

Заклад вищої освіти «Український католицький університет»

Факультет наук про здоров'я

Кафедра психології та психотерапії

Магістерська робота

**На тему: «ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГЕТЕРОСЕКСУАЛЬНИХ
ЖІНОК, ЯКІ НАДАЮТЬ ПЕРЕВАГУ МАСКУЛІННИМ ЧИ ФЕМІННИМ
РИСАМ ОБЛИЧЧЯ ЧОЛОВІКІВ»**

Виконала: студентка 6 курсу,

групи ЗПП19/М

Спеціальності 053 Психологія

освітньої програми «Клінічна психологія з основами ПДТ»

Костенко Н. А.

Керівник: Сенік О. М.

Рецензент:

Львів – 2022

Зміст

Вступ.....	4
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОБЛЕМИ	7
1.1. Поняття сприйняття та атрактивності обличчя	7
1.2. Біологічні особливості сприйняття привабливості обличчя.....	10
1.3. Психосоціальні фактори сприйняття атрактивності обличчя.....	16
1.4. Теоретична модель та гіпотези дослідження	20
Висновки до першого розділу.....	22
РОЗДІЛ II МАТЕРІАЛИ ТА ПРОЦЕДУРИ ДОСЛІДЖЕННЯ	24
2.1. Етапи дослідження.....	24
2.2. Методи дослідження.....	27
2.2.1. Методики психологічного тестування.....	27
2.2.2. Метод відстеження очей.....	33
2.2.3. Стимульний матеріал.....	35
2.3. Група досліджуваних.....	36
2.4. Аналіз даних.....	38
Висновки до другого розділу.....	41
РОЗДІЛ III РЕЗУЛЬТАТИ ТА ДИСКУСІЯ.....	43
3.1. Відмінність у наданні переваги фемінним/маскулінним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками з різним рівнем вираженості рис особистості.....	43
3.2. Зв'язок між наданням переваги фемінним/маскулінним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками та вираженістю рис особистості, а також їх компонентами.....	44
3.3. Зв'язок між наданням переваги фемінним/маскулінним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки.....	45
3.4. Дискусія результатів.....	46

3.5. Обмеження та перспективи дослідження.....	47
Висновки до третього розділу.....	48
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
ДОДАТКИ.....	62

ВСТУП

Люди приділяють значну увагу обличчю при виборі партнера. За обличчям ми мимоволі робимо припущення про здоров'я (Boothroyd, Scott, Gray, Coombes & Pound, 2013), особистість (Penton-Voak, Pound, Little & Perrett, 2006), інтелект (Zebrowitz, Hall, Murphy & Rhodes, 2002) та ін.

Надання переваги жінками фемінним або маскулініним обличчям може залежати від орієнтації на короткотривалі чи довготривалі стосунки (Aaron N. Glassenberg, David R. Feinberg, Benedict C. Jones, Anthony C. Little, Lisa M. DeBruine), фази менстурального циклу (Anthony C. Little a, Benedict C. Jones b, Lisa M. DeBruine), гормонального статусу (Robert P. Burriss, Urszula M. Marcinkowska, Minna T. Lyons, 2014).

Проте залишаються відкритими питання з визначенням показників преференції (Robert P. Burriss, Urszula M. Marcinkowska, Minna T. Lyons, 2014), стимульними матеріалами (Rennels, J. L., Bronstad, P. M., & Langlois, J. H. 2008) та методології проведення досліджень.

Знання про чинники вибору того чи іншого типу обличчя в більшості залишаються суперечливими, а зв'язок між вподобанням рис обличчя та психологічними характеристиками – маловивченими.

Тому *об'єктом дослідження* стало сприймання фемінних та маскулініних чоловічих обличчя.

З нього ми виокремили *предмет дослідження* - особистісні риси гетеросексуальних жінок, що надають перевагу фемінним чи маскулініним чоловічим обличчям.

Основною *метою* є проаналізувати відмінності у наданні переваги маскулініним та фемінним обличчям чоловіків гетеросексуальними жінками з різною вираженістю рис особистості та встановити зв'язок між преференцією та психологічними особливостями жінок.

Завдання дослідження:

- Здійснити теоретичний аналіз проблеми сприймання маскулінних та фемінних обличчям чоловіків гетеросексуальними жінками
- Описати та проаналізувати особливості сприймання та особистісних характеристик учасників дослідження
- Визначити відмінності у наданні переваги маскулінним та фемінним обличчям чоловіків гетеросексуальними жінками в залежності від їх рис особистості
- Встановити зв'язок між преференцією та психологічними особливостями жінок

Гіпотези дослідження:

- Існує відмінність у наданні переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям в залежності від рівня вираженості рис особистості;
- Існує зв'язок між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та вираженістю рис особистості, а також їх компонентами;
- Існує зв'язок між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки

Задля дослідження розподілу мимовільної уваги (а, отже, і несвідомих процесів) у гетеросексуальних жінок між фемінними та маскулінними чоловічими обличчями використовувався *метод відстеження очей*. Відстеження очей (eye-tracking) — це процес вимірювання точки погляду (куди людина дивиться) або руху ока відносно голови.

Задля дослідження рис особистості був використаний *метод психологічного тестування*, а саме чотири методики: «П'ятифакторний опитувальник особистості (5PFQ)» (Хромов, А. Б., 2010), «Опитувальник імпульсивності» (Лосенков, В. А., 2013), «Шкала пошуку відчуттів (Sensation Seeking Scale)»

(Zuckerman, Marvin, 2002) та «Опитувальник соціально-сексуальної орієнтації (Sociosexual Orientation Inventory)» (Penke, L., & Asendorpf, J. B., 2008).

Група досліджуваних складалася з 30 гетеросексуальних жінок віком від 18 до 37 років . Середній вік у вибірці – 23,5 роки. 13% респонденток є заміжніми, 50% - перебувають у романтичних стосунках з постійним партнером, а 37% досліджуваних не мають постійного сексуального партнера.

Це дослідження дасть змогу дізнатися про усвідомлене та неусвідомлене надання переваги типам чоловічих обличчя та пов'язати їх з особистісними характеристиками.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОБЛЕМИ

1.1. Поняття сприйняття та атрактивності обличчя

У наш час зовнішність людини стала одним із важливих компонентів життя, який привертає увагу не тільки звичайних людей, а й дослідників. Наприклад, у межах метааналітичного теоретичного огляду поглядів і досліджень краси Langlois et al. (2000) висловили таку тезу: «якби люди не були упереджені робити висновки стосовно інших за зовнішнім виглядом, то не існувало би необхідності нагадувати дітям, що не можна судити книгу за обкладинкою». Незважаючи на ці застереження, зовнішність людини насправді містить значну кількість інформації про людину, інколи досить важливу.

Зовнішність визначається сукупністю анатомічних, функціональних та соціальних ознак, що є доступними конкретно-чуттєвому відображенню:

- до анатомічних ознак відносять: структуру обличчя та тіла;
- до функціональних відносять міміку, голос, особливості мови, а також пантоміміку;
- до соціальних – елементи оформлення та прикрашання зовнішності за допомогою одягу, аксесуарів, макіяжу.

Найбільше досліджень ролі зовнішності у сприйнятті інших індивідів та комунікації з ними зроблені у межах соціальної психології, зокрема, дослідження у сфері сприймання обличчя людини та впливу його взаємозв'язку з такими явищами соціальної психології, як ефект ореолу, гала-ефект, ефект очікування, первинності та ін. Цікавим є також феномен ідентичності, згідно з яким людина, коли бачить подібні до своїх риси обличчя, приписує іншій людині те, що приписує собі. Наприклад, якусь свою власну рису людина вважає еталоном жіночності. Тому, коли вона її бачить у іншій людині, то жіночність буде приписуватися цій людині автоматично.

З часом дослідження цих явищ набули більш функціонального та біологічного характеру. Дослідники почали вивчати механізми, які лежать в основі стабілізації сприйняття певних візуальних ознак, зокрема, які стосуються не просто привабливості/непривабливості інших, а й стану здоров'я інших людей, їх характеру та особистісних особливостей, особливостей їх комунікації, потенціалу до побудови відносин тощо. Найбільш важливим аспектом досліджень стало вивчення особливостей сприйняття обличь.

Одним з найпопулярніших напрямлень у дослідженні сприйняття обличь є вивчення процесу усереднення, тобто процесу, який робить висновок щодо «поточних вхідних даних» на основі вже наявного досвіду, зокрема з нещодавнього минулого (Kiyonaga, Scimeca, & Whitney, 2017). Такий процес усереднення також називають «полем асоціації». Він має асимілятивний вплив на сприйняття, коли стимули, що надходять, вважаються більш схожими на попередні, ніж це є фізично.

Процес усереднення був виявлений у рамках кількох аспектів сприйняття обличь. Дослідження проводилися з використанням послідовностей зображень обличь, що були показані на короткий проміжок часу. Виявилось, що сприйняття обличь під час цих досліджень, залежало від інших зображень обличь, а не сприймалося окремо від них. Цей ефект скоріше проявляє позитивну залежність, тобто узгоджену з інтегруючим полем асоціації, яке, в контексті проведення досліджень, було «середнім з найближчого минулого». Ця позитивна залежність відіграла роль при стабілізації сприйняття. Подібні дослідження були проведенні з різною метою: вивчення ідентифікації обличчя (Lieberman, Fischer, & Whitney, 2014), ідентифікації статі за допомогою обличчя (Taubert, Alais, & Burr, 2016), а також вивчення привабливості обличчя (Kok, Taubert, Van der Burg, Rhodes, & Alais, 2017).

У дослідженні привабливості обличь також спостерігалася позитивна залежність, яку також називали «привабливою серійною залежністю»: поточне сприйняття обличчя безпосередньо асимілювалося з попереднім стимулом.

Однак, у дослідженні Taubert, Alais, and Burr (2016) спостерігався зворотній ефект. Деякі зображення викликали відразливу реакцію, яка мала відповідний вплив на сприйняття наступних зображень. За допомогою досліджень зображень обличчя також було дослідження особливості сприйняття інтелекту та характеру людини. Наприклад, Kramer і Ward (2010) виявили, що деякі риси особистості за Великою п'ятіркою досліджуванні «зчитували» з представлених обличчя.

Загалом, поняття привабливості обличчя є досить дискусійним у сучасній науці. Сприйняття фізичної привабливості впливає на багато аспектів нашого життя, наприклад, вибір партнера для відносин та народження дітей, вибір робочих партнерів та колег та, навіть, вибір на президентському голосуванні. Важливість сприйняття обличчя для сприйняття іншої людини, загалом, є невід'ємним компонентом соціальних взаємовідносин. Однією з областей, які приділяють цій темі особливу увагу є взаємозв'язок між сприйняттям обличчя та вибір партнера.

При сприйнятті інших людей обличчя обробляється по-іншому, ніж обличчя. Згідно з рядом досліджень, при демонстрації еротичних та нееротичних зображень у повний зріст представників протилежної статі опитані і чоловіки, і жінки більше звертали увагу на обличчя, а не на тіло (Hewig, Trippel, Hecht, Straube, and Miltner, 2008; Tsujimura et al., 2009), а оцінки привабливості обличчя більш точно відображають оцінку загальної фізичної привабливості, ніж оцінка привабливості тіла (Currie and Little, 2009; Perilloux, Cloud, and Buss, 2013).

Одними з найбільш дискусійних компонентів привабливості є фемінність і маскулінність. Фемінність-маскулінність впливає на сприйняту привабливість і вказує на біосоціальні якості. Фемінність – це наявність жіночих рис, а маскулінність – чоловічих. Фемінність та маскулінність, у тому числі по відношенню до рис обличчя, вважаються як полярні поняття, або «два кінці біполярного виміру». Припускається, що статеві диморфні риси обличчя (які варіюються вздовж цього біполярного континууму «жіноче-чоловіче») безпосередньо співвідносять з суб'єктивним оцінкам жіночності і маскулінності,

які, у свою чергу, передбачають оцінку привабливості. Параметри фемінності та маскулінності пояснюють унікальні відмінності в оцінках не тільки привабливості, як такої, а і таких характеристик, як домінування, надійність та загроза.

Наразі відсутнє єдине бачення суто «чоловічих» та суто «жіночих» обличь. Скоріше, ступінь фемінності та маскулінності є результатом поєднання декількох рис обличчя і співвідношення жіночих і чоловічих рис.

Риси обличчя, які традиційно відносять до чоловічих, включають в себе надбрівну кістку, виступаючий ніс і підборіддя, густі брови, квадратну щелепу, довге обличчя і видимий кадик. Коротше кажучи, чоловіки, як правило, мають чіткіші, більш незграбні та виразні риси обличчя.

Жіночні обличчя, як правило, виглядають більш м'якими та округлими. До жіночих рис відносять гладке чоло, загостреним підборіддям, більш тонкий ніс, більш повні щоками.

Оскільки як для жінок, так і для чоловіків ідеальний партнер є здоровим, має потенціал до розмноження та достатньо ресурсів для його виховання, можна припустити, що статеві відмінності у наданні переваги тим якостям, які про це символізують. Однак дослідження Perrett et al., що при посиленні статевих типових характеристики, як правило, чоловіки мають сильніші та більш стійкі вподобання виражено жіночних обличь. Жінки, у свою чергу, не мають таких стійких вподобань виражено чоловічих обличь.

1.2. Біологічні особливості сприйняття привабливості обличчя

Прихильники біологічного підходу до визначення та вивчення факторів привабливості обличь вважають, що на фізіологічну та морфологічну фемінність-маскулінність впливають перш за все репродуктивні гормони. Для жінок – це естрогени, а для чоловіків – тестостерон. Однак поточна наявність їх у тілі не впливає на риси обличчя. Скоріше мова йде про достатній рівень пренатального тестостерона, а також рівнем під час розвитку та дозрівання.

Neave et al. (2003) пов'язує високий рівень пренатального тестостерону з більше високий рівнем маскулінності чоловічих обличч.

Якщо розглядати з точки зору біологічних факторів, що впливають на вподобання жінки, то думка дослідників розійшлася. Частина дослідників вважають, що жінки віддають перевагу тим чи іншим рисам чоловічих обличч залежно від гормонального стану (фази менструального циклу або вживання гормональних контрацептивів). Згідно з цією гіпотезою, жінки більше надають перевагу більш маскуліним рисам обличчя чоловіків, якщо їх гормональний стан пов'язаний з високим рівнем фертильності (наприклад, під час овуляторної фази). Згідно з результатами ряду досліджень, респондентки визначали привабливість зображень відповідно до вподобань щодо сексуальних партнерів.

Крім того, змінюються вподобання жінок протягом менструального циклу і стосовно інших ознак маскулінності: не тільки обличчя (Johnston et al., 2001; Penton-Voak & Perrett, 2000; Penton-Voak et al., 1999), а й голосу (Feinberg et al. 2005); домінантної поведінки (Gangestad, Simpson, Cousins, Garver-Apgar, & Christensen, 2004), висоти зросту чоловіків (Pawlowski & Jasienska, 2005), а також чоловічих форм тіла (Little, Jones, & Burriss, 2007)

Циклічні зрушення також спостерігаються для інших факторів, що стосуються вибору партнера, завдяки чому у період фертильності жінки зазвичай загалом оцінюють чоловіків як більш привабливих (Danel & Pawlowski, 2006).

Фертильна фаза менструального циклу характеризується поєднанням високого рівня естрадіолу та низького рівня прогестерону (Gangestad & Haselton, 2015; Puts et al., 2013). Деякі дослідження показали, що зміни у вподобаннях жінок щодо маскулінності позитивно корелюють із змінами рівня естрадіолу (Roney & Simmons, 2008; Roney et al., 2011) і негативно корелюють із змінами рівня прогестерону (Jones et al., 2005; Puts, 2006).

Дослідження також виявили, що жінки, які не використовують гормональні контрацептиви відрізняються у вподобаннях, від тих, хто користується цим видом контрацепції регулярно. Ця різниця була

інтерпретована дослідниками (Little et al., 2013) як доказ того, що гормональний статус впливає на вибір маскулітних чоловіків. Такі ж результати були отримані і при використанні жінками комбінованих протизаплідних таблеток. Однак ці результати є надто суперечливими, щоб перенести їх на генеральну сукупність.

Gildersleeve (2014) та Wood, Kressel, Joshi, & Louie (2014) провели мета-аналітичні огляди даної гіпотези, а також ряд дослідників (Harris, 2013; Marcinkowska et al., 2016; Muñoz-Reyes et al., 2014; 2; Zietsch et al., 2015), провели ряд емпіричних досліджень, які показали протилежний результат, тим самим поставивши під сумнів надійність результатів щодо вподобань маскулітних рис обличчя та гормональним статусом. Зокрема, були виявлені методологічні проблеми досліджень, пов'язаних з дослідженням гормональних корелятив та вподобань рис чоловічих обличчя. Серед них:

- розмір вибірки зазвичай невеликий, що є недостатньо потужним (Gangestad et al., 2016);

- гормональний статус зазвичай оцінюється з використанням даних про менструальний цикл, про які повідомляють самі люди (наприклад, кількість днів від початку останньої менструації або кількість днів до очікуваної дати наступної менструації (Harris, 2013; Johnston et al., 2001; Muñoz-Reyes et al., 2014; Penton-Voak & Perrett, 2000; Penton-Voak et al., 1999; Scott et al., 2014; Zietsch, Lee, Sherlock, & Jern, 2015). Цей метод неточний і схильний до систематичної помилки (Blake et al., 2016; Gangestad et al., 2016; Harris, 2013).

- Використовувалися, в основному, тільки порівняльний метод («поперечних зрізів»), через що, важко оцінити реальний гормональний вплив, адже на нього можуть впливати низка факторів як внутрішніх, так і зовнішніх. Натомість лонгітюдне дослідження було проведено тільки Jones, Hahn, Fisher, Wang, Kandrik, Han, ... & DeBruine у 2018 (які також зробили спробу знівелювати проблему невеликої вибірки, дослідивши 585 жінок), а також Little у 2013 (Little і Jones у 2012; Roney у 2011; Johnston у 2001; Penton-Voak у 1999).

Аналіз цих та метааналітичних досліджень показав, що на вибір та вподобання жінок щодо рис чоловічого обличчя можуть впливати багато різних факторів, й тому варто брати до уваги різні гіпотези та теорії.

Однією з еволюційно-біологічних теорій сприйняття привабливих чоловічих обличч є теорія стратегій спарювання самиць. Згідно цієї теорії на вибір партнера впливають два важливих фактори, які пов'язані з потенціалом виживання та передавання генів (Cashdan, 1996; Dawkins, 1989).

Cashdan у своєму дослідженні 1996 року виявив дилему самиці щодо вибору між парнером «з хорошими генами» та потенційно «хорошим батьком». Обґрунтування цієї дилеми наступне: Партнер «з хорошими генами» сприймається більш маскуліним, може принести високу користь потомству за рахунок наслідування генів імунокомпетентності. У свою чергу партнер, який є «хорошим батьком» сприймається більше фемінним. Він вносить свою користь за рахунок батьківського піклування про потомство та «інвестування» своїх психологічних та фізичних ресурсів у виховання потомства. Однак і у цій теорії є суперечливі моменти.

Партнерів «з хорошими генами» часто пов'язують з партнерами з високим рівнем тестостерону, оскільки тестостерон є «посередником» між чоловічими зусиллями у спарюванні та батьківськими вкладеннями. Чоловіки з високим рівнем тестостерону успішніше спарюються (Peters, Simmons, & Rhodes, 2008), але знижують успіх у відносинах. Іншими словами, такі чоловіки орієнтовані на короткострокові стосунки (Boothroyd et al., 2008; Rhodes, Simmons, & Peters, 2005). Тому його протиставляють партнеру, який є потенційно «хорошим батьком».

Дискусійним є питання стосовно тестостерону та імунокомпетентності, оскільки раніше популярною була гіпотеза, згідно з якою тестостерон, навпаки, має імунодепресантну дію (Folstad & Karter, 1992), а отже, вибір такого партнера не є вдалим. Втім, пізніші дослідження (Rantala, Moore, et al., 2012) виявили, що імунодепресантну дію тестостерон виявляє у зв'язку з кортизолом як гормоном

стресу. У межах цього дослідження виявили сильний зв'язок між тестостероном та імунною відповіддю на вакцину проти гепатиту В. Однак ця відповідь модулювалася рівнем кортизолу, так що чоловіки з нижчим рівнем цього гормону стресу показали сильніший зв'язок між тестостероном та імунною відповіддю. Ці дані скоріше вказують на підтвердження альтернативного формулювання гіпотези щодо імунологічного дефіциту, який пов'язаний зі стресом (Evans, Goldsmith, & Norris, 2000; Møller, 1995).

Партнер, який є потенційно «хорошим батьком», може мати менший рівень тестостерону, мати більше фемінних рис обличчя, однак вибір такого партнера, згідно теорії стратегій спарювання самиць, є більше доцільним, якщо жінка більше орієнтована на довгострокові відносини та партнерське виховання потомства. Якщо розглядати з точки зору чоловічого гормонального стану, то у таких чоловіків спостерігається більший рівень вазопресину, який відіграє важливу роль при побудові сім'ї (Maslar, 2016).

Як вже зазначалося, чоловіки з маскулінім обличчям мають вищий рівень циркуляції тестостерону (Penton-Voak & Chen, 2004). Це пов'язують з нестабільністю подружжя та нижчим рівнем прихильності у стосунках (Booth & Dabbs, 1993). Дійсно, маскуліні чоловічі обличчя вважаються більш домінуючими, але не сприймаються як такі, що були б бажаними для довгострокового партнера (Boothroyd, Jones, Burt, & Perrett, 2007). Таким чином, зміна уподобань під час менструального циклу може дозволити жінкам максимізувати переваги своїх партнерських уподобань, потенційно зміщуючи пріоритети між спадковими перевагами на потомство та інвестиціями.

Незважаючи на те, що піки сексуального бажання та активності проявляють у різні фази менструального циклу (Regan, 1996), деякі дослідження повідомляли, що жінки, які мають партнерів, з більшою ймовірністю можуть проявляти сексуальну активність поза парою на саме на піку фертильності (Baker & Bellis, 1995). Додаткові докази можливої сексуальної поведінки поза відносинами можна отримати з досліджень, за результатами яких:

- жінки на піку фертильності частіше мають сексуальні фантазії щодо чоловіків, крім свого основного партнера (Gangestad, Thornhill, & Garver, 2002);
- під час фертильних днів менструального циклу жінки виявляють більший інтерес до відвідування соціальних зустрічей та заходів, де вони можуть зустрітися з чоловіками (Haselton & Gangestad, 2006);
- жінки повідомляють, що вони відчують більше прихильності та вірності своїм партнерам під час лютеїнової фази менструального циклу. Це відчуття трохи послаблюється на пізній фолікулярній фазі (Jones et al., 2005).

Ці дослідження припускають можливий механізм, за допомогою якого жінки можуть максимізувати свої шанси завагітніти потомством від партнерів, обраних для «додаткових пар». Такі чоловіки можуть бути відібрані за те, що вони володіють вищими генетичним потенціалом, ніж поточний партнер або, відповідно до теорії стратегій спарювання самиць, рисами партнера-«хорошого батька», оскільки у дану фазу менструального циклу ці фактори можуть бути більш вагомими.

В якості альтернативного або, можливо, додаткового пояснення зміни уподобань, зміни рівня прогестерону були пов'язані з підвищеною прихильністю до партнера та збільшенням переваг менш маскулінізованих чоловічих обличчя під час лютеїнової фази циклу. Це може відображати збільшення догляду та підтримки, які доступні під час гормональних профілів, подібних до тих, які характеризують вагітність (Jones et al., 2005). Таким чином, замість того, щоб отримати пряму користь для потомства від чоловічих чоловіків, жінки максимізують інвестиції від жіночих чоловіків, коли підвищений прогестерон готує організм до вагітності (Jones et al., 2005). Було виявлено, що переваги маскуліності в обличчях також обмежуються іншими факторами, пов'язаними з потенційно стратегічним вибором. Було також показано, що вже наявність партнера передбачає переваги жіночого обличчя. Збільшення переваги генетичної придатності перед ознаками батьківського вкладення можна було б очікувати в екстрапарних з'єднаннях, коли жінка вже придбала

довгострокового партнера. Справді, Літл, Джонс, Пентон-Воак, Берт і Перретт (2002) показали, що жінки, які мають партнерів, більше віддають перевагу маскулінності в обличчях, ніж жінки без поточного романтичного партнера. Ще одним фактором, який впливає на переваги маскулінності обличчя, є тип стосунків, які шукають. Дослідження показали, що жінки, як правило, віддають перевагу більш чоловічим обличчям, коли судять про короткострокові, ніж про довгострокові стосунки. Справді, у різноманітних дослідженнях ефект циклу частіше спостерігається, коли жінки судять про короткострокові стосунки (Gngestad & Thornhill, 2008). Подібно до того, що вже є партнер-інвестор, короткострокові відносини зводять до мінімуму потребу оцінювати інвестиції партнерів.

Слід звернути увагу, що привабливість зовнішності, зокрема обличь, протилежності статі та вибір партнера є багатofакторними і складними явищами, які слід розглядати не тільки з точки зору біології, а й точки зору психосоціальних компонентів.

1.3. Психосоціальні фактори сприйняття атрактивності обличь

Розглядаючи теорію стратегій спарювання самиць з точки зору психосоціальної площини, варто розглядати характерологічні особливості обох партнерів, оскільки за даними деяких досліджень за допомогою обличь може зчитуватися інформація стосовно особистісних рис людини (Kramer, Ward, 2010).

Партнер, який є потенційно «хорошим батьком», проявляє такі якості доброта, кооперативність, альтруїстичність (особливо стосовно власного потомства). Іншими словами, «хороший батько» має високі показники за шкалою Agreeableness/Доброзичливість Великої п'ятірки. Крім того, йому властиві високі показники за шкалою емоційної стабільності. Партнер «з хорошими генами» у свою чергу характеризується домінантністю, схильністю до конкуренції та індивідуалізмом, що у Великій п'ятірці відповідає низьким

показникам за шкалою Agreeableness/Доброзичливість та високими – за шкалою Extraversion/Екстраверсія.

Penton-Voak, Pound, Little, and Perrett (2006) виявили, що існує певна точність у сприйнятті екстраверсії, емоційної стабільності та відкритості досвіду при представленні зображень «складених обличь» (об'єднаних обличь людей з однаковими рисами характеру). Ці дані свідчать на користь того, що вибір партнера відбувається не тільки за рахунок гормонального стану та сексуальності об'єкту вибору, а й за допомогою сприйняття його зовнішності, зокрема обличчя. Як було зазначено раніше, чоловіки «з хорошими генами» є більш маскулінні, тобто, мають більш чіткіші, виразні та грубіші риси обличчя. Чоловіки, які є потенційно «хорошими батьками» мають більш м'які та округлі риси обличчя.

До психосоціальних факторів вибору та вподобань жінками чоловічих обличь можна віднести й інші особливості сприйняття, які є більше загальними. Наприклад, дослідження Little, Burt, Penton-Voak and Perrett (2014) показали, що досліджуваних більше приваблюють ті обличчя, які сприймаються як ті, що пов'язані з бажаними рисами характеру партнера. «Якщо риса характеру є бажаною, то обличчя, які, як вважається, володіють цією рисою, сприймаються як більше привабливими, ніж обличчя, які цією рисою не володіють».

Маскуліність та фемінність забезпечують важливі сигнали соціