

Влияние целостного оформления внешнего облика на воспринимаемый возраст женщин

Воронцова Т.А.

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» (ФГАОУ ВО ЮФУ),

г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1717-7059>, e-mail: shkurko@sfedu.ru

Цель исследования. Изучение влияния целостного оформления внешнего облика на воспринимаемый возраст женщин.

Контекст и актуальность исследования. Воспринимаемый возраст трактуется как возраст человека, приписанный ему воспринимающим субъектом на основе восприятия его внешнего облика. Имеется ряд исследований, изучающих влияние отдельных элементов оформления внешнего облика на воспринимаемый возраст, при этом вклад целостного его оформления в воспринимаемый возраст не изучен. Работа выполнена на основе социально-психологического подхода к внешнему облику В.А. Лабунской.

Дизайн исследования. Фотоизображения женщин («моделей») до и после целостного оформления внешнего облика были предъявлены субъектам восприятия для оценки их возраста. Полученные данные проанализированы с применением U-критерия Манна–Уитни, T-критерия Уилкоксона, линейного регрессионного анализа.

Выборка. В качестве «моделей» выступили 72 женщины (22–89 лет); в качестве «оценщиков» – 35 женщин и 16 мужчин (18–79 лет).

Методы. Процедура «Фотовидеопрезентации внешнего облика» Т.А. Воронцовой; анкета «Представления о своем возрасте» Т.А. Воронцовой; анкета «Отношение к своему внешнему облику: удовлетворенность и обеспокоенность» В.А. Лабунской, Е.В. Капитановой.

Результаты. 1) Для 78% женщин доказано влияние оформления внешнего облика на воспринимаемый возраст; 2) у 53% женщин воспринимаемый возраст уменьшился, у 25% – увеличился; 3) на воспринимаемый возраст женщин влияют их возраст и рост, а также личностные особенности «оценщиков»; 4) «пограничный» возраст женщины, меняющий «эффект омоложения» со старящего на омолаживающий – 36 лет.

Основные выводы. Целостное оформление внешнего облика женщин влияет на их воспринимаемый возраст. Основная тенденция данного влияния – омоложение. «Эффект омоложения» женщины в результате целостного оформления внешнего облика зависит от ее возраста.

Ключевые слова: возраст, внешний облик, восприятие возраста, воспринимаемый возраст, оформление внешнего облика.

Финансирование: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ), проект № 17-18-01260.

Для цитаты: Воронцова Т.А. Влияние целостного оформления внешнего облика на воспринимаемый возраст женщин // Социальная психология и общество. 2020. Том 11. № 2. С. 142–161. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2020110209>

The influence of the holistic appearance design on the perceived age of women

Tatyana A. Vorontsova
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1717-7059>, e-mail: shkurko@sfedu.ru

Objectives. *To study the influence of the holistic design of appearance on the perceived age of women.*

Background. *The perceived age is interpreted as the age of a person attributed to him by the perceiving subject based on the perception of his appearance. There are a number of studies that study the influence of individual elements of appearance design on perceived age, while the contribution of its holistic design to perceived age has not been studied. The work is based on a socio-psychological approach to the appearance of V.A. Labunskaya.*

Study design. *Photo images of women (“models”) before and after the holistic appearance design were presented to the subjects of perception to assess their age. The obtained data were analyzed using the Mann-Whitney U-test, Wilcoxon T-test, and linear regression analysis.*

Participants. *The “models” were 72 women (22–89 years old); the “appraisers” were 35 women and 16 men (18–79 years old).*

Measurements. *The procedure of “Photo-visual presentation of appearance” by T.A. Vorontsova; the questionnaire “Your ideas about your own age” by T.A. Vorontsova; the questionnaire “Attitude to your appearance: satisfaction and concern” by V.A. Labunskaya, E.V. Kapitanova.*

Results. *1) The holistic design of the external appearance influenced perceived age of 78% of women-respondents; 2) in 53% of them perceived age was decreased and in 25% it was increased; 3) the perceived age of women is influenced by their age and height as well as the personal characteristics of “evaluators”; 4) “edge” age of women, changing “the effect of rejuvenation” from aging to anti-aging is 36 years.*

Conclusions. *The holistic design of women’s appearance affects their perceived age. The main trend of this influence is rejuvenation. The “rejuvenation effect” of a woman as a result of a holistic design of her appearance depends on her age.*

Keywords: *age, appearance, perception of age, perceived age, appearance design.*

Funding: The reported study was funded by Russian Science Foundation (RSF), project number 17-18-01260.

For citation: Vorontsova T.A. The influence of the holistic appearance design on the perceived age of women. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2020. Vol. 11, no. 2, pp. 142–161. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2020110209> (In Russ.).

Введение

Исследование выполнено в рамках социально-психологического подхода к внешнему облику (ВО) В.А. Лабунской [4; 5], который определяется как «феномен, отражающий различные этапы жизненного пути на основе динамичных, переменных взаимосвязей трех компонентов: 1) физического, 2) социального облика, 3) экспрессивного поведения» [5, с. 202]. Оформление ВО в рамках данного подхода трактуется как социальный ВО и представляет собой его устойчивый компонент наряду с устойчивым (индивидуально-конституциональные характеристики человека — физический ВО) и динамическим (экспрессивное поведение) компонентами. На оформление ВО оказывают влияние гендерные, возрастные, этнические, культурные стереотипы, оно тесно связано с преобразовательной активностью личности, может быть трансформировано как самим человеком, так и при помощи других людей. На трансформацию оформления ВО нацелены индустрия моды, красоты, ухода и т.п. Выделяются [2; 8; 9; 11] следующие элементы оформления ВО: одежда, обувь, гигиена лица, макияж (визаж) (для женщин), борода/усы (для мужчин); стрижка, прическа, цвет волос, аксессуары (украшения, очки, сумки).

Учеными [2; 3; 5; 6; 7; 8; 9; 11] рассматривается ряд психологических функций оформления ВО: самопрезентация личности, проявление отношения к другим; проявление отношения к самому себе; регуляция самоотношения; проявление

индивидуальности; маскировка; формирование первого впечатления; формирование представления о красивом теле; управление впечатлением; презентация своей Я-концепции; самоконтроль (через демонстрацию соответствия социальному окружению); подчеркивание своего социального статуса; демонстрация социальной/профессиональной/этнической/гендерно-возрастной принадлежности к той или иной группе. В ряде работ [24; 27; 30] показано влияние отдельных элементов оформления ВО (очки, именная бирка, униформа, обувь, ухоженные усы/борода и т.д.) на увеличение доверия, привлекательности, позитивной оценки. В работе Ж. Энке [20] специфическое оформление ВО (демонстрирующее женственность) рассматривается в качестве копинг-стратегии девушек, занимающихся атлетическими видами спорта, при ролевом конфликте «женщина/спортсменка». В работе Л. МакНэйл [31] обсуждается роль модной одежды в создании мужской идентичности. В более широком смысле в современной психологии и социологии оформление ВО молодыми людьми рассматривается в качестве инструмента, способствующего воспроизводству культуры взрослых, становлению социальной идентичности личности.

Ряд работ [16; 17] посвящен оформлению ВО в зрелом возрасте, которое рассматривается как один из инструментов управления старением. В данном контексте ученые обращаются к понятию «воспринимаемый возраст» (ВВ), который является «результатом социальной перцепции и представляет

собой возраст человека, приписанный ему субъектом восприятия» [12, с. 194]. В последние десятилетия проблема ВВ, анализ факторов и механизмов его конструирования в процессе социального познания входят в число актуальнейших научных проблем, что обусловлено рядом обстоятельств. Во-первых, проблема изучения восприятия возраста имеет большое значение для анализа повседневного общения и взаимодействия человека, так как уже в первом исследовании ВВ [28] было показано, что ВВ незнакомого человека влияет на первое впечатление, ролевые ожидания и возрастные установки. Во-вторых, проблема изучения ВВ имеет фундаментальный характер, так как относится к теории социального познания, отправной точкой которого в данном случае является ВО человека как основной источник информации о его возрасте. В-третьих, изучение ВВ имеет экономическое значение — для растущих рынков омолаживающих технологий, так как позволяет анализировать их эффективность и отвечать на запрос современного человека выглядеть моложе своих лет.

Ученые рассматривают ВО человека как маркер его возраста, выделяя те его элементы, параметры и характеристики, которые влияют на восприятие возраста человека, на процессы отнесения его к возрастным группам. На сегодняшний день описаны разнообразные лицевые признаки, ассоциированные с ВВ [1; 32]; изучена структура восприятия возраста с точки зрения «вклада» различных компонентов ВО [14]; продемонстрировано влияние динамического компонента ВО (выражения лица, улыбки, целостного экспрессивного поведения) на восприятие возраста [12; 23; 26]. Также анализируется влияние отдельных

элементов оформления ВО на ВВ. Наиболее изучено влияние макияжа. В исследовании М. Ли, Ж. Хэн, Э. Ким [29] показано, что макияж способен уменьшить ВВ женщин путем коррекции цвета кожи. Более молодой возраст в глазах воспринимающего субъекта ассоциирован с такими свойствами кожи, как более светлый тон и более однородный цвет. В исследовании Р. Руссел с коллегами [34] продемонстрировано дифференцированное влияние макияжа на ВВ. Ученые обнаружили, что женщины после 40 лет выглядели моложе с использованием макияжа, на ВВ 30-летних женщин макияж не оказывал никакого влияния, а ВВ 20-летних женщин с макияжем увеличивался. В работе С.Г. Даян с коллегами [19] произведена количественная оценка влияния косметического макияжа на ВВ и первое впечатление. Женщины с макияжем казались на 4 года моложе тех, кто не носил никакого макияжа, и вызывали на 37% лучшее первое впечатление у других.

Также учеными [21; 22] зафиксировано влияние цвета волос в сочетании с цветом кожи на ВВ и привлекательность: женщины с более светлым цветом волос были оценены как более молодые, чем женщины с темными оттенками; этот эффект был более выражен у женщин со светлым цветом кожи. Также показано [18; 25], что наличие седины в причёске является как биологическим маркером старения, так и социальным, сигнализируя воспринимающему субъекту, что носитель седины относится к старшей возрастной группе. Причем влияние седины на ВВ доказано как на женской выборке, так и на мужской (к седине в последнем случае присоединяется еще степень облысения). Работа Ф. Мускарелла и М.Р. Суннингхам [33] посвящен-

на изучению социального восприятия мужской модели облысения и наличия/отсутствия лицевых волос. Обнаружено, что уменьшение количества черепных волос связано с повышением восприятия социальной зрелости, умиротворения и возраста, а также снижением восприятия привлекательности и агрессивности. Мужчины с наличием лицевых волос воспринимались как более агрессивные, менее покладистые, привлекательные, социально зрелые и более старые, чем мужчины с чисто выбритыми лицами.

Проведенный анализ позволяет констатировать, что, несмотря на наличие значительного количества работ, в которых бы анализировалось влияние отдельных элементов оформления ВО на ВВ, на сегодняшний день вклад целостного оформления ВО в ВВ человека практически не изучен. В качестве целостного оформления ВО нами рассматривается процедура трансформации всех его элементов (стрижка, покраска, укладка, макияж, подбор одежды, обуви, аксессуаров) с привлечением специалистов в области моды, стиля, имиджа.

Целью исследования стало изучение влияния целостного оформления ВО женщин на их ВВ. Гипотезы исследования: 1) ВВ женщин-«моделей», полученный на основе восприятия их ВО другими людьми до и после его целостного оформления, будет различаться; 2) особенности восприятия возраста женщин-«моделей» могут быть обусловлены параметрами отношения к своему ВО субъектов восприятия («оценщиков») и их представлениями о своем возрасте. Выдвижение второй гипотезы обосновано необходимостью изучения субъективного фактора ВВ, к которому относятся различные характеристики воспринимающего субъекта. В данном исследовании мы обратились

к таким характеристикам отношения к своему ВО субъекта восприятия, как удовлетворенность, обеспокоенность им, стремление к совершенствованию [5].

Методы и процедура исследования

В качестве основного метода исследования выступила процедура «Фото-видеопрезентации внешнего облика» Т.А. Воронцовой [13]. Процедура состоит в предъявлении различных комплектов видео и фотоизображений ВО объектов восприятия «оценщикам» (субъектам восприятия) для оценки их возраста. Содержит четыре комплекта фото и видеопрезентаций ВО, созданных для решения различных задач в контексте изучения ВВ человека. Специально для данного исследования нами создан Комплект № 5 данной процедуры, в который вошли фотоизображения «моделей», различающихся оформлением своего ВО. В качестве «моделей» выступили героини телевизионной передачи «Модный приговор» на Первом канале Российского телевидения, фотографии которых до и после целостного оформления их ВО в открытом доступе имеются в сети Интернет (на официальном сайте программы www.modniy.tv). Каждая «модель» в данном комплекте фотографий представлена дважды: 1) до процедуры трансформации всех элементов ВО, а именно: с оформлением ВО, который сделан ею самой «в соответствии с модными советами и собственными представлениями о своем идеальном образе» (цитата с сайта программы); на этом этапе телепередачи «модели» самостоятельно экспериментируют с одеждой, обувью и аксессуарами, минимально используя макияж и прическу; 2) после процедуры трансформации: с целостным оформлением ВО, которое сделано стилистами. Таким обра-

зом, исходный и «трансформированный» ВО отличаются по критериям целостности, целенаправленности и инициатору трансформации (сам человек/стилист). В комплект были включены фотографии только тех «моделей», которые приняли предложенный стилистами вариант оформления их ВО. Объектом восприятия выступили 72 «модели» (женщины от 22 до 89 лет; $M=48,62$; ст. откл. = 15,48; выравнивание выборки по количеству «моделей» на каждый десятилетний возрастной интервал). В качестве стимульного материала, предъявляемого «оценщикам», выступили их фотографии до и после целостного оформления ВО, всего 144 фотографии. В качестве субъектов восприятия («оценщиков») выступили 35 женщин и 16 мужчин в возрасте от 18 до 79 лет.

ВВ «моделей» был получен следующим образом. Альбом с фотографиями «моделей» (расположенных в нем случайным образом, но так, чтобы их фотографии до и после преобразования ВО не следовали бы друг за другом) был представлен «оценщикам» с вопросом: «Сколько лет женщине на фотографии?». По каждой «модели» была получена 51 оценка ее возраста до и 51 оценка ее возраста после целостного оформления ВО — всего 102 оценки на каждую «модель», или 7344 оценок по всем «моделям».

Также в работе для диагностики «оценщиков» были использованы:

1) Анкета «Представления о своем возрасте», разработанная Т.А. Воронцовой [13]. Анкета содержит ряд вопросов относительно своего возраста: 1) «На сколько лет Вы себя ощущаете?» (трак-

туется автором, вслед за Е.А. Сергиенко [10], как субъективный возраст (СВ)); 2) «На сколько лет, как Вы считаете, Вы выглядите?» — отражает самооценку ВВ (СВВ); 3) «На сколько лет хотели бы выглядеть?» — рассматривается как желаемый ВВ (ЖВВ); 4) «На сколько лет, по мнению других людей, Вы выглядите?» — рассматривается как представление респондента об оценке своего ВВ (ОВВ).

2) Анкета «Отношение к своему внешнему облику: удовлетворенность и обеспокоенность» В.А. Лабунской и Е.В. Капитановой [5] использована для диагностики степени обеспокоенности и удовлетворенности своим ВО, выраженности стремления к его совершенствованию.

Результаты

Сравнительный анализ ВВ женщин, полученного на основании оценок их возраста субъектами восприятия («оценщиками») до и после целостного оформления ВО

Для доказательства первой гипотезы исследования к полученным данным о возрасте каждой «модели» был применен Т-критерий Уилкоксона, который применяется для обнаружения так называемого «эффекта обработки», то есть влияния на однородные данные какого-либо фактора. В табл. 1 приведены результаты сравнительного анализа ВВ «модели» № 1, который стал значимо ниже после целостного оформления ее ВО. Фото «модели»¹ до и после преобразования приведено на рис. 1.

¹ Фотографии, представленные в журнале, взяты с официального сайта программы (www.modniy.tv), на котором есть указание, что использование любых материалов сайта разрешается с указанием ссылки на источник.

Применение критерия Уилкоксона относительно данной «модели» показало: 80% «оценщиков» оценили возраст «модели» после целостного оформления ВО ниже, чем до его оформления; 16% «оценщиков» приписали ей больший возраст после оформления ВО; 4% «оценщиков» дали «модели» один и тот же возраст по фотографии до и после целостного оформления ВО. Статистика критерия Z и уровень значимости ($Z=-4,782$; $p=0,000$) позволяют заклю-

чить, что «модель» № 1 после целостного оформления ВО стала выглядеть значительно моложе.

В табл. 2 приведены результаты применения критерия Уилкоксона по «модели» («модель» № 3), чей ВВ значительно увеличился после целостного оформления ее ВО. Фото «модели» до и после преобразования приведено на рис. 2.

Применение критерия Уилкоксона относительно данной «модели» показало: 16% «оценщиков» оценили возраст

Таблица 1

Сравнительный анализ ВВ «модели» № 1 до и после целостного оформления ее ВО по критерию Уилкоксона

Ранги	N	Средний ранг	Сумма рангов	Статистика критерия
Отрицательные ранги (ВВ после<ВВ до)	41	26,65	1092,50	$Z=-4,782$, $p=0,000$
Положительные ранги (ВВ после>ВВ до)	8	16,56	132,50	
Связи (ВВ после=ВВ до)	2			
Всего	51			



Рис. 1. Пример фотоизображения «модели» («модель» № 1) выборки исследования, чей ВВ после целостного оформления ВО уменьшился

Таблица 2

Сравнительный анализ ВВ «модели» № 3 до и после целостного оформления ее ВО по критерию Уилкоксона

Ранги	N	Средний ранг	Сумма рангов	Статистика критерия
Отрицательные ранги (ВВ после<ВВ до)	8	14,94	119,50	Z=-5,010, p=0,000
Положительные ранги (ВВ после>ВВ до)	42	27,51	1155,50	
Связи (ВВ после=ВВ до)	1			
Всего	51			



Рис. 2. Пример фотоизображения «модели» («модель» № 3) выборки исследования, чей ВВ после оформления ВО увеличился

«модели» после целостного оформления ВО ниже, чем до его оформления; 82% «оценщиков» оценили возраст «модели» после целостного оформления ВО выше, чем до его оформления; 2% «оценщиков» приписали «модели» один и тот же возраст до и после целостного оформления ВО. Статистика критерия Z и уровень значимости ($Z=-5,010$; $p=0,000$) позволяют заключить, что «модель» № 3 после целостного оформления ВО стала выглядеть значительно старше.

В табл. 3 приведены результаты применения критерия Уилкоксона по «модели» («модель» № 20), чей ВВ значительно не изменился. Фото «модели» до и после преобразования приведено на рис. 3.

Применение критерия Уилкоксона относительно данной «модели» показало: 45% «оценщиков» оценили возраст «модели» после целостного оформления ВО ниже, чем до его оформления; 43% «оценщиков» оценили возраст «модели» после целостного оформления ВО выше,

Сравнительный анализ ВО «модели» № 20 до и после целостного оформления ее ВО по критерию Уилкоксона

Ранги	N	Средний ранг	Сумма рангов	Статистика критерия
Отрицательные ранги (ВВ после<ВВ до)	23	23,46	539,50	Z=-0,249, p=0,804
Положительные ранги (ВВ после>ВВ до)	22	22,52	495,50	
Связи (ВВ после=ВВ до)	6			
Всего	51			



Рис. 3. Пример фотоизображения «модели» («модель» № 20) выборки исследования, чей ВВ после оформления ВО не изменился

чем до его оформления; 12% «оценщиков» приписали «модели» один и тот же возраст до и после целостного оформления ВО. Статистика критерия Z и уровень значимости ($Z=-0,249$; $p=0,804$) позволили заключить, что ВВ «модели» № 20 после целостного оформления ее ВО значимо не изменился.

Подобный анализ проведен по каждой из 72 «моделей» исследования, в результате чего сделаны следующие выводы: 1) у 78% от общей выборки жен-

щин-участниц программы «Модный приговор» обнаружен «эффект обработки», то есть доказано влияние оформления ВО на их ВВ, что позволяет нам подтвердить первую гипотезу о влиянии целостного оформления ВО на ВВ моделей; 2) обнаруженное влияние является разнонаправленным: у 53% (38 женщин) ВВ уменьшился, у 25% (18 женщин) увеличился, что позволяет сделать вывод о наличии преобладающей тенденции — снижении ВВ; 3) наличие двух

эффектов целостного оформления ВО («омолаживающего» и «старящего») эмпирически обосновывает существование дополнительных факторов, опосредующих влияние оформления ВО на ВВ женщин, к которым относятся их различные характеристики (например, возраст, рост, вес и т.д.).

Для дополнительной проверки первой гипотезы и доказательства того, что «омолаживающий» эффект целостного оформления ВО является преобладающим, нами предпринято следующее. По каждой из женщин-«моделей» подсчитан средний возраст (с точностью до двух знаков после запятой), приписанный ей «оценщиками» до и после преобразования. Как показано в проведенном нами обзоре современных исследований ВВ [13], именно этот показатель называется «воспринимаемым» возрастом человека (усредненные оценки возраста на основе определенного количества наблюдений). Далее к ВВ «моделей», полученным до и после целостного преобразования ВО, также был применен критерий Уилкоксона, только в данном случае анализу подверглись усредненные оценки возраста 72 моделей на основе 51 наблюдения. Результаты представлены в табл. 4.

Проведенный анализ математически подтверждает «омолаживающий» эффект целостного оформления ВО.

Сравнительный анализ индивидуально-психологических и социально-демографических характеристик женщин, у которых в результате оформления ВО значительно уменьшился/увеличился ВВ

В качестве дополнительных факторов, опосредующих влияние целостного оформления ВО женщин на их ВВ, в нашем исследовании выступили индивидуально-психологические и социально-демографические характеристики «моделей», размещенные на сайте телепередачи «Модный приговор» в открытом доступе: возраст, рост, вес, размер одежды, работа, семейное положение, количество детей в семье. Для анализа влияния данных факторов на ВВ мы разделили выборку на 3 подгруппы: 1) в первую подгруппу вошли 38 женщин, ВВ которых уменьшился в результате целостного оформления ВО; 2) во вторую подгруппу вошли 18 женщин, ВВ которых увеличился; 3) третью подгруппу составили 16 женщин, чей ВВ не изменился. Далее мы сравнили первую и вторую подгруппы по критерию Манна-Уитни, значимые различия приведены в табл. 5.

Таким образом, возраст и рост женщин являются дополнительными переменными, которые участвуют в процессах конструирования возраста на

Таблица 4

Сравнительный анализ ВВ объектов восприятия («моделей») до и после целостного оформления ВО по критерию Уилкоксона

Ранги	N	Средний ранг	Сумма рангов	Статистика критерия
Отрицательные ранги (ВВ после<ВВ до)	47	40,19	1889,00	Z=-3,227, p=0,001
Положительные ранги (ВВ после>ВВ до)	25	29,56	739,00	
Связи (ВВ после=ВВ до)	0			
Всего	72			

основе целостного оформления ВО. Обнаруженный в исследовании эффект «омоложения» в результате оформления ВО в большей степени характерен для зрелых женщин, а также для женщин, которые имеют низкий рост; для молодых и рослых женщин использование комплексного оформления ВО может приводить к тому, что они будут выглядеть старше с точки зрения воспринимающего субъекта.

Для выявления специфики влияния возраста и роста на эффект «омоложения» в результате целостного оформления ВО женщин нами был применен линейный регрессионный анализ. В качестве зависимой переменной выступила разница между ВВ женщин до и после целостного оформления ВО (ВВдо-ВВпосле), названная нами «Эффект омоложения». Эта переменная может принимать как положительные, так и отрицательные значения, причем чем более высокие положительные значения она принимает, тем «омолаживающий»

эффект сильнее. Отрицательные значения данного параметра говорят об обратном эффекте («старящем»). Переменная «эффект омоложения» в изучаемой выборке имела размах от -11,35 до 13,57 лет. Применение линейного регрессионного анализа, где в качестве предиктора (независимой переменной) выступал рост, не показало его значимого линейного влияния на эффект «омоложения» (зависимую переменную). Результаты анализа влияния возраста моделей на эффект «омоложения» приведены в табл. 6.

Уравнение регрессии представляет собой следующее выражение: «Эффект омоложения» (ВВдо - ВВпосле) = 0,184 × Возраст - 6,703. Полученное уравнение регрессии позволяет вычислить тот возраст, который ассоциирован с нулевым эффектом (отсутствием «омолаживающего» эффекта). Соответственно, возраст свыше «нулевого» связан с «омолаживающим» эффектом (показатель ВВдо-ВВпосле принимает положительные значения); возраст ниже «нулево-

Таблица 5

Сравнительный анализ возраста и роста женщин, у которых в результате оформления ВО значимо уменьшился (группа 1)/увеличился (группа 2) ВВ по критерию Манна—Уитни

Параметр	М/σ (группа 1)	М/σ (группа 2)	Z	p	Средний ранг 1 группы	Средний ранг 2 группы
Возраст	55,18/13,16	34,00/11,27	- 4,626	0,000	35,43	13,86
Рост	162,87/6,76	167,06/5,74	-2,323	0,020	25,03	35,83

Таблица 6

Результаты линейного регрессионного анализа (зависимая переменная: «эффект омоложения» (ВВдо-ВВпосле); предиктор: возраст)

Модель	B	Ст. ошиб.	B	t	p
(Константа)	-6,703	1,845		-3,632	0,001
Возраст	0,184	0,036	0,518	5,072	0,000
Общие показатели регрессии	R=0,518; R ² =0,269; F=25,730; p=0,000				

го» ассоциирован с обратным эффектом (показатель ВВдо - ВВпосле принимает отрицательные значения). Решение уравнения $0,184 \times \text{Возраст} - 6,703 = 0$ позволило нам вычислить этот возраст. Он равен 36,43 года. То есть возраст «модели» свыше 36 лет позволяет нам прогнозировать «омолаживающий» эффект целостного оформления ВО, а возраст «модели» ниже данного возраста — обратный («старящий») эффект.

Особенности восприятия возраста женщин-«моделей», обусловленные параметрами отношения к своему ВО и представлениями о своем возрасте субъектов восприятия («оценщиков»)

В качестве параметров отношения к своему ВО субъектов восприятия, которые, возможно, опосредуют процесс конструирования ими возраста «моделей», нами рассматривались: 1) степень обеспокоенности своим ВО; 2) степень удовлетворенности своим ВО; 3) выраженность стремления к совершенствованию своего ВО. В качестве особенностей представлений субъектов восприятия о своем возрасте выступила разница между хронологическим возрастом (ХВ) респондентов и: 1) субъективным возрастом (ХВ-СВ); 2) самооценкой ВВ (ХВ-СВВ); 3) желаемым воспринимаемым возрастом (ХВ-ЖВВ); 4) представлением об оценке ВВ (ХВ-ОВВ). В целом блок данных характеристик отражает то, насколько респондент чувствует себя моложе хронологического возраста; считает себя выглядящим моложе хронологического возраста; хочет выглядеть моложе хронологического возраста; считает, что другие люди воспринимают его значительно моложе его хронологического возраста.

Для доказательства второй гипотезы нами было предпринято следующее. Во-первых, было выявлено влияние личностного фактора на ВВ «моделей». Для этого из оценок возраста 144 фотографий были извлечены оценки респондентами возраста моделей, представленных после целостного оформления их ВО (72 оценки у 51 респондента, всего 3672 оценки). Данные оценки по каждому респонденту были сравнены с хронологическим возрастом «моделей» по критерию Уилкоксона, что позволило доказать наличие/отсутствие влияния личностного фактора на результаты конструирования возраста «моделей». Проведенный анализ показал, что только 39% «оценщиков» (20 человек) обнаруживают одну из двух стратегий восприятия «моделей», а именно: они склонны «старить» или «омолаживать» «модель». Во-вторых, выявленные 20 «оценщиков», относительно которых доказан факт влияния их личностных особенностей на ВВ «моделей», были разделены на 2 подгруппы: 1) «оценщиков», у которых преобладала тенденция «омолаживать» воспринимаемых женщин (их оказалось 15 человек, или 75% выделенной подгруппы «оценщиков»); 2) «оценщиков», у которых преобладала тенденция «старить» воспринимаемых женщин (их оказалось 5 человек, или 25% выделенной подгруппы «оценщиков»). Далее мы сравнили параметры отношения к своему ВО и представления о своем возрасте «оценщиков», отличающихся склонностью «омолаживать» или «старить» воспринимаемого другого, по критерию Манна-Уитни. Результаты проведенного анализа приведены в табл. 7.

Обнаружены значимые различия в отношении к своему ВО «оценщиков», имеющих тенденцию «омолаживать» или «старить» воспринимаемого другого. Эти различия касаются параметра

Таблица 7

Сравнительный анализ параметров отношения к своему ВО и представлений о своем возрасте «оценщиков», отличающихся склонностью «омолаживать» или «старить» воспринимаемого другого, по критерию Манна–Уитни

Параметр	Z	P	Ср. ранг 1 группы («омолаживают»)	Ср. ранг 2 группы («старят»)
Степень обеспокоенности своим ВО	-1,442	0,149	11,6	7,20
<i>Степень удовлетворенности своим ВО</i>	-2,014	0,044	8,97	15,10
Стремление к совершенствованию ВО	-0,132	0,895	10,40	10,80
XВ-СВ	-1,099	0,272	9,67	13,00
<i>XВ-СВВ</i>	-2,394	0,017	8,70	15,90
XВ-ЖВВ	-1,556	0,120	8,97	13,88
XВ-ОВВ	-1,858	0,063	9,10	14,70

«степень удовлетворенности своим ВО», который значительно ниже в группе «оценщиков», склонных «омолаживать» воспринимаемого субъекта. «Оценщики», которые менее удовлетворены своим ВО, конструируют возраст других людей с опорой на стратегии омоложения. Также один из параметров представлений о своем возрасте в первой и второй подгруппах оказался различным: разница между хронологическим возрастом и самооценкой своего ВВ (XВ-СВВ) выше в группе тех респондентов, которые «старят» «модель». То есть чем более молодо, с точки зрения респондента, он выглядит, тем скорее он будет воспринимать другого старше, чем он есть на самом деле, несмотря ни на какие манипуляции другого человека с оформлением своего ВО. Возможно, тут работает принцип переноса: если респондент считает, что он выглядит моложе своих лет, то при оценке возраста объектов восприятия он будет предполагать, что и другие тоже могут выглядеть моложе, и корректировать свои оценки с учетом этого представления.

Обсуждение результатов

Результаты проведенного исследования продемонстрировали влияние целостного оформления ВО женщины на ее ВВ. Они согласуются с данными, полученными в ряде исследований отечественных и зарубежных ученых [19; 29; 34]. На наш взгляд, при обсуждении оформления ВО в зрелом возрасте необходимо опираться на представления о концепциях старения. Один из подходов (теория маскировки) [2] рассматривает старение как стремление сохранить молодой образ, как консервацию черт молодости, на что нацелена современная индустрия моды и красоты. Другой подход [15] рассматривает старение как определенный баланс «общественного» (обусловленного физическими изменениями во внешнем облике) и «частного» (обусловленного субъективным ощущением) старения. В работе К. Баллард, М.А. Елстон, Ж. Габе [15] показано, что, в отличие от теории маскировки, большинство женщин в возрасте старше 50 лет стремятся создать социально приемлемый образ, отражающий

их субъективное ощущение старения. В данном контексте оформление ВО можно рассматривать как проекцию этого образа. При этом образ женщины, созданный стилистами, отражает и «общественное», и «частное» старение, т.к. создается в опоре на культурные нормы и специфику личности женщины.

В работе доказано, что целостное оформление ВО оказывает дифференцированное влияние на ВВ: молодых женщин «старит», а зрелых — «омолаживает». Полученные данные подтверждают закономерность, обнаруженную Р. Руссел с коллегами [34] на примере макияжа. Вслед за авторами мы считаем, что целостное оформление ВО влияет на социальное восприятие через восходящие маршруты, изменяя визуальные сигналы (контраст лица, однородность кожи, модная одежда, современная прическа и т.д.), а также через нисходящие маршруты, актуализируя социальные представления и нормы, связанные с использованием тех или иных элементов оформления ВО (например, применение макияжа ассоциировано с более взрослой возрастной группой). При этом нам удалось с помощью линейного регрессионного анализа обнаружить возраст женщины, меняющий «эффект омоложения» со «старящего» на «омолаживающий». Этот возраст составляет 36 лет.

Также обнаружено влияние на результат социального восприятия (ВВ объекта восприятия) отношения к своему ВО субъектов восприятия (параметра «удовлетворенность своим ВО»), а также их представлений о своем воспринимаемом возрасте. Полученные данные согласуются с результатами одного из наших исследований [12], в котором было доказано влияние на ВВ другого человека самооценки своего ВО субъекта восприятия.

Ограничением настоящего исследования является тот факт, что нам неизвестны реальные цели и задачи стилистов программы «Модный приговор», трансформирующих оформление ВО «моделей», эталоны и принципы их работы, которые, очевидно, могли бы повлиять на результаты исследования. Частично это ограничение снимает тот факт, что омоложение «моделей» не является специальной целью передачи, на сайте программы она заявлена как обучение участников и зрителей «самопрезентации и искусству хорошо выглядеть». Также, на наш взгляд, нуждаются в дальнейшем анализе паттерны оформления ВО, которые предлагают стилисты и сами участники программы, то, насколько они имеют «универсальный» или «частный» характер. В силу обозначенных причин полученные результаты могут быть перенесены на генеральную совокупность с осторожностью.

Заключение

Результаты проведенного исследования позволяют заключить, что выдвинутые гипотезы подтвердились. Доказано влияние оформления ВО женщин на их ВВ. Это влияние дифференцированное: у 53% женщин ВВ уменьшился, у 25% — увеличился. Преобладающей тенденцией данного влияния является снижение ВВ. Обнаружено влияние дополнительных факторов (роста и возраста женщин) на конструирование их возраста на основе оформления ВО. С помощью линейного регрессионного анализа обнаружен «пограничный» возраст женщины (36 лет), который меняет «эффект омоложения» с отрицательного на положительный. Также обнаружено влияние личностно-

го фактора «оценщика» (удовлетворенность своим ВО, самооценка своего ВВ) на ВВ объекта восприятия. Для проведения исследования разработан Комплекс № 5 процедуры «Фотовидеопрезентации внешнего облика», который может иметь самостоятельное значение для дальнейшего изучения ВВ.

