

## Теоретические основы и методические подходы к изучению феномена «ценность внешнего облика»

**В.А. ЛАБУНСКАЯ\***,  
ФГАОУ ВО ЮФУ, Ростов-на-Дону, Россия, [vlab@aanet.ru](mailto:vlab@aanet.ru)

**Г.В. СЕРИКОВ\*\***,  
ФГАОУ ВО ЮФУ, Ростов-на-Дону, Россия,  
[serikovg@mail.ru](mailto:serikovg@mail.ru)

*В статье приводится ряд теоретических положений, лежащих в основе разработки многофакторной эмпирической модели изучения отношения к внешнему облику. В ней утверждается, что в центре этой модели должен стоять такой феномен, как ценность внешнего облика. В статье отмечается, что введение понятия «ценность внешнего облика» не только отвечает требованиям современной науки, но и дополняет изучение ценностной структуры личности, находящейся на различных этапах жизненного пути. В статье подчеркивается, что методология изучения ценности внешнего облика предполагает не только определение места ценности внешнего облика в иерархии системы ценностей человека, но и его изменение под влиянием социокультурных, стратификационных, социально-психологических и индивидуально-личностных факторов. В ней констатируется, что интенсивность воздействия этой совокупности факторов на выраженность ценности внешнего облика обусловлена той сферой бытия человека, которая является для него приоритетной. В статье приводится набор оригинальных методик, а также модификации известных методик, диагностирующих выраженность ценностей и позволяющих определить иерархию ценностных ориентаций.*

**Ключевые слова:** внешний облик, ценность, иерархия ценностей, значимость внешнего облика, эмпирическая модель, факторы.

### Для цитаты:

Лабунская В.А., Сериков Г.В. Теоретические основы и методические подходы к изучению феномена «ценность внешнего облика» // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 91–103. doi:10.17759/sps.2018090310

\* Лабунская Вера Александровна — доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии, Южный федеральный университет (ФГАОУ ВО ЮФУ), Ростов-на-Дону, Россия, [vlab@aanet.ru](mailto:vlab@aanet.ru)

\*\* Сериков Геннадий Витальевич — кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной психологии, Южный федеральный университет (ФГАОУ ВО ЮФУ), Ростов-на-Дону, Россия, [serikovg@mail.ru](mailto:serikovg@mail.ru)

## Введение

Изучение ценностей и ценностных ориентаций носит междисциплинарный характер [7; 8; 9; 16; 17]. При этом исследование ценностных ориентаций людей, находящихся на различных этапах жизненного пути, особенно молодежи, — одна из наиболее разработанных и в то же время «вечно живых» тем в современной психологии и социологии [11; 12; 14; 18]. Неисчерпаемость ее обусловлена тем, что ценности, существенно не меняясь «по тематике», меняются по своей значимости с течением времени в зависимости от социокультурной ситуации, в которой находится исследуемая группа. Как известно, ценности — это зависимые переменные [24], которые могут носить индикативный характер [4], например свидетельствовать об изменениях массового сознания, о преобладании в обществе фрустрации, стрессов, тревог, страха перед будущим [1] или отражать серьезные перемены в обществе, например переход от одной общественной системы к другой [9].

Несмотря на многочисленные социологические и социально-психологические исследования, отслеживающие динамику ценностных ориентаций, в настоящее время совершенно недостаточно уделяется внимания такой ценности, как «внешний облик» или «привлекательный внешний облик». В зарубежной психологии после публикации одной из пионерских работ [23], посвященной проявлению стереотипов и социально-перцептивных искажений при восприятии носителя привлекательного внешнего облика, появилось множество исследований, в которых физическая привлекательность, красота рассматривались как предикторы успеха в профессиональной

и личной сферах. С ними связываются возможности получить лучшую работу, выглядеть умнее, счастливее, увереннее и т. п. [20; 21; 25; 26]. Иными словами, ценность и значимость внешнего облика человека стали очевидными для ученых. Однако этот факт явно недостаточно представлен в отечественных социологических и социально-психологических исследованиях. Вплоть до начала XXI в. отечественные исследователи не придавали в своих работах особого значения внешнему облику как ценности, и поэтому она не изучалась и не присутствовала в обзорах, посвященных рассмотрению ценностных ориентаций человека и общества. В наших последних работах [5; 6; 7], посвященных рассмотрению особенностей восприятия, оценки и самооценки, интерпретации внешнего облика, отношений, самоотношений и переживаний человека, связанных с его внешним обликом, был сделан ряд теоретических выводов. В частности, был зафиксирован тот факт, что в современных исследованиях преобладает одно-, двух-, трехфакторный подход к изучению различных феноменов, связанных с внешним обликом [5]. Кроме того, авторы работ если и употребляют такие термины, как «ценность внешнего облика» [15; 28], «инвестиционная сила внешнего облика» [22], «сензитивность и ориентация на внешний облик» [29], то они, как правило, сопрягают их с изучением обеспокоенности, озабоченности, удовлетворенности внешним обликом, самооценок внешнего облика, меры фрустрации человека негативными оценками его внешнего облика другими людьми. Эти феномены действительно прямо или косвенно указывают на их связь с ценностью внешнего облика и его значимостью для субъекта. Презентация ценности внешнего облика

