

УДК 316.6

Е.А. Боброва, В.А. Елисева, Д.А. Катаева

E.A. Bobrova, V.A. Eliseeva, D.A. Kataeva

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russian Federation

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНОСТИ НА СОЦИАЛЬНУЮ АКТИВНОСТЬ МОЛОДЕЖИ

THE INFLUENCE OF APPEARANCE ON THE SOCIAL ACTIVITY OF YOUNG PEOPLE

Проанализированы влияние внешности человека на его социальную жизнь и актуальность изучения внешности людей в современном мире. Подробно описаны результаты пилотажного исследования по изучению влияния физиологической внешности человека на его социальную активность.

Ключевые слова: внешность, физиология, самооценка, социальная активность, социальные взаимодействия, стереотипы, привлекательность.

The article analyzes the influence of a person's appearance on his social life and the relevance of studying the appearance of people in the modern world. The results of a pilot study on the influence of a person's physiological appearance on their social activity are described in detail.

Keywords: appearance, physiology, self-assessment, social activity, social interactions, stereotypes, attractiveness.

Введение

Социальная активность личности, степень и характер ее проявления приобретают большое значение в развитии человека.

В условиях современного мира, влияния западной культуры, формирования новых стандартов красоты каждый человек сравнивает себя и других с образцами и идеалами. И чаще всего это сравнение не в нашу пользу. Поэтому нередко возникают трудности с самооценкой, меняются взгляды на внешность людей, от чего может «страдать» качество и частота общения, желание взаимодействовать с окружением – одним словом, наша социальная активность.

Изучая социальную активность личности, ученые выделяют такие факторы, влияющие на нее, как: государство (политика, идеология), экономика страны, деятельность институтов социализации (семья, система образования, СМИ, общественные организации), статусные и референтные группы, а так-

же интерес самой личности к своей социально-активной деятельности [1]. Среди этих факторов есть внешность человека и принятие ее как самим человеком, так и обществом в целом. Внешность человека в целом также исследуется многими учеными. Более того, именно внешность человека – это то, на что люди обращают внимание на протяжении всего исторического периода существования человека [2].

Кроме того, в социологических исследованиях с недавнего времени в качестве предмета стал выступать и феномен лукизма, связанный с дискриминацией людей по внешности [3]. Деление людей по внешнему виду так или иначе встречается и в профессиональной сфере, и в социальном взаимодействии людей (неформальном и формальном).

К слову, по данным Института общественного мнения «Анкетолог», около половины россиян (43 %) недовольны своей внешностью в настоящий момент. Наиболее частыми причинами этого недовольства являются избыточный вес (так ответили 66 % опрошенных), состояние зубов (58 %), состояние кожи лица и фигура (по 45 %) [4], поэтому стоит вопрос об изучении таких детерминантов. Целью исследования стало определение взаимосвязи между физиологической внешностью студента и его социальной активностью. Для реализации цели в апреле 2021 г. в городе Перми авторами статьи проводилось пилотажное исследование. Методом сбора информации было выбрано онлайн-анкетирование с использованием платформы iAnketa.ru. Выборочная совокупность формировалась методом «снежного кома». В опросе приняли участие студенты ПНИПУ в составе 41 респондента (41,5 % мужского пола и 58,5 % женского пола). Распределение респондентов по возрасту: 53,7 % от 18 до 20 лет и 46,3 % от 21 до 30 лет. По направлениям специальности: 61,0 % – техническая и 39,0 % – гуманитарная. По материальному положению семьи: 29,2 % ниже среднего уровня, 70,8 % среднего уровня и выше.

Результаты исследования

В ходе исследования выяснилось, что социальная активность студентов ПНИПУ характеризуется низкой частотой новых знакомств и умеренным уровнем общительности. Среди опрошенных студентов большая часть (63,4 %) знакомится раз в несколько месяцев и реже, студенты в основном общаются в небольших компаниях по 3–5 человек (39,0 %).

Студенты ПНИПУ мотивированы проявлять социальную активность, поскольку это доставляет им удовольствие (58,5 %) и помогает самосовершенствоваться (46,3 %) (рис. 1).

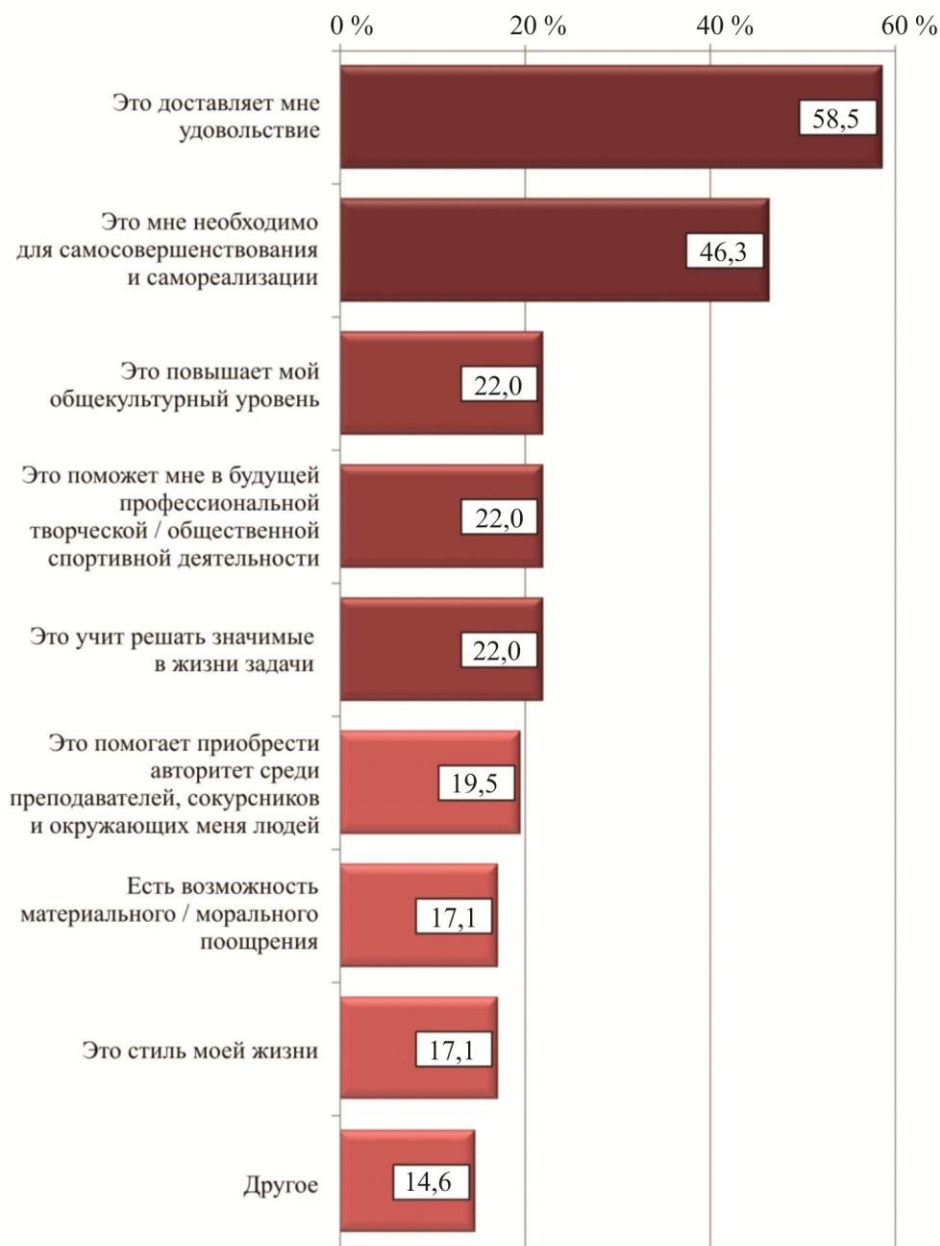


Рис. 1. Основные мотивы, побуждающие к социальной активности

Далее студентам был предложен перечень качеств социально активного человека. По мнению студентов ПНИПУ, социально активный человек должен быть коммуникабельным и уверенным в себе, а также не бояться брать на себя ответственность за выполнение поручений (рис. 2).

