; <i>Суетливость—спокойствие;</i> <u>Раздражительность—невозмутимость</u>
Фотоизображение (16%)	Аудио информация (29%)
Эмоциональная нестабильность—стабильность; Прямолинейность—проницательность; Слабость — сила; <i>Суетливость—спокойствие;</i> <u>Раздражительность—невозмутимость</u>	Конкретное мышление—абстрактное мышление; Эмоциональная нестабильность—стабильность; Подозрительность—доверчивость; Практичность—мечтательность; Прямолинейность—проницательность; Разговорчивость—молчаливость; Замкнутость—открытость; <i>Суетливость—спокойствие;</i> <u>Раздражительность—невозмутимость</u>



Личностные характеристики «прямолинейность—проницательность» адекватно воспринимаются испытуемыми по фотоизображению и аудиозаписи. Характеристики «сдержанность—экспрессивность» и «решительность—нерешительность» адекватно оцениваются испытуемыми в ситуации просмотра видеоматериала с голосовым сопровождением. В данном случае можно говорить о том, что натурщики достоверно воспринимаются наблюдателями при одновременном «считывании» вербальных и невербальных проявлений общения — здесь важно и то, как человек говорит и что именно он говорит. Аудиальный и визуальный каналы восприятия предоставляет испытуемым достаточную информацию для вынесения верного суждения в отношении натурщиков по представленной характеристике.

Характеристики «разговорчивый—молчаливый» и «замкнутый—открытый» адекватно оцениваются испытуемыми по аудиозаписи. Представленные личностные свойства находят отражение в продолжительности монологичной речи человека, в ее темпе и интонационной выразительности, в динамических характеристиках голоса — данные параметры достаточно быстро и адекватно «считываются» по голосовой записи натурщиков. Стоит отметить, что по видеоматериалу с голосом не происходит точной оценки указанных свойств — когда к вербальному компоненту общения добавляется еще и визуальный, то личностные суждения испытуемых меняются и теряют свою достоверность.

Наибольшее количество достоверных оценок получено в ситуации предъявления испытуемым видеоматериала без голосового сопровождения, т. е. визуальные динамические проявления общения вне аудиального контекста предоставляют наиболее точную информацию о натурщиках из всех экспериментальных условий восприятия. Именно динамический визуальный компонент перцептивного процесса, изолированный от вербальных коммуникационных параметров, является ведущей информационной опорой для вынесения адекватного суждения в отношении наблюдаемого человека, а зрительный анализатор является самым важным, так как на биологическом уровне от него в большей степени зависит выживаемость индивида. В ситуации восприятия натурщиков по видеоматериалу с голосом получено меньше точных оценок по изучаемым в исследовании характеристикам, чем по видеоматериалу без голоса — это говорит о том, что при одновременном «считывании» вербальной и невербальной информации, так или иначе, происходит распределение внимания по разным каналам восприятия, которые не всегда взаимодополняют друг друга. Помимо того, что одно информационное поле может вступать в диссонанс с другим (аудиальное с визуальным), при восприятии смыслового содержания речи человека и динамических характеристик его голоса определенные визуальные паттерны общения могут быть не распознаны наблюдателями, что, в свою очередь, может привести к снижению точности межличностной перцепции.

Интересно также отметить, что большая часть психологических характеристик, оцениваемых адекватно по фотоизображению лица, носят эмоциональный характер.

Выводы

1. По результатам проведенного эмпирического исследования установлено, что оценка перцептивного доверия и психологических характеристик человека меняется в зависимости от перцептивных условий.

2. На оценки перцептивного доверия не влияет, демонстрируется ли видео с голосом или видео без голоса. Демонстрация видео с голосом или без голоса вызывает большее перцептивное доверие, чем восприятие фотоизображения или голоса. Оценки перцептивного доверия по фотоизображению лица и по голосу не отличаются друг от друга.



3. Наибольшее количество адекватных оценок психологических характеристик получено при восприятии видеоматериала без голосового сопровождения.

4. По фотоизображениям натурщиков получены самые низкие показатели адекватности оценок из представленных условий восприятия. Данные результаты свидетельствуют о том, что в отношении большинства индивидуально-психологических характеристик лица человека в отсутствие его динамической экспрессивности не является достаточно информационной опорой для адекватного распознавания личностных свойств человека.

5. Наиболее адекватно в совокупности всех условий восприятия оцениваются характеристики личности несущие эмоциональный оттенок: спокойствие, суетливость, эмоциональная стабильность, раздражительность.

Финансирование

Исследование выполнено при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ), проект № 16-06-01109а «Закономерности формирования первого впечатления в различных условиях восприятия».