посредством переживаний, связанных с ним, не противоречит сложившимся подходам. Вместе с тем было обращено внимание на то, что явления, обозначенные данными терминами, подвергаются, с одной стороны, влиянию социокультурных, а с другой — на них воздействуют индивидуально-личностные факторы. Присоединяясь к данным выводам, мы полагаем, что необходима разработка многофакторной эмпирической модели изучения отношения к внешнему облику. В центре этой модели должен стоять такой феномен, как ценность внешнего облика и ценностные ориентации, связанные с внешним обликом. Такое построение многофакторной эмпирической модели изучения отношения к внешнему облику объясняется следующим: «ценности как предмет психологического исследования являются тем, что определяет субъективную значимость для человека принципов, норм, идей, природы, объектов окружающей среды» [3, с. 137]. Субъект, как правило, руководствуется своими ценностными предпочтениями и одновременно они открывают для него, по меткому выражению В.В. Знакова, «другой взгляд на мир, в котором значимы иные, чем ранее, ценности, которые оказывают, в свою очередь, воздействие на человека» [3, с. 139]. Следовательно, многофакторная эмпирическая модель должна отражать взаимовлияния как ценности внешнего облика на различные феномены, связанные с внешним обликом, так и интегрированной совокупности факторов, способствовать определению места ценности внешнего облика в иерархии системы ценностей человека и учитывать ее изменение под влиянием социокультурных, стратификационных, социально-психологических и индивидуально-личностных факторов. Вместе с этим,

понимая, что значимость ценности внешнего облика может изменяться под влиянием совокупности вышеперечисленных факторов, мы полагаем, что интенсивность воздействия их совокупности может быть обусловлена тем, какая из сфер бытия человека выходит на первый план на определенном этапе его жизнедеятельности. В этой связи многофакторная модель изучения отношения к внешнему облику, в центре которой находится ценность внешнего облика, выстраивается с учетом различных сфер жизнедеятельности человека, что позволяет не только определять влияние ценности внешнего облика в сочетании с различными факторами на сферу образования, трудовой занятости и карьерного роста людей, на семейно-брачные, романтические отношения, на групповую динамику и т. д., но и в процессе проведения сравнительных исследований получать сведения о влиянии бытия человека на повышение или понижение ценности внешнего облика. Внешний облик как ценность так же, как и другие ценности, можно рассматривать вслед за Д.А. Леонтьевым [8] в трех измерениях, направленных на различные группы явлений, в том числе как общественный идеал внешнего облика, как воплощение этих идеалов в поведении людей, как сильнейшую мотивацию, актуализирующую действия, направленные на преобразование внешнего облика, на формирование перфекционистского отношения к нему или «Appearance перфекционизма».

Таким образом, введение понятия «ценность внешнего облика» обусловлено признанием многими учеными ценности привлекательного внешнего облика для достижения различных целей и является перспективным для организации системных исследований, свя-

занных с изучением данного феномена. Несмотря на это, до настоящего времени ценность внешнего облика не фиксируется в опросниках, направленных на диагностику выраженности ценностей личности и общества, не исследуется ее место в иерархии ценностей индивида. В качестве исключения можно привести методику О.И. Моткова, основанную на теории самодетерминации личности Э.Л. Диси и Р.М. Руаяна [10]. В этой методике представлена ценность «Физическая привлекательность, внешность». Она присутствует среди 10 других универсальных ценностей и относится к внутренним ценностям, требующим от человека собственной активности. На наш взгляд, редукции в сторону физического компонента внешнего облика или его привлекательности фиксируют внимание участника исследования только на одной из важных, но не единственной характеристике внешнего облика человека [6; 7]. Исходя из этого вывода, мы полагаем, что необходимо употребление интегрального понятия — «внешний облик» для определения «ценности внешнего облика». На рисунке приводится фрагмент многофакторной эмпирической модели изучения отношения к внешнему облику, который в графическом виде отражает сформулированные выше теоретические положения.

### **Методические решения проблемы диагностики выраженности и значимости ценности внешнего облика**

На данном этапе разработки методического репертуара была поставлена задача модифицировать известные методики, диагностирующие выраженность

ценностей и позволяющие определить иерархию ценностных ориентаций. Кроме этого была предпринята попытка на основе этих методик создать варианты опросников, диагностирующих значимость ценности внешнего облика.