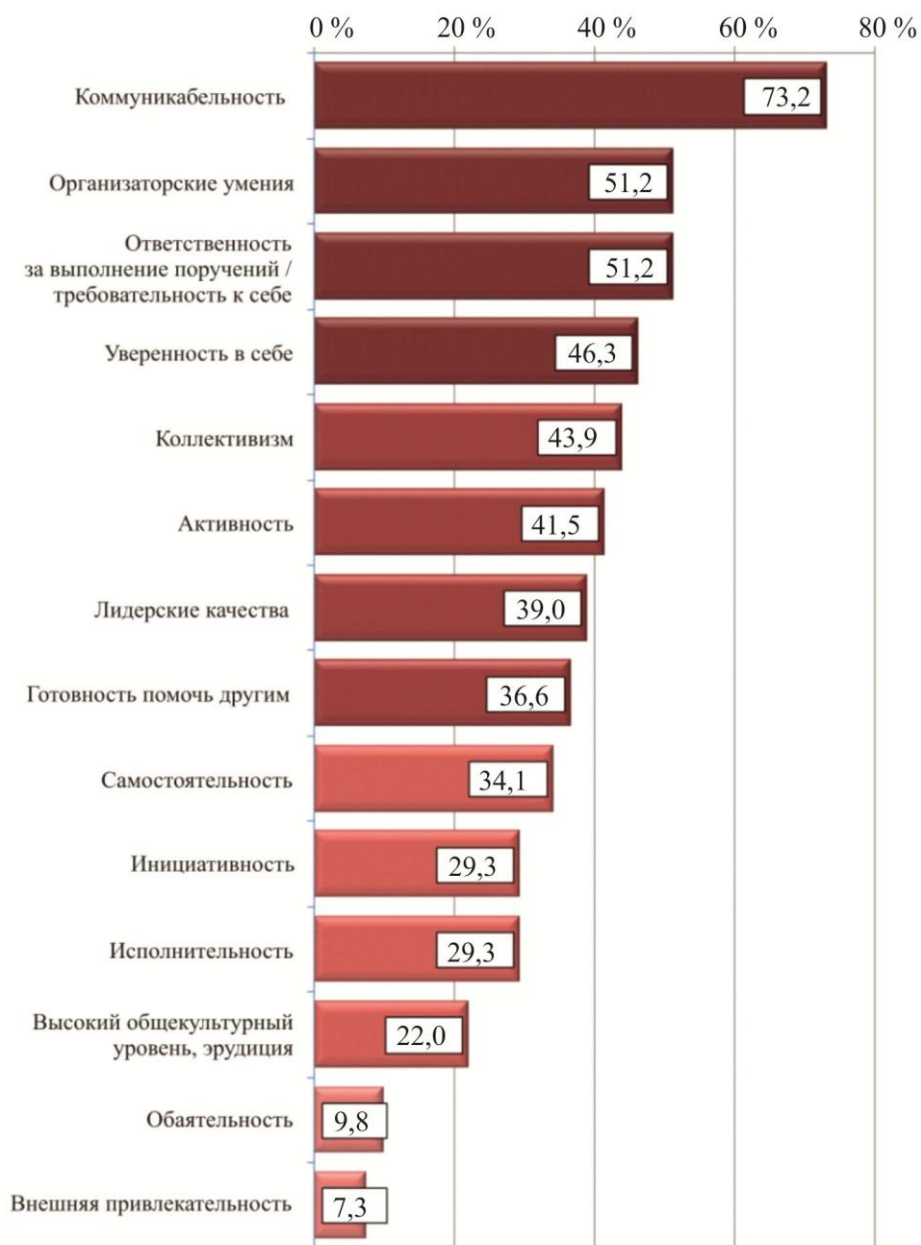


Рис. 2. Качества социально активного человека

В нашем исследовании мы выявили, что есть факторы, которые влияют на социальную активность студентов. Первый фактор – влияние пола на частоту новых знакомств. Было выявлено, что женщины в целом знакомятся намного чаще, чем мужчины (табл. 1).

Таблица 1

Влияние пола на частоту новых знакомств»
(в абс. числах и процентах)

Варианты ответа	Пол		Всего
	мужской	женский	
Каждую неделю	1	5	6
	4,2	29,4	14,6
1–3 раза в месяц	8	1	9
	33,3	5,8	22,0
Раз в несколько месяцев и реже	15	11	26
	62,5	64,7	63,4
Всего	24	17	41
	100,0	100,0	100,0

Второй фактор – влияние возраста на число постоянных социальных контактов в день. С возрастом количество постоянных социальных контактов в день возрастает: юные респонденты в основном общаются с 1–2 людьми (27,3 % против 10,5 %), тогда как респонденты в возрасте 21–30 лет общаются с компанией, состоящей из 10 и более человек (15,8 % против 9,1 %) (табл. 2).

Таблица 2

Влияние возраста на число постоянных социальных контактов в день (в абс. числах и процентах)

Число постоянных социальных контактов в день	Возраст		Всего
	18–20 лет	21–30 лет	
1–2 человека	6	2	8
	27,3	10,5	19,5
3–5 человек	8	8	16
	36,4	42,1	39,0
6–10 человек	6	6	12
	27,3	31,6	29,3
10 человек и более	2	3	5
	9,1	15,8	12,2
Всего	22	19	41
	100,0	100,0	100,0

Третий фактор – влияние специальности на опыт принятия участия в социально активной деятельности. Было выявлено, что студенты гуманитарной специальности более социально активны, нежели студенты технической специальности (68,8 % против 48,0 %).

Таблица 3

Влияние специальности на опыт принятия участия в социально-активной деятельности» (в абс. числах и процентах)

Участие в социально-активной деятельности	Специальность		Всего
	техническая	гуманитарная	
Да	12 48,0	11 68,8	23 56,1
Нет	13 52,0	5 31,3	18 43,9
Всего	25 100,0	16 100,0	41 100,0

Четвертый фактор – влияние уровня материального положения на мотивированность к социальной активности. Главным мотивом к социальной активности студентов с уровнем материального положения выше среднего является удовольствие от активности (58,5 %), а также мотив самосовершенствования и самореализации (37,9 %). Главным мотивом к социальной активности студентов с уровнем материального положения ниже среднего является необходимость самосовершенствования и самореализации (66,7 %). Стоит отметить, что все опрошенные студенты ПНИПУ отметили такой мотив, как «Это доставляет мне удовольствие». Это люди с материальным положением ниже среднего (58,3 %) люди с материальным положением выше среднего (58,5 %) (табл. 4).

Таблица 4

Влияние уровня материального положения на мотивированность к социальной активности» (в абс. числах и процентах)

Мотивы	Уровень материального положения	
	ниже среднего	выше среднего
Это повышает мой общекультурный уровень	4 33,3	5 17,2
Это мне необходимо для самосовершенствования и самореализации	8 66,7	11 37,9
Это поможет мне в будущей профессиональной / творческой / общественной / спортивной деятельности	3 25,0	6 20,7
Это доставляет мне удовольствие	7 58,3	17 58,5