Литература

1. Барабанищikov В.А. Восприятие выражений лица. М.: ИП РАН, 2009. 448 с.
2. Демидов А.А. Оценка индивидуально-психологических особенностей человека по выражению его лица в различных ситуациях восприятия: дисс. ... канд. психол. наук. М.: ИП РАН, 2009.
3. Дивеев Д.А., Демидов А.А. Микродинамика перцептивного доверия при восприятии выражений лица // Экспериментальная психология. 2015. Т. 8. № 4. С. 102–119. doi:10.17759/exrpsy.2015080408
4. Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов-н/Д: Феникс, 1999. 608 с.
5. Морозов В.П. Невербальная коммуникация в системе речевого общения. Психофизиологические и психоакустические основы. М.: ИП РАН, 1998.
6. Ambady N., Rosenthal R. Thin slices of expressive behavior as predictors of interpersonal consequences: A meta-analysis // Psychological Bulletin. 1992. Vol. 111. № 2. P. 256–274.
7. Ambady N., Bernieri F.J., & Richeson J.A. Toward a histology of social behavior: Judgmental accuracy from thin slices of the behavioral stream // Advances in Experimental Social Psychology / M.P. Zanna (Ed.). San Diego, CA: Academic Press, 2000. P. 201–272.
8. Berry J.W. Psychology of acculturation. In Berman, John J. (Ed), Nebraska Symposium on Motivation, 1989: Cross-cultural perspectives. Current theory and research in motivation. Vol. 37. Lincoln, NE, US: University of Nebraska Press, 1990. P. 201–234.
9. Bruce V, Young A. Understanding face recognition // British journal of psychology. 1986. Vol. 77. P. 305–327.
10. Funder D.C. Errors and mistakes: Evaluating the accuracy of social judgment // Psychological bulletin. 1987. Vol. 101. № 1. P. 75–90.
11. Hassin R., Trope Y. Facing faces: studies on the cognitive aspects of physiognomy // Journal of Personality and Social Psychology. 2000. Vol. 78. № 5. P. 837–852.
12. Hess U., Kappas A., Scherer K.R. Multichannel Communication of Emotion: Synthetic Signal Production. In Scherer, K.R., ed.: Facets of Emotion: Recent Research. Erlbaum, Hillsdale, N.J, 1988. P.161–82.
13. Kappas A., Hess U., Scherer K.R. Voice and Emotion. In Feldman, R.S., Rim'e, B., eds.: Fundamentals of Nonverbal Behavior. Cambridge University Press, Cambridge, 1991. P. 200–238.
14. McGurk H., MacDonald J. Hearing lips and seeing voices // Nature. 1976. Vol. 264. P. 746–748.
15. Oosterhof, N.N., Todorov, A. The Functional Basis of Face Evaluation. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America 105, 2008.
16. Scherer K.R. What are emotions? And how can they be measured? // Social Science Information. 2005. Vol. 44. № 4. P. 695–792.



17. Todorov A. Evaluating faces on trustworthiness: an extension of systems for recognition of emotions signaling approach/avoidance behaviors // *Annals of New York Academy of Sciences*. 2008. Vol. 1. P. 208–224.
18. Todorov A., Pakrashi M., Oosterhof N. Evaluating faces on trustworthiness after minimal time exposure // *Social Cognition*. 2009. Vol. 27. № 6. P. 813–833.
19. Tsankova E. et al. Facial and Vocal Cues in Perceptions of Trustworthiness / *Lecture Notes in Computer Science*. Berlin: Springer, 2013.
20. Vatikiotis-Bateson E., Eigsti I.M., Yano S., Munhall K.G. Eye movement of perceivers during audiovisual speech perception // *Perception and Psychophysics*. 1998. Vol. 60. № 6. P. 926–940.
21. Willis J. and Todorov A. First impressions: Making up your mind after 100 ms exposure to a face // *Psychological Science*. 2006. Vol. 17. № 7. P. 592–598.
22. Zebrowitz L. *Reading Faces: Window to the soul?* Boulder: Westview Press, 1997.

PERCEPTUAL TRUST AND ACCURACY EVALUATION OF THE PERSONAL CHARACTERISTICS IN VARIOUS CONDITIONS OF PERCEPTION

DIVEEV D.A.*, *Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia,*
e-mail: diveev2@gmail.com

DEMIDOV A.A.**, *Moscow Institute of Psychoanalysis, Moscow, Russia,*
e-mail: alexander.demidov19@gmail.com

This article presents the results of the study of perceptual trust and the accuracy of the assessment of psychological characteristics of the person in various conditions of perception. The study involved 96 people. As the conditions of perception were made by the following parameters: a video interview with the voice, video interviews without a voice, photographic image of a person and audio recording of the interview. In the study of psychological characteristics of the person used a variety of scales, components of perceptual trust and two methods: “Personal differential” and a “16-factor personality Express-questionnaire R.B. Cattell”. The results of the empirical research established that the perceptual rating of perceptual trust and psychological characteristics of the person varies depending on the perceptual conditions. Demonstration video with voice or without voice is more trustworthy than demonstrating images of face or listening audio recordings of interviews. Evaluation of perceptual trust in photographic images of face and voice did not differ from each other. The greatest number of accuracy assessments of psychological characteristics obtained in the condition of perception of a video interview without voice and audio interviews, the fewest in the photographic image of the face.

Keywords: cognition, communication, interpersonal perception, assessment of psychological characteristics, perceptual trust, various conditions of perception.

Funding

The study was carried out within the framework of the RFH project No 16-06-01109a.

For citation:

Diveev D.A., Demidov A.A. Perceptual trust and accuracy evaluation of the personal characteristics in various conditions of perception. *Экспериментальная психология = Experimental psychology (Russia)*, 2018, vol. 11, no. 1, pp. 35–48. doi:10.17759/expsy.2018110102

* Diveev D.A. PhD. (Psychology), Sr. research scientist, Moscow State University of Psychology and Education. E-mail: diveev2@gmail.com

** Demidov A.A. PhD. (Psychology), Assistant professor, Moscow Institute of Psychoanalysis. E-mail: alexander.demidov19@gmail.com



References

1. Ambady N., Rosenthal R. Thin slices of expressive behavior as predictors of interpersonal consequences: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 1992, vol. 111, no. 2, pp. 256–274.
2. Ambady N., Bernieri F.J., & Richeson J.A. Toward a histology of social behavior: Judgmental accuracy from thin slices of the behavioral stream. In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 32 San Diego, CA, Academic Press, 2000. pp. 201–272.
3. Barabanstchikov V.A. *Vospriyatie vyrazheniy litsa [Perception of facial expressions]*. Moscow, IP RAS, 2009. 448 p.
4. Berry J.W. Psychology of acculturation. In Berman, John J. (Ed) *Current theory and research in motivation*. Lincoln, NE, University of Nebraska Press, 1990, pp. 201–234.
5. Bruce V, Young A. Understanding face recognition. *British journal of psychology*, 1986, vol. 77, pp. 305–327.
6. Demidov A.A. *Otsenka individualny-psihologicheskikh osobennostey cheloveka po vyrazheniyu ego litsa v razlichnykh situatsiyah vospriyatia: diss. ... [Evaluation of individual psychological characteristic of a person via facial perceptions. PhD thesis]*. Moscow, IP RAS, 2009.
7. Diveev D.A., Demidov A.A. Microdinamika pertseptivnogo doveriya pri vospriyatii vyrazheniy litsa. *Ekspperimental'naya psichologiya [Experimental Psychology]*, 2015, vol. 8, no. 4, pp. 102–119.
8. Funder D.C. Errors and mistakes: Evaluating the accuracy of social judgment. *Psychological bulletin*, 1987, vol.101, no.1, pp. 75–90.
9. Hassin R., Trope Y. Facing faces: studies on the cognitive aspects of physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2000, vol. 78, no. 5, pp. 837–852.
10. Hess, U., Kappas, A., Scherer, K.R. Multichannel Communication of Emotion: Synthetic Signal Production. In Scherer, K.R., ed. *Facets of Emotion: Recent Research*. Erlbaum, Hillsdale, 1988. pp. 161–182.
11. Kappas, A., Hess, U., Scherer, K.R. Voice and Emotion. In Feldman, R.S., Rim'e, B., eds. *Fundamentals of Nonverbal Behavior*. Cambridge University Press, Cambridge, 1991. pp. 200 – 238.
12. Labunskaya V.A. *Ekspressiya cheloveka: obstchenie i mezlichnostnoe poznanie [Human expressions: Communication and interpersonal cognition]*. Rostov-na-Donu, Phenix, 1999. 608 p.
13. McGurk H., MacDonald J. Hearing lips and seeing voices. *Nature*, 1976, vol. 264, pp. 746–748.
14. Morozov V.P. *Neverbal'naya communicatsiya v sisteme rechevogo obstcheniya. Psichofiziologicheskie b psichoakusticheskie osnovy [Non-verbal communication in a system of language communication. Psychological and psycho acoustic basics]*. Moscow, IP RAS. 1998.
15. Oosterhof N.N., Todorov A. The Functional Basis of Face Evaluation. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 2008, 105.
16. Scherer K.R. What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 2005, vol. 44, no. 4, pp. 695–792.
17. Todorov A. Evaluating faces on trustworthiness: an extension of systems for recognition of emotions signaling approach/avoidance behaviors. *Annals of New York Academy of Sciences*, 2008, vol. 1, pp. 208–224.
18. Todorov A., Pakrashi M., Oosterhof N. Evaluating faces on trustworthiness after minimal time exposure. *Social Cognition*. 2009, vol. 27, no. 6, pp. 813–833.
19. Tsankova E. et al. Facial and Vocal Cues in Perceptions of Trustworthiness. In: Park JI., Kim J. (eds) *Lecture Notes in Computer Science*, 2013. Springer, Berlin, Heidelberg.
20. Vatikiotis-Bateson E., Eigsti I.M., Yano S., Munhall K.G. Eye movement of perceivers during audiovisual speech perception. *Perception and Psychophysics*, 1998, vol. 60, no. 6, pp. 926–940.
21. Willis J. and Todorov A. First impressions: Making up your mind after 100 ms exposure to a face. *Psychological Science*. 2006, vol. 17, no. 7, pp. 592–598.
22. Zebrowitz L. *Reading Faces: Window to the soul?* Boulder, Westview Press. 1997.