Первая методика, которая предлагается для изучения ценности внешнего облика, — это «Методика определения ценностных ориентаций М. Рокича» [19; 24]. Ее модификация заключалась в том, что в перечень терминальных ценностей (список А) был внесен «привлекательный внешний облик», а в список инструментальных ценностей (список Б) — «стремление всегда быть в форме, поддерживать и улучшать свой внешний облик». Далее участники исследования действуют в соответствии с традиционной инструкцией. На основе этой методики был разработан опросник, позволяющий выявить интенсивность влияния внешнего облика на реализацию терминальных ценностей по М. Рокичу. Перед участниками исследования стоит задача определить на основе пятибалльной системы, в какой степени они согласны с тем, что людям с привлекательным внешним обликом доступна реализация определенных ценностей. В таблице приводится перечень терминальных ценностей, указываются пять вариантов согласия с тем, что людям с привлекательным внешним обликом более доступны такие, например, ценности, как «активная деятельная жизнь (полнота и эмоциональная насыщенность жизни)», «интересная работа», «любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)», «материально обеспеченная жизнь (отсутствие материальных проблем)», «наличие хороших и верных друзей», «общественное признание (уважение окружающих, коллегтива, коллег)»; «свобода (самостоя-

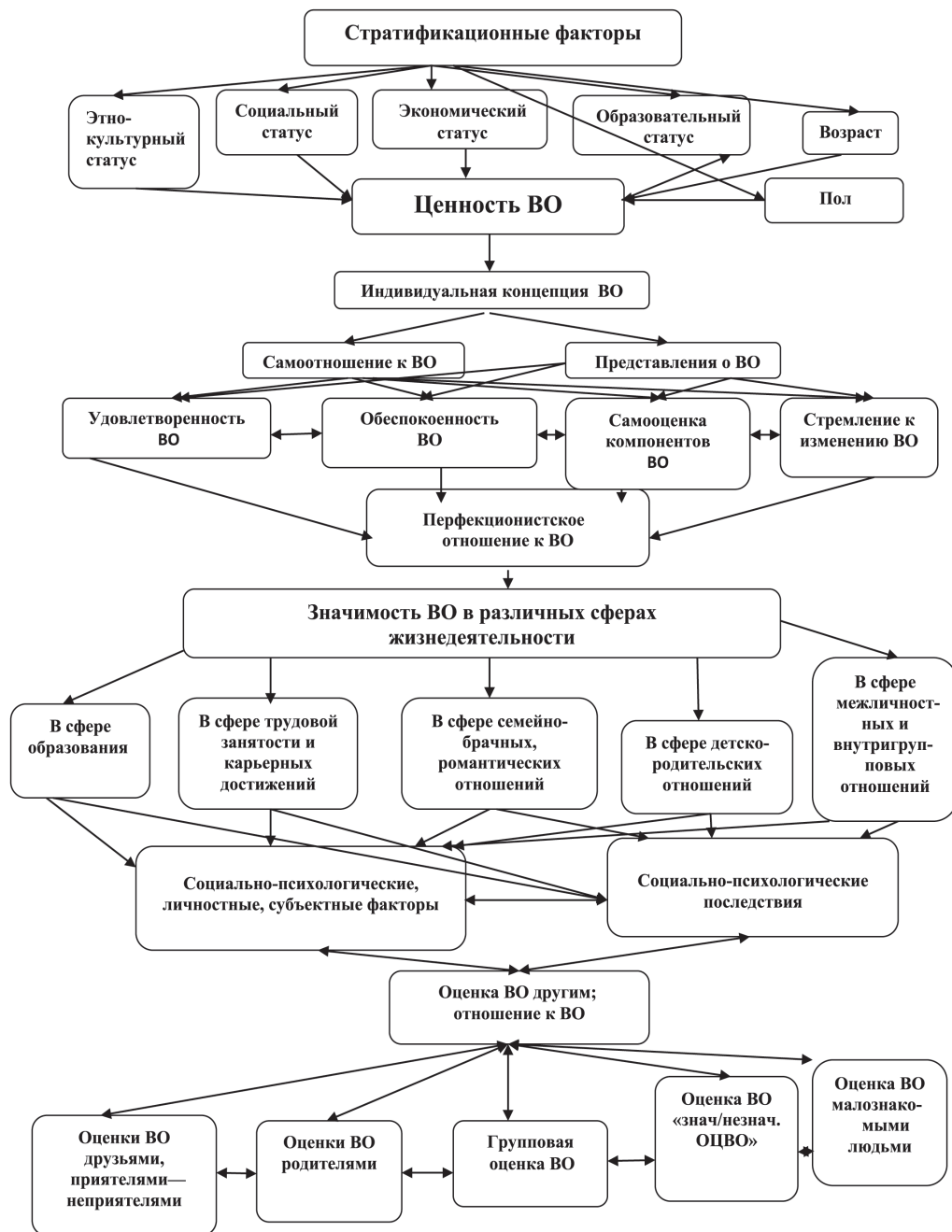


Рис. Фрагмент «многофакторной эмпирической модели изучения отношения к внешнему облику (ВО)»