В целом проведенное исследование отражает функциональную значимость оформления ВО в сфере социального познания и межличностного общения, а также подтверждает доминирующую роль отношения к своему ВО в конструировании представлений о Другом [4].

Проведенное исследование касается межличностного восприятия и не учитывает эффекты, которые оказывает целостное оформление ВО на его носителя. В большинстве случаев герои передачи «Модный приговор» сообщают в своих самоотчетах о повышении самооценки, улучшении отношения к себе и своему ВО, появлении новых планов и перспектив в карьере и личной жизни. Изучение данных эффектов может стать предметом отдельного исследования. Также в продолжение данного исследования может быть изучено влияние целостного оформления ВО на ВВ мужчин.

Литература

1. Белопольская Н.Л., Виссарионова В.В., Шафирова Е.М. Определение хронологического возраста по лицу человека // Лицо человека как средство общения: Междисциплинарный подход / Отв. ред. В.А. Барабанщиков, А.А. Демидов, Д.А. Дивеев. М.: Когито-Центр, 2012. С. 33–44.
2. Золотухина-Аболина Е.В. Внешность и возраст: косметология как культурный феномен // Внешний облик в различных контекстах взаимодействия: материалы Всероссийской научной конференции, 28–30 октября 2019 года / Под общ. редакцией П.Н. Ермакова, В.А. Лабунской, Г.В. Серикова. М.: Кредо, 2019. С. 72–74.
3. Костригин А.А. Потребительское поведение в сфере моды: психологические аспекты // МНТФ «Первые международные Косыгинские чтения — 2017». М.: Московский государственный университет дизайна и технологии, 2017. С. 302–305.
4. 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
5. Лабунская В.А., Дроздова И.И. Теоретико-эмпирический анализ влияния социально-психологических факторов на оценки, самооценки молодыми людьми внешнего облика // Российский психологический журнал. 2017. Т. 14. № 2. С. 202–226. DOI: 10.21702/рпж.2017.2.12
6. Музалевская Ю.Е. Мужские и женские черты во внешнем облике представителей субкультур 20-начала 21 веков // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. 2016. Т. 3. № 3. С. 84–87.
7. Петрова Е.А. Визуальная психосемиотика общения. М.: Издательство Академии имиджологии, 2015. 322 с.
8. Погонцева Д.В. Отношение к женщинам с различным этно-религиозным оформлением внешнего вида // Психолог. 2017. № 5. С. 26–32.
9. Рязузова Е.В. Социокультурная обусловленность восприятия внешности незнакомого другого // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия акмеология образования. Психология развития. 2015. Т. 4. Вып. 2 (14). С. 166–169.

10. *Сергиенко Е.А.* Субъективный возраст в самоопределении человека на временной дистанции его жизнедеятельности // Мир психологии. 2011. № 3. С. 104–119.
11. *Черникова А.А., Обласова О.В.* Вербальные и невербальные паттерны самопрезентации в контексте публичного выступления // Мир науки, культуры, образования. 2015. № 4 (53). С. 190–192.
12. *Шкурко Т.А., Сериков Г.В.* Влияние динамического компонента внешнего облика на восприятие визуальных презентаций возраста другого человека // Российский психологический журнал. 2017. Т. 14. № 3. С. 190–209. DOI:10.21702/rpj.2017.3.10
13. *Шкурко Т.А.* Фотовидеопрезентации внешнего облика как метод изучения воспринимаемого возраста человека // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 104–117. DOI:10.17759/sps.20180903113.
14. *Шкурко Т.А., Николаева Е.Г.* Компоненты внешнего облика в структуре восприятия визуальных презентаций возраста // Социальная психология и общество. 2015. Т. 6. № 4. С. 78–90. DOI:10.17759/sps.2015060406
15. *Ballard K., Elston M.A., Gabe J.* Beyond the mask: Women's experiences of public and private ageing during midlife and their use of age-resisting activities // Health. 2005. Vol. 9 (2). P. 169–187. DOI:10.1177/1363459305050584
16. *Bennett E.V., Clarke H.L., Kowalski K.C., Crocker P.R.E.* "I'll do anything to maintain my health": How women aged 65–94 perceive, experience, and cope with their aging bodies // Body Image. 2017. Vol. 21. P. 71–80. DOI:10.1016/j.bodyim.2017.03.002
17. *Borland H., Akram S.* Age is no barrier to wanting to look good: Women on body image, age and advertising // Qualitative Market Research. 2007. Vol. 10 (3). P. 310–333. DOI:10.1108/13522750710754335
18. *Bulpitt C.J., Markowe H.L.J., Shipley M.J.* Why do some people look older than they should? // Postgraduate Medical Journal. 2001. Vol. 77 (911). P. 578–581. DOI:10.1136/pmj.77.911.578
19. *Dayan S.H., Cho K., Siracusa M., Gutierrez-Borst S.* Quantifying the impact cosmetic make-up has on age perception and the first impression projected // Journal of Drugs in Dermatology. 2015. Vol. 14 (4). P. 366–374.
20. *Enke J.* Athleticism and Femininity on a High School Basketball Team: An Interpretive Approach // Sociological Studies of Children and Youth. 2005. Vol. 11. P. 115–152. DOI:10.1016/S1537-4661(05)11005-8
21. *Fink B., Liebner K., Müller A.-K., Hirn T., McKelvey G., Lankhof J.* Hair colour and skin colour together influence perceptions of age, health and attractiveness in lightly pigmented young women // International Journal of Cosmetic Science. 2018. Vol. 40 (3). P. 303–312. DOI:10.1111/ics.12467
22. *Fink B., Neuser F., Deloux G., Röder S., Matts P.J.* Visual attention to and perception of undamaged and damaged versions of natural and colored female hair // Journal of Cosmetic Dermatology. 2013. Vol. 12 (1). P. 78–84. DOI:10.1111/jocd.12017
23. *Ganel T.* Smiling makes you look older // Psychonomic Bulletin and Review. 2015. Vol. 22 (6). P. 1671–1677. DOI:10.3758/s13423-015-0822-7
24. *Guéguen N., Martin A.* Effect of Interviewer's Eyeglasses on Compliance with a Face-to-face Survey Request and Perception of the Interviewer // Field Methods. 2017. Vol. 29 (3). P. 194–204. DOI: 10.1177/1525822X17713661