Окончание табл. 4

Мотивы	Уровень материального положения	
	ниже среднего	выше среднего
Это помогает приобрести авторитет среди преподавателей, сокурсников и окружающих меня людей	5 41,7	3 10,3
Это учит решать значимые в жизни задачи	3 25,0	6 20,7
Это стиль моей жизни	1 8,3	6 20,7
Есть возможность материального / морального поощрения	1 8,3	6 20,7
Другое	0 0,0	6 20,7

В ходе исследования была разработана типология респондентов по активности, выстроенная по следующим показателям: «частота новых знакомств», «среднее количество постоянных социальных контактов в день» и «участие в социально активной деятельности в вузе и вне вуза». Типология включает в себя три типа: социально активный, социально нейтральный и социально пассивный.

Что касается распределения респондентов по типологии социальной активности, то следует сказать, что в типы вошли более половины опрошенных респондентов (51,3 %), а именно: большинство респондентов относятся к социально нейтральному типу (средние) – 22 %, к социально активному – 19,5 %, а к социально пассивному – всего 9,8 % (табл. 5).

Таблица 5

Распределение респондентов по типам (в абс. числах и процентах)

Типы	Абсолютные числа	Проценты
Социально активные	8	19,5
Социально нейтральные	9	22,0
Социально пассивные	4	9,8
В типы не вошли	20	48,7
Всего	41	100,0

Для того чтобы выяснить, как физиологическая внешность студента влияет на его социальную активность, в рамках исследования были использованы две методики: тестирование самооценки по Г.Н. Казанцевой и семантический дифференциал для выявления типа «восприятия другого» (для этого

тоже была разработана типология, состоящая из трех типов – критический, нейтральный и лояльный).

Как показало пилотажное исследование, уровень самооценки респондентов действительно влияет на их социальную активность: студенты со средним или низким уровнем самооценки в основном представляют социально нейтральный тип активности (46,7 %), а студенты с высоким уровнем самооценки – социально активный (50 %).

При использовании семантического дифференциала респондентам были выданы фотокарточки людей с какими-либо физическими особенностями. Респондентам было необходимо оценить эти фотокарточки по шкале от 1 до 5 по двум параметрам: оценка общей привлекательности личности и оценка активности личности (см. табл. 1). К критическому типу были отнесены респонденты, выбирающие низкие оценки (1 и 2), к нейтральному – среднюю оценку (3), а к лояльному – высокие оценки (4 и 5).

По типу восприятия другого респонденты распределились следующим образом: к нейтральному типу относятся 51,2 %, к лояльному – 36,6 % и к критическому – 12,2 %.

Таблица 6

Карточка семантического дифференциала

Параметр	Характеристика						Характеристика
Оценка общей привлекательности личности	Не располагающий(ая) к себе						Располагающий(ая) к себе
	Некрасивый(ая)						Красивый(ая)
	Необаятельный(ая)						Обаятельный(ая)
	Непритягательный(ая)						Притягательный(ая)
	Нехаризматичный(ая)						Харизматичный(ая)
	Неприятный(ая)						Приятный(ая)
Оценка активности личности	Неуверенный(ая)						Уверенный(ая)
	Несмелый(ая)						Смелый(ая)
	Несвободный(ая)						Свободный(ая)
	Социально неактивный(ая)						Социально-активный(ая)
	Не открытый(ая) в общении						Открытый(ая) в общении
	Не имеет широкого круга интересов						Имеет широкий круг интересов

Фотокарточки были поделены на две равных группы: первая – экспериментальная (люди с физиологическими особенностями), вторая – контрольная (люди без особенностей). В ходе исследования были подсчитаны средние оценки общей привлекательности и активности для каждой из перечисленных групп. Средняя оценка общей привлекательности в экспериментальной группе составила 3 (соответствует нейтральному типу «восприятия другого»),

при этом в контрольной группе она составила 4,25 (лояльный тип «восприятия другого»).

Средняя оценка активности распределилась так: в экспериментальной группе – 2,75 (критический тип «восприятия другого»), в контрольной группе – 4,25 (лояльный тип «восприятия другого»). Таким образом, респонденты демонстрируют более лояльное отношение к людям без видимых физиологических недостатков во внешности и нейтральное или критическое отношение к людям с физиологическими недостатками [3, 4].

Для проверки взаимосвязи между оценкой физиологической внешности студентами и их социальной активностью была составлена таблица сопряженности, демонстрирующая влияние отношения респондента к конкретному типу «восприятия другого» на его социальную активность (см. табл. 2). Результаты представлены в табл. 7.

Таблица 7

Влияние типа «восприятия другого» на социальную активность
(в процентах по фактору (фактор – тип «восприятия другого»))

Тип активности	Тип «восприятия другого»		
	критический	нейтральный	лояльный
Социально активный / высокий уровень активности	3 60	5 41,7	0 0
Социально нейтральный/ средний уровень активности	1 20	6 50	2 50
Социально пассивный/низкий уровень активности	1 20	1 8	2 50
Всего	5 100	12 100	4 100

Проверяя взаимосвязь между отношением студента к конкретному типу «восприятия другого» и типом его социальной активности, удалось прийти к следующему результату: для критически настроенных респондентов характерно высокое проявление активности – 60 %, тогда как лояльным респондентам подобное проявление активности не свойственно – 0 %. Нейтрально настроенные студенты в основном проявляют средний уровень активности – 50 %. Таким образом, связь типа личности и типа активности непрямая: студенты с высоким уровнем активности могут иметь как критический, так и нейтральный настрой по отношению к другому, тогда как студенты со средним и низким уровнем активности представляют все три типа личности.

Заключение

Подводя итог, следует сказать, что отношение к себе и отношение к другим людям действительно влияет на социальную жизнь личности. Люди с низким уровнем самооценки стремятся быть менее активными из-за отсут-

вия уверенности в себе и излишней застенчивости. А людей без особых видимых физиологических особенностей мы склонны оценивать более лояльно, чем людей с различными особенностями лица и тела. Это, в свою очередь, влияет на наше желание / нежелание вступать в социальное взаимодействие с ними и выстраивать социальные контакты. Данная проблема является актуальной для современного общества и требует более детального теоретического и практического исследования.

Список литературы

1. Зайко А.П. Факторы формирования социальной активности современных студентов колледжей [Электронный ресурс] // Социологические науки. – М.: Дискуссия. – 2015. – № 6. – С. 96–102. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-formirovaniya-sotsialnoy-aktivnosti-sovremennyh-studentov-kolledzhey/viewer> (дата обращения: 25.04.2021).

2. Фаустова А.Г. Историческая динамика представлений о человеческом теле, внешности и физической привлекательности // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. – М., 2013. – С. 35–55.

3. Орех Е.А. Феномен лукизма и возможности его социологического анализа // Социологический журнал. – 2016. – Т. 22, № 3. – С. 67–81.

4. Лишний вес и критика знакомых: почему россияне недовольны своей внешностью [Электронный ресурс] / ИОМ «Анкетолог». – 2021. – URL: <https://iom.anketolog.ru/2021/02/17/vneshnost> (дата обращения: 25.04.2021).

Получено 04.10.2021

Боброва Екатерина Алексеевна – студентка группы С-18-16, кафедра «Социология и политология», гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: bobrovakat2@yandex.ru.

Елисеева Виталина Анатольевна – студентка группы С-18-16, кафедра «Социология и политология», гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: eliseeva.edinorog@gmail.com.

Катаева Дарьяна Андреевна – студентка группы С-18-16, кафедра «Социология и политология», гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: kataewa.ucheba@yandex.ru.

Научный руководитель **Селеткова Гюзель Ильясовна** – старший преподаватель кафедры «Социологии и политологии», Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: guzal.ka@mail.ru.