тельность, независимость в суждениях и поступках)», «счастливая семейная жизнь», «счастье других (благополучие, развитие и совершенствование других людей, всего народа, человечества в целом)», «творчество (возможность заниматься творчеством)», «уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений)», «удовольствия (приятное, необременительное времяпрепровождение, отсутствие обязанностей, развлечения)».

В следующем опроснике инструкция изменяется: «Перед вами список, в котором перечислены те ценности, которые могут быть важными для вас, то, к чему вы можете стремиться. Ваша задача — определить, в какой степени обладание привлекательным внешним обликом помогло бы вам их достичь (сделало бы эти ценности более доступными)». Предлагается четыре варианта ответов: 1) никак не помогло бы; 2) помогло бы мне в незначительной степени; 3) помогло бы мне существенно; 4) очень помогло бы. Цель данного опросника заключается в определении значимости ценности внешнего облика. Описанные выше методики дополняются инструкциями в соответствии с определенными сферами жизнедеятельности человека. Участникам исследования предлагаются опросники с различными вариантами инструкций. В задание входит определение ценности внешнего облика для сферы образования, сферы трудовой занятости и карьерного роста людей, для сферы семейно-брачных, романтических отношений и т. д. Сравнение места ценности внешнего облика в различных сферах бытия дает информацию о влиянии определенных сфер жизнедеятельности на повышение или понижение ее рейтинга.

Вторая методика представляет собой модифицированный вариант опросника С.С. Бубновой «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности» [2]. Как известно, с помощью данной методики диагностируется 11 видов ценностных ориентаций. По аналогии с каждым видом ценностных ориентаций, представленных в методике С.С. Бубновой, были составлены утверждения-вопросы, которые отражают различные стороны проявления «ценности внешнего облика». Перечень состоит из следующих утверждений-вопросов: 1) «улучшать свой внешний облик (ухаживать, корректировать, создавать) — это важная часть жизни человека?»; 2) «в жизни чрезвычайно важно иметь привлекательный, красивый внешний облик?»; 3) «внешний облик может занимать в вашей жизни главное место?»; 4) «чувствовать себя подавленной (подавленным) из-за оценок вашего внешнего облика другими людьми — это о вас?»; 5) «хотели бы вы, чтобы окружающие высоко оценивали ваш внешний облик, восхищались им?»; 6) «на ваше отношение к другому человеку влияет то, как он выглядит, какой у него внешний облик?». Совокупность этих утверждений-вопросов была отнесена к 12-му виду ценностных ориентаций — ценности внешнего облика. Подсчет ответов в форме «да — нет», которые мог дать каждый участник исследования, указывает на выраженность определенных ценностных ориентаций, в том числе и на выраженность ценности внешнего облика. В пилотажном исследовании, связанном с апробацией данного варианта методики, в котором приняли участие 100 молодых людей, было подтверждено, что внешний облик занимает определенное место в иерархии ценностных ориентаций, представленных в методи-

ке С.С. Бубновой. Ранги выраженности ценностных ориентаций в группе участников исследования указывают на то, что в молодежной среде ценность внешнего облика занимает в иерархии ценностных ориентаций срединное положение вместе с ценностью любви.

В комплект методик включен также «Вербальный фрустрационный тест» Л.Н. Собчик [13], в который входит наряду с другими ценностями такая ценность, как внешний вид. С помощью шкалы «внешний вид» диагностируется выраженность фрустрации ценности внешнего облика, круг лиц, оказывающих наибольшее фрустрационное влияние, тип реакции в ситуации фрустрации, иными словами, тип реакции на негативные оценки внешнего облика значимыми и незначимыми другими.

Следуя эмпирической модели изучения отношения к внешнему облику, в методический набор, направленный на диагностику выраженности ценности внешнего облика, входят также разработанные нами методики, цель которых заключается в определении оценок и самооценок внешнего облика [7], удовлетворенности, обеспокоенности им [6], представлений об оценках внешнего облика родителями, друзьями [5]. В предлагаемый нами комплект методик входит шкала «Appearance перфекционизм», созданная К. Сриваставой (К. Srivastava) [27]. В данной методике представлено 10 утверждений, согласие с которыми определяется на основе семибальной шкалы. С ее помощью констатируется уровень выраженности «Appearance перфекционизма» или перфекционистского отношения к внешнему облику.

Все методики завершаются анкетными пунктами, которые включают пол, возраст, профессию, этническую принад-

лежность, экономический статус, образовательный статус и семейное положение. Эти сведения в результате их систематизации дают информацию о влиянии стратификационных факторов на выраженность ценности внешнего облика в различных сферах бытия человека.

## Заключение

Предлагаемый комплекс методик, направленных на диагностику ценности внешнего облика, отражает наши подходы к изучению восприятия, интерпретации, самооценки, оценки внешнего облика. В многофакторной эмпирической модели изучения отношения к внешнему облику, следуя нашим представлениям о сложной многоуровневой детерминации феноменов, связанных с внешним обликом, центральное место отводится ценности внешнего облика. Данный феномен еще недостаточно отрефлексирован в современной психологии, поэтому на пути его изучения возникают методологические трудности. Они прежде всего касаются традиционной проблемы разведения понятий «ценность» и «ценностные ориентации». Кроме того, на данном этапе формирования комплекса методик не до конца удалось избежать включения в него уже известных методик с добавлением в них такой ценности, как «внешний облик». В этой связи дальнейшей нашей задачей является применение качественных методов, позволяющих выявлять формулировки ценности внешнего облика, ее проявления, значимость в различных контекстах взаимодействия.

С учетом динамического подхода к изучению ценностей становится особенно важным исследование ценности внешнего облика в молодежной среде на основе пред-



лагаемой многофакторной эмпирической модели. Проведение исследований, направленных на выявление и описание социально-психологической феноменологии

молодежной среды, предполагает изучение динамики ценности внешнего облика, поскольку значимость ценности внешнего облика постоянно возрастает.

#### Финансирование

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект № 171801260.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бойков В.Э. Ценности и ориентиры общественного сознания россиян // Социологические исследования. 2004. № 7. С. 46–52.
2. Бубнова С.С. Ценностные ориентации личности как многомерная нелинейная система // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 5. С. 38–44.
3. Знаков В.В. Ценности как проблема психологии человеческого бытия // Психология понимания мира человека. М.: Институт психологии РАН, 2016. С. 136–146.
4. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб: Речь, 2004. 70 с.
5. Лабунская В.А., Дроздова И.И. Теоретико-эмпирический анализ влияния социокультурных и социально-психологических факторов на оценки и самооценки молодых людей внешнего облика // Российский психологический журнал. 2017. Т. 14. № 2. С. 202–226.
6. Лабунская В.А., Капитанова Е.В. Обеспокоенность и удовлетворенность студентов своим внешним обликом как предикторы самооценок его компонентов и характеристик // Российский психологический журнал. 2016. Т. 13. № 1. С. 167–183.
7. Лабунская В.А., Капитанова Е.В. Самооценка и оценка внешнего облика членов студенческой группы как предикторы отношений межличностной значимости // Социальная психология и общество. 2016. Т. 7. № 1. С. 72–87. doi:10.17759/sps.2016070106
8. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психологическое обозрение. 1998. № 1. С. 13–25.
9. Мареева С.В. Динамика норм и ценностей россиян // Социологические исследования. 2013. № 7. С. 120–130.
10. Мотков О.И. Методика изучения внешних и внутренних ценностей личности [Электронный ресурс] <https://www.psychologos.ru/articles/view/metodika-izucheniya-vneshnih-i-vnutrennih-cennostey-lichnosti> (дата обращения: 02.04.2018).
11. Петров А.В. Ценностные предпочтения молодежи: диагностика и тенденции изменений // Социологические исследования. 2008 № 2. С. 83–90.
12. Плотникова Ю.С. Ценностные ориентации студентов на долголетие и особенности самосохранительного поведения // Социологические исследования. 2009. № 9. С. 143–146.



13. *Собчик Л.Н.* Вербальный фрустрационный тест. СПб: Речь, 2002. 24 с.
14. *Соколов А.В., Щербакова И.О.* Ценностные ориентации постсоветского гуманитарного студенчества // Социологические исследования. 2003. № 1. С. 115–123.
15. *Суэми В., Фернхем А.* Психология красоты и привлекательности. СПб: Питер, 2009. 240 с.
16. *Татарко А.Н.* Взаимосвязь базовых человеческих ценностей и электорального поведения // Социальная психология и общество. 2017. Т. 8. № 1. С. 17–37. doi:10.17759/sps.2017080102
17. *Темницкий А.Л.* Соотношение терминальных и инструментальных ориентаций на труд у работающего населения России (сравнительный анализ) // Социологический журнал. 2017. Т. 23. № 3. С. 144–162. <https://www.psychologos.ru/articles/view/metodika-izucheniya-vneshnih-i-vnutrennih-cennostey-lichnosti> (дата обращения: 02.04.2018).
18. *Федотова В.А.* Взаимосвязь ценностей и инновативных установок у представителей разных поколений россиян // Социальная психология и общество. 2016. Т. 7. № 2. С. 82–92. doi:10.17759/sps.2016070206
19. *Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Лунатова А.С.* Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: Применение в России // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9. № 1. С. 43–70.
20. *Anderson C., John O., Keltner D., Kring A.* Who Attains Social Status? Effects of Personality and Physical Attractiveness in Social Groups // Journal of Personality and Social Psychology. 2001. Vol. 81. Is. 1. P. 116–132.
21. *Beall A.* Can a New Smile Make You Look More Intelligent and Successful? // Dental Clinics of North America. 2007. Vol. 51. Is. 2. P. 289–297. doi:10.1016/j.cden.2007.02.002
22. *Chang F.M., Jarry J.L., Kong M.A.* Appearance investment mediates the association between fear of negative evaluation and dietary restraint // Body Image. 2014. Vol. 11. Is. 1. P. 72–76. doi:10.1016/j.bodyim.2013.11.002
23. *Dion K., Berscheid E., Walster E.* What Is Beautiful Is Good. // Journal of Personality and Social Psychology. 1972. Vol. 24. Is. 3. P. 285–290.
24. *Schwartz S.H.* An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. Online Readings in Psychology and Culture. 2012. 2 (1). [Электронный ресурс] <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1116&context=orpc&httpsredir=1&referer> (дата обращения: 12.05.2018).
25. *Shahani-Denning C.* Physical Attractiveness Bias in Hiring: What Is Beautiful Is Good. Hofstra Horizons Spring. 2003. 15–18. [Электронный ресурс] [http://www.hofstra.edu/pdf/orsp\\_shahani-denning\\_spring03.pdf](http://www.hofstra.edu/pdf/orsp_shahani-denning_spring03.pdf) (дата обращения: 12.05.2018).
26. *Shinners E.* Effects of The “What is Beautiful is Good” Stereotype on Perceived Trustworthiness // UW-L Journal of Undergraduate Research XII. 2009. [Электронный ресурс] <https://www.uwlax.edu/urc/jur-online/pdf/2009/shinners-erinpsy.pdf> (дата обращения: 20.04.2018).
27. *Srivastava K.* Conceptualization and Development of the Appearance Perfectionism Scale: Preliminary Evidence for Validity and Utility in a College Student Population: Thesis of BS in Psychology. Michigan, 2009.

28. *Trekels J., Eggermont S.* Beauty is Good: The Appearance Culture, the Internalization of Appearance Ideals, and Dysfunctional Appearance Beliefs Among Tweens // *Human Communication Research*. 2017. Vol. 43. Is. 2. P. 173–192.
29. *Webb H.J., Zimmer-Gembeck M.J.* A Longitudinal Study of Appearance-based Rejection Sensitivity and the Peer Appearance Culture // *Journal of Applied Developmental Psychology*. 2016. Vol. 43. P. 91–100.

## Theoretical foundations and methodological approaches to the study of the phenomenon the «Value of appearance»

V.A. LABUNSKAYA\*,

*Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia,  
vlab@aanet.ru*

G.V. SERIKOV\*\*,

*Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia,  
serikovg@mail.ru*

*The article presents a number of theoretical basics for the development of «multifactor empirical model for studying the attitude to appearance». It argues that the «value of appearance» should be in the centre of this model. The article notes that the introduction of «value of appearance» concept meets not only the modern science requirements, but also complements the person's value structure study at different stages of his or her life. The article emphasizes that the methodology for studying the «value of appearance» involves not only its place determination in the hierarchy of human values, but also includes research of its change under the influence of socio-cultural, stratification, socio-psychological and individual-personal factors. The article also states that the intensity of these factors impact on the explicitness of the «value of appearance» in a person is determined by the sphere of human existence, which is of priority for him or her. The article presents both a set of original techniques and modifications of well known ones aimed at appraisal of values representation and hierarchy of value orientations in a person: a modified method of value orientations research developed by M. Rokich; method for «Diagnosis of person's real structure of value orien-*

### For citation:

Labunskaya V.A., Serikov G.V. Theoretical foundations and methodological approaches to the study of the phenomenon the «Value of appearance». *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2018. Vol. 9, no. 3, pp. 91–103. doi:10.17759/sps.2018090310 (In Russ., abstr. in Engl.).

\* *Labunskaya Vera A.* — Doctor of Science in Psychology, professor, Department of Social Psychology, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia, vlab@aanet.ru

\*\* *Serikov Gennady V.* — PhD in Psychology, associate professor, Department of Social Psychology, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia, serikovg@mail.ru

tations» proposed by S.S. Bubnova; and also a list of techniques aimed at the diagnosis of phenomena related to appearance and influencing or presenting the explicitness of the «value of appearance».

**Keywords:** appearance, value, hierarchy of values, importance of appearance, empirical model, factors.

#### Funding

The research was conducted with the financial support from Russian Scientific Foundation, project № 171801260.

#### REFERENCES

1. Bojkov V. Je. Cennosti i orientiry obshhestvennogo soznaniya rossijan [Values and reference points of the public consciousness of the Russians]. *Sociologicheskie issledovaniya* [Sociological researches], 2004, no. 7, pp. 46–52.
2. Bubnova S.S. Cennostnye orientacii lichnosti kak mnogomernaja nelinejnaja sistema [Valuable orientations of the personality as multidimensional nonlinear system]. *Psihologicheskij zhurnal* [Psychological journal], 1999. Vol. 20, no. 5, pp. 38–44.
3. Znakov V.V. Cennosti kak problema psihologii chelovecheskogo bytija [Values as a problem of human life psychology]. *Psihologija ponimaniya mira cheloveka* [Psychology of the person's world understanding]. Moscow: RAS Institute of psychology, 2016, pp. 136–146.
4. Karandashev V.N. Metodika Shvarca dlja izuchenija cennostej lichnosti: koncepcija i metodicheskoe rukovodstvo [Schwarz's method for studying personality's values: concept and methodical guide]. St. Petersburg: Rech', 2004. 70 p.
5. Labunskaja V.A., Drozdova I.I. Teoretiko-jempiricheskij analiz vlijaniya sociokul'turnyh i social'no-psihologicheskikh faktorov na ocenki i samoocenki molodyh ljudej vneshnego oblika [A theoretical and empirical analysis of the influence of socio-psychological factors on young people's assessment and self-assessment of appearance]. *Rossijskij psihologicheskij zhurnal* [Russian psychological journal], 2017. Vol. 14, no. 2, pp. 202–226.
6. Labunskaja V.A., Kapitanova E.V. Obespokoennost' i udovletvorennost' studentov svoim vneshnim oblikom kak prediktory samoocenok ego komponentov i harakteristik [Concerns and satisfaction of students to their appearance as predictors of self-evaluations of its components and characteristics]. *Rossijskij psihologicheskij zhurnal*. [Russian psychological journal], 2016. Vol.13, no. 1, pp. 167–183.
7. Labunskaja V.A., Kapitanova E.V. Samoocenka i ocenka vneshnego oblika chlenov studencheskoj gruppy kak prediktory otnoshenij mezhlichnostnoj znachimosti [Self-Assessment and Appearance Evaluation in Student Group as Predictors in Relationships of Interpersonal Significance]. *Social'naja psihologija i obshhestvo* [Social psychology and society], 2016. Vol. 7, no. 1, pp. 72–87. doi:10.17759/sps.2016070106 8.
8. Leont'ev D.A. Cennostnye predstavlenija v individual'nom i gruppovom soznanii: vidy, determinanty i izmenenija vo vremeni [Values representations in individual and group consciousness: types, determinants and changes in time]. *Psihologicheskoe obozrenie* [Psychological review], 1998, no. 1, pp. 13–25.

9. Mareeva S.V. Dinamika norm i cennostej rossijan [Dynamics of norms and values of the Russians]. *Sociologicheskie issledovanija* [Sociological researches], 2013, no. 7, pp. 120–130.
10. Motkov O.I. Metodika izuchenija vneshnih i vnutrennih cennostej lichnosti [Elektronnyi resurs] [Method of external and internal values of personality's studying]. URL: <https://www.psychologos.ru/articles/view/metodika-izucheniya-vneshnih-i-vnutrennih-cennostey-lichnosti> (Accessed 02.04.2018).
11. Petrov A.V. Cennostnye predpochtenija molodezhi: diagnostika i tendencii izmenenij [Valuable preferences of youth: diagnostics and tendencies of change]. *Sociologicheskie issledovanija* [Sociological researches], 2008, no. 2, pp. 83–90.
12. Plotnikova Ju.S. Cennostnye orientacii studentov na dolgoletie i osobennosti samosohranitel'nogo povedenija [Value orientations of students on longevity and features of self care behavior]. *Sociologicheskie issledovanija*. [Sociological researches], 2009, no. 9, pp. 143–146.
13. Sobchik L.N. Verbal'nyj frustracionnyj test [Verbal frustration test]. St. Peterburg.: Rech', 2002. 24 p.
14. Sokolov A.V., Shherbakova I.O. Cennostnye orientacii postsovetskogo gumanitarnogo studenchestva [Value orientations in post-soviet humanitarian students]. *Sociologicheskie issledovanija* [Sociological researches], 2003, no. 1, pp. 115–123.
15. Sujemi V., Fernhem A. Psihologija krasoty i privlekatel'nosti [Psychology of beauty and appeal]. St. Peterburg: Piter, 2009. 240 p.
16. Tatarko A.N. Vzaimosvjaz' bazovyh chelovecheskih cennostej i jelektoral'nogo povedenija [Interrelationship of basic human values and electoral behavior]. *Social'naja psihologija i obshhestvo* [Social psychology and society], 2017. Vol. 8. no. 1, pp. 17–37. doi:10.17759/sps.2017080102.
17. Temnickij A.L. Sootnoshenie terminal'nyh i instrumental'nyh orientacij na trud u rabotajushhego naselenija Rossii (sravnitel'nyj analiz) [A ratio of terminal and tool orientations to work in the working population of Russia (the comparative analysis)]. *Sociologicheskij zhurnal* [Sociological journal]. 2017. Vol. 23, no. 3, pp. 144–162. Available at: <https://www.psychologos.ru/articles/view/metodika-izucheniya-vneshnih-i-vnutrennih-cennostey-lichnosti> (Accessed 02.04.2018).
18. Fedotova V.A. Vzaimosvjaz' cennostej i innovativnyh ustanovok u predstavitelej raznyh pokolenij rossijan [Interrelation of values and innovative sets in representatives of different generations of Russians]. *Social'naja psihologija i obshhestvo* [Social psychology and society], 2016. Vol. 7, no. 2, pp. 82–92. doi:10.17759/sps.2016070206.
19. Schwartz Sh., Butenko T.P., Sedova D.S., Lipatova A.S. Utochnennaja teorija bazovyh individual'nyh cennostej: Primenenie v Rossii [The corrected theory of basic individual values: Application in Russia]. *Psihologija. Zhurnal Vysšej shkoly jekonomiki* [Psychology. Journal of Higher School of Economics], 2012. Vol. 9, no. 1, pp. 43–70.
20. Anderson C., John O., Keltner D., Kring A. Who Attains Social Status? Effects of Personality and Physical Attractiveness in Social Groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001. Vol. 81, no. 1, pp. 116–132.
21. Beall A. Can a New Smile Make You Look More Intelligent and Successful? *Dental Clinics of North America*, 2007. Vol. 51, Is. 2, pp. 289–297. doi: 10.1016/j.cden.2007.02.002

22. Chang F.M., Jarry J.L., Kong M.A. Appearance investment mediates the association between fear of negative evaluation and dietary restraint. *Body Image*. 2014. Vol. 11, pp. 72–76.
23. Dion K., Berscheid E., Walster E., What Is Beautiful Is Good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1972. Vol. 24, no. 3, pp. 285–290.
24. Schwartz S.H. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*. 2012. 2 (1) [Elektronnyi resurs]. Available at: <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1116&context=orpc&httpsredir=1&referer> (Accessed 12.05.2018).
25. Shahani-Denning C. Physical Attractiveness Bias in Hiring: What Is Beautiful Is Good. *Hofstra Horizons Spring*. 2003:15-18 [Elektronnyi resurs]. Available at: [http://www.hofstra.edu/pdf/orsp\\_shahani-denning\\_spring03.pdf](http://www.hofstra.edu/pdf/orsp_shahani-denning_spring03.pdf) (Accessed 12.05.2018).
26. Shinnners E. Effects of The «What is Beautiful is Good» Stereotype on Perceived Trustworthiness. *UW-L Journal of Undergraduate Research XII*. 2009. Available at: <https://www.uwlax.edu/urc/jur-online/pdf/2009/shinnners-erinpsy.pdf> (Accessed 20.04.2018).
27. Srivastava K. Conceptualization and Development of the Appearance Perfectionism Scale: Preliminary Evidence for Validity and Utility in a College Student Population: Thesis of BS in Psychology. Michigan, 2009.
28. Trekels J., Eggermont S. Beauty is Good: The Appearance Culture, the Internalization of Appearance Ideals, and Dysfunctional Appearance Beliefs Among Tweens. *Human Communication Research*, 2017. Vol. 43, Is. 2, pp. 173–192.
29. Webb H.J., Zimmer-Gembeck M.J. A Longitudinal Study of Appearance-based Rejection Sensitivity and the Peer Appearance Culture. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 2016. Vol. 43, pp. 91–100.