

Секция «Психология»

Изучение влияния эффекта установки на оценку привлекательности человека

Фомичев Арам Артурович

Студент

Национальный исследовательский университет - Высшая школа экономики,

Факультет психологии, Москва, Россия

E-mail: draks92@mail.ru

В современной социальной психологии эффекты предшествования информации (в том числе и эффект установки) изучены довольно хорошо. В большинстве случаев авторы уделяют внимание изучению того, как предшествующая информация влияет на приписывание различных психологических характеристик индивиду и в значительно меньшей степени изучается влияние эффектов предшествования информации на прогнозирование возможного взаимодействия с индивидом. Кроме того, для создания эффекта авторы пытаются использовать эмоционально окрашенную информацию, в то время как влияния оказывает любая информация, не обязательно сильно эмоционально заряженная или связанная с конкретным стереотипом. В повседневном взаимодействии первое впечатление о человеке достаточно часто строится на основании достаточно простой информации о возрасте или уровне образования. Именно поэтому целью нашего исследования стало выявление и изучение факторов, которые влияют на оценку привлекательности людьми и готовность с ними взаимодействовать.

Предметом исследования является влияние предшествующей информации о городе проживания, уровне образования, профессии, семейном положении, виде деятельности или возрасте (эффекта установки) на восприятие женских лиц.

Выборка: в данном исследовании приняли участие 161 человек (100 женщин и 61 мужчина), в возрасте 12-68 лет. Данная выборка состояла из людей, проживающих в разных городах России (150 человек), Украины (10 человек) и Финляндии (1 человек).

Процедура исследования:

В данном эксперименте, испытуемым было необходимо заполнить опросник в сети интернет. Ответы фиксировались индивидуально по каждому респонденту, в зависимости от стимула, который ему предъявлялся. В эксперименте выделялась экспериментальная группа (с предъявлением предшествующей информации) и контрольная (без предъявления).

Каждому испытуемому из экспериментальной группы предлагалось внимательно прочитать небольшое описание девушки, а далее оценить степень ее привлекательности и готовность взаимодействовать с ней по предъявленной фотографии.

В качестве независимой переменной выступала установка, которая создавалась предварительным описанием к фотографии. Описание девушек варьировалось в зависимости от фактора, который должен был выступать в роли установки. Всего было выделено шесть факторов: город проживания (градация по количеству жителей: столица, город-миллионник, город с населением 500 тысяч, город с населением 100 тысяч жителей), уровень образования (обучение в государственном ВУЗе, в негосударственном ВУЗе, 11 классов школы), профессия (градация по степени независимости от начальства: собственный бизнес, дизайн, менеджер в фирме, продавец), семейное положение (замуж-

няя, незамужняя), деятельность (просоциальная или протестная) и возраст (разделение по возрастным группам: 24, 27, 30 и 33 года). По каждому из факторов была, также, представлена контрольная группа (фотография без описания). Фотографии были привязаны к фактору, и, соответственно, не менялись при смене описания (например, незамужняя и незамужняя девушки были представлены одной фотографией). Для каждого фактора случайным образом выбиралось одно описание, в итоге респондент видел все шесть фотографий.

В качестве зависимой переменной выступали: оценка привлекательности девушки, желание иметь с ней дружеские отношения, желание встречаться с девушкой, которые оценивались посредством шкальных оценок.

Основные результаты:

1. Установлена положительная, средняя по силе корреляция для всех факторов между оценкой красоты девушки и желанием дружить, и оценкой красоты и желанием встречаться ($p=0.00$ $r=0.534$, $p=0.00$ $r=0.554$).

2. Деятельность девушки оказывает влияние на желание респондентов иметь с ней отношения. Респонденты, в первую очередь, хотят встречаться с девушкой, которая занимается просоциальной деятельностью, меньше - с девушкой, которая занимается протестной деятельностью, и наименьший интерес проявляется к девушке, о которой ничего не известно ($p=0.003$ хи-квадрат=11.67).

3. Респонденты демонстрируют желание иметь дружеские отношения с девушками из городов с численностью около 500 тысяч, при этом мужчины отдают большее предпочтение малым городам, с населением около ста тысяч ($p=0.031$ хи-квадрат=10.620, $p=0.003$ хи-квадрат=15.279).

4. Респонденты из городов-миллионников проявляют желание дружить с девушками из столицы.

5. Обнаружена положительная корреляция между возрастом респондента и желанием иметь отношения с девушкой, возраст которой 24 года ($p=0.009$ $r=0.456$), при этом, с девушкой 27 лет также обнаруживается положительная корреляция, но слабее ($p=0.02$ $r=0.366$).

6. Обнаружена положительная корреляция между возрастом респондента и желанием встречаться с замужней девушкой ($p=0.016$ $r=0.312$).

Для интерпретации выберем наиболее интересные результаты.

Тот факт, что люди, занимающиеся просоциальной деятельностью, получают более высокие оценки по шкалам оценки привлекательности и готовности взаимодействовать, может быть связан со стереотипом о том, что люди, занимающиеся просоциальной деятельностью, воспринимаются как добрые и заботливые, и данные качества проецируются на отношения. Девушка, которая занимается протестной деятельностью, реже вызывает желание встречаться, поскольку протестная деятельность часто связывается с маскулинностью и грубостью. Но, в то же время, протест является модной тенденцией, что объясняет желание иметь отношения с девушкой, которая «протестует», больше, чем с девушкой, о которой ничего неизвестно.

Желание иметь дружеские отношения с девушками из небольших городов может объясняться тенденцией приписывать «хорошие» качества людям, которые проживают не в столице и городах-миллионниках. Часто людям из крупных городов приписываются качества карьеристов, которые не располагают к дружбе. При этом, мы можем

наблюдать обратную тенденцию в городах-миллионниках. В данном случае та же ориентированность не успех воспринимается как социально приемлемая установка, которая ведет к социальному признанию. В данном случае можно говорить о дружбе с человеком, как о способе вхождения в референтную группу.

Фактор возраста влияет на наличие эффекта установки. Это может объясняться трансформацией ценностей и склонностью оценивать девушек младше, как более привлекательных по принципу контраста.

Положительная корреляция между возрастом респондента и желанием иметь отношения с замужней девушкой, может объясняться наличием ценностей, связанных с браком. В данном случае, можно говорить о том, что девушки, состоящие в браке, воспринимаются как более надежные в отношениях, которые могут позаботиться о своем спутнике.