25. Gunn D.A., Rexbye H., Griffiths C.E.M., Murray P.G., Fereday A., Catt S.D., Tomlin C.C., Strongitharm B.H., Perrett D.I., Catt M., Mayes A.E., Messenger A.G., Green M.R., van der Ouderaa F., Vaupel J.W., Christensen K. Why some women look young for their age // PLoS ONE. 2009. Vol. 4 (12). Art. № e8021. DOI: 10.1371/journal.pone.0008021
26. Hass N.C., Weston T.D., Lim S.-L. Be Happy Not Sad for Your Youth: The Effect of Emotional Expression on Age Perception // PLoS ONE. 2016. Vol. 11 (3). Art. № e0152093. DOI:10.1371/journal.pone.0152093
27. Karl K., Peluchette J.V.E., Hall L.M. Employee beliefs regarding the impact of unconventional appearance on customers in Mexico and Turkey // Employee Relations. 2016. Vol. 38 (2). P. 163–181. DOI:10.1108/ER-05-2015-0083
28. Lawrence J.H. The effect of perceived age on initial impressions and normative role expectations // International Journal of Aging and Human Development. 1974. Vol. 5 (4). P. 369–391.
29. Lee M., Han J., Kim E. An evaluation of the effects of makeup on perceived age based on skin color in Korean women // Journal of Cosmetic Dermatology. 2019. Vol. 18 (4). P. 1044–1051. DOI:10.1111/jocd.12811
30. Matsui D., Cho M., Rieder M.J. Physicians' attire as perceived by young children and their parents: The myth of the white coat syndrome // Pediatric Emergency Care. 1998. Vol. 14 (3). P. 198–201. DOI:10.1097/00006565-199806000-00006
31. McNeill L., McKay J. Fashioning masculinity among young New Zealand men: young men, shopping for clothes and social identity // Young Consumers. 2016. Vol. 17 (2). P. 143–154. DOI:10.1108/YC-09-2015-00558
32. Merinville E., Grennan G.Z., Gillbro J.M., Mathieu J., Mavon A. Influence of facial skin ageing characteristics on the perceived age in a Russian female population // International Journal of Cosmetic Science. 2015. Vol. 37. P. 3–8. DOI:10.1111/ics.12252
33. Muscarella F., Cunningham M.R. The evolutionary significance and social perception of male pattern baldness and facial hair // Ethology and Sociobiology. 1996. Vol. 17 (2). P. 99–117. DOI:10.1016/0162-3095(95)00130-1
34. Russell R., Batres C., Courrèges S., Kaminski G., Soppelsa F., Morizot F., Porcheron A. Differential effects of makeup on perceived age // British Journal of Psychology. 2019. Vol. 110 (1). P. 87–100. DOI:10.1111/bjop.12337

References

1. Belopolskaya N.L., Vissarionova V.V., Shafirova E.M. Opredelenie khronologicheskogo vozrasta po litsu cheloveka [Estimating of Chronologic Age from Somebody's Face]. In Barabanshchikov V.A., Demidov A.A., Diveev D.A. (eds.). *Litsa cheloveka kak sredstvo obshcheniya: Mezhdistsiplinarnyy podkhod [Human Face as a Means of Communication: an Interdisciplinary Approach]*. Moscow: Publ. Cogito-centre, 2012, pp. 33–44. (In Russ.).
2. Zolotukhina-Abolina E.V. Vneshnost' i vozrast: kosmetologiya kak kul'turnyy fenomen [Appearance and age: cosmetology as a cultural phenomenon]. In Ermakov P.N., Labunskaya V.A., Serikov G.V. (eds.). *Vneshnij oblik v razlichnykh kontekstakh vzaimodeystviya: materialy Vserossiyskoj nauchnoy konferencii, 28–30 oktjabrja 2019 goda [External appearance in various contexts of interaction: materials of the all-Russian scientific conference, October 28–30, 2019]*. Moscow 2019, pp. 72–74. (In Russ.).

3. Kostrigin A.A. Potrebitel'skoe povedenie v sfere mody: psikhologicheskie aspekty [Consumer behavior in the sphere of fashion: psychological aspects]. *Pervye mezhdunarodnye Kosygin'skie chteniya – 2017 [First international Kosygin readings-2017]*. Moscow: Moscow state University of design and technology, 2017, pp. 302–305. (In Russ.)
4. Labunskaya V.A., Serikov G.V. Teoreticheskie osnovy i metodicheskie podkhody k izucheniyu fenomena «tsennost' vneshnego oblika» [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. (In Russ., abstr. in Engl.) DOI:10.17759/sps.2018090310
5. Labunskaya V.A., Drozdova I.I. Teoretiko-empiricheskiy analiz vliyaniya sotsialnopsikhologicheskikh faktorov na otsenki, samootsenki molodymi lyudmi vneshnego oblika [Theoretical and empirical analysis of the impact of social and psychological factors on the assessment, self-assessment of young people's appearance]. *Rossiyskiy psikhologicheskiy zhurnal [Russian psychological journal]*, 2017. Vol. 14, no. 2, pp. 202–226. (In Russ., abstr. in Engl.). DOI:10.21702/rpj.2017.2.12
6. Muzalevskaya Yu.E. Muzhskie i zhenskie cherty vo vneshnem oblike predstavitelei subkul'tur 20- nachala 21 vekov [Male and female traits in the external appearance of representatives of subcultures of the 20th-early 21st centuries]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Tekhnologiya legkoi promyshlennosti [News of higher educational institutions. Light industry technology]*, 2016. Vol. 3, no. 3, pp. 84–87. (In Russ.)
7. Petrova E.A. *Vizual'naya psikhosemiotika obshcheniya [Visual psychosemiotics of communication]*. Moscow: Publishing house of the Academy of imidzhology, 2015. 322 p. (In Russ.)
8. Pogontseva D.V. Otnoshenie k zhenshchinam s razlichnym etno-religioznym oformleniem vneshnego vida [Attitude to women with different ethno-religious appearance design]. *Psikholog [Psychologist]*, 2017, no. 5, pp. 26–32. (In Russ., abstr. in Engl.).
9. Ryaguzova E.V. Sotsiokul'turnaya obuslovlennost' vospriyatiya vneshnosti neznakomogo drugogo [Socio-cultural Conditionalism of Perception of Strange Other's Appearance]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya [Izvestiya of Saratov University. New series. A series of educational acmeology. Developmental psychology]*, 2015. Vol. 4, Issue 2 (14), pp. 166–169. (In Russ., abstr. in Engl.).
10. Sergienko E.A. Sub'ektivnyi vozrast v samoopredelenii cheloveka na vremennoi distantsii ego zhiznedeyatel'nosti [A Subjective Age in the Self-Determination of a Person at a Temporal Distance of his/her Life Activity]. *Mir psikhologii [The World of Psychology]*, 2011, no. 3, pp. 104–119. (In Russ., abstr. in Engl.).
11. Chernikova A.A., Oblasova O.V. Verbal'nye i neverbal'nye patterny samoprezentatsii v kontekste publichnogo vystupleniya [Verbal and nonverbal patterns of self-presentation in the context of public speech]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya [The world of science, culture, and education]*, 2015, no. 4 (53), pp. 190–192. (In Russ.)
12. Shkurko T.A., Serikov G.V. Vliyanie dinamicheskogo komponenta vneshnego oblika na vospriyatie vizualnykh prezentatsiy vozrasta drugogo cheloveka [Influence of the dynamic component of the external appearance on the perception of another person visual

- age presentations]. *Rossiyskiy psikhologicheskiy zhurnal* [Russian psychological journal], 2017, no. 3, pp. 190–209. (In Russ., abstr. in Engl.). DOI:10.21702/rpj.2017.3.10
13. Shkurko T.A. “Fotovideoprezentatsii vneshnego oblika” kak metod izucheniya vosprinimaemogo vozrasta cheloveka [“Photo-video presentation of appearance” as a method of a person’s perceived age studying]. *Sotsial’naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2018. Vol. 9, no. 3, pp. 104–117. (In Russ., abstr. in Engl.) DOI:10.17759/sps.2018090311.
14. Shkurko T.A., Nikolaeva Ye.G. Komponenty vneshnego oblika v strukture vospriyatiya vizualnykh prezentatsiy vozrasta [Components of appearance in the structure of perception of visual presentations of age]. *Sotsialnaya psikhologiya i obshchestvo* [Social psychology and society], 2015. Vol. 6, no. 4, pp. 78–90. (In Russ., abstr. in Engl.). DOI:10.17759/sps.2015060406
15. Ballard K., Elston M.A., Gabe J. Beyond the mask: Women’s experiences of public and private ageing during midlife and their use of age-resisting activities. *Health*, 2005. Vol. 9 (2), pp. 169–187. DOI:10.1177/1363459305050584
16. Bennett E.V., Clarke H.L., Kowalski K.C., Crocker P.R.E. “I’ll do anything to maintain my health”: How women aged 65–94 perceive, experience, and cope with their aging bodies. *Body Image*, 2017. Vol. 21, pp. 71–80. DOI:10.1016/j.bodyim.2017.03.002
17. Borland H., Akram S. Age is no barrier to wanting to look good: Women on body image, age and advertising. *Qualitative Market Research*, 2007. Vol. 10 (3), pp. 310–333. DOI:10.1108/13522750710754335
18. Bulpitt C.J., Markowe H.L.J., Shipley M.J. Why do some people look older than they should? *Postgraduate Medical Journal*, 2001. Vol. 77 (911), pp. 578–581. DOI:10.1136/pmj.77.911.578
19. Dayan S.H., Cho K., Siracusa M., Gutierrez-Borst S. Quantifying the impact cosmetic make-up has on age perception and the first impression projected. *Journal of Drugs in Dermatology*, 2015. Vol. 14 (4), pp. 366–374.
20. Enke J. Athleticism and Femininity on a High School Basketball Team: An Interpretive Approach. *Sociological Studies of Children and Youth*, 2005. Vol. 11, pp. 115–152. DOI: 10.1016/S1537-4661(05)11005-8
21. Fink B., Liebner K., Müller A.-K., Hirn T., McKelvey G., Lankhof J. Hair colour and skin colour together influence perceptions of age, health and attractiveness in lightly pigmented young women. *International Journal of Cosmetic Science*, 2018. Vol. 40 (3), pp. 303–312. DOI:10.1111/ics.12467
22. Fink B., Neuser F., Deloux G., Röder S., Matts P.J. Visual attention to and perception of undamaged and damaged versions of natural and colored female hair. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 2013. Vol. 12 (1), pp. 78–84. DOI:10.1111/jocd.12017
23. Ganel T. Smiling makes you look older. *Psychonomic Bulletin and Review*, 2015. Vol. 22 (6), pp. 1671–1677. DOI:10.3758/s13423-015-0822-7
24. Guéguen N., Martin A. Effect of Interviewer’s Eyeglasses on Compliance with a Face-to-face Survey Request and Perception of the Interviewer. *Field Methods*, 2017. Vol. 29 (3), pp. 194–204. DOI: 10.1177/1525822X17713661
25. Gunn D.A., Rexbye H., Griffiths C.E.M., Murray P.G., Fereday A., Catt S.D., Tomlin C.C., Strongitharm B.H., Perrett D.I., Catt M., Mayes A.E., Messenger A.G.,

- Green M.R., van der Ouderaa F., Vaupel J.W., Christensen K. Why some women look young for their age. *PLoS ONE*, 2009. Vol. 4 (12), art. № e8021. DOI:10.1371/journal.pone.0008021
26. Hass N.C., Weston T.D., Lim S.-L. Be Happy Not Sad for Your Youth: The Effect of Emotional Expression on Age Perception. *PLoS ONE*, 2016. Vol. 11 (3), art. № e0152093. DOI:10.1371/journal.pone.0152093
27. Karl K., Peluchette J.V.E., Hall L.M. Employee beliefs regarding the impact of unconventional appearance on customers in Mexico and Turkey. *Employee Relations*, 2016. Vol. 38 (2), pp. 163–181. DOI:10.1108/ER-05-2015-0083
28. Lawrence J.H. The effect of perceived age on initial impressions and normative role expectations. *International Journal of Aging and Human Development*, 1974. Vol. 5 (4), pp. 369–391.
29. Lee M., Han J., Kim E. An evaluation of the effects of makeup on perceived age based on skin color in Korean women. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 2019. Vol. 18 (4), pp. 1044–1051. DOI:10.1111/jocd.12811
30. Matsui D., Cho M., Rieder M.J. Physicians' attire as perceived by young children and their parents: The myth of the white coat syndrome. *Pediatric Emergency Care*, 1998. Vol. 14 (3), pp. 198–201. DOI:10.1097/00006565-199806000-00006
31. McNeill L., McKay J. Fashioning masculinity among young New Zealand men: young men, shopping for clothes and social identity. *Young Consumers*, 2016. Vol. 17 (2), pp. 143–154. DOI:10.1108/YC-09-2015-00558
32. Merinville E., Grennan G.Z., Gillbro J.M., Mathieu J., Mavon A. Influence of facial skin ageing characteristics on the perceived age in a Russian female population. *International Journal of Cosmetic Science*, 2015. Vol. 37, pp. 3–8. DOI:10.1111/ics.12252
33. Muscarella F., Cunningham M.R. The evolutionary significance and social perception of male pattern baldness and facial hair. *Ethology and Sociobiology*, 1996. Vol. 17 (2), pp. 99–117. DOI:10.1016/0162-3095(95)00130-1
34. Russell R., Batres C., Courrèges S., Kaminski G., Soppelsa F., Morizot F., Porcheron A. Differential effects of makeup on perceived age. *British Journal of Psychology*, 2019. Vol. 110 (1), pp. 87–100. DOI:10.1111/bjop.12337

Информация об авторах

Воронцова Татьяна Александровна, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной психологии, Академия психологии и педагогики, ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» (ФГАОУ ВО ЮФУ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1717-7059>, e-mail: shkurko@sfedu.ru

Information about the authors

Tatyana A. Vorontsova, PhD in Psychology, Associate Professor, Chair of Social Psychology, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1717-7059>, e-mail: shkurko@sfedu.ru

Получена 09.11.2019

Принята в печать 09.04.2020

Received 09.11.2019

Accepted 09.04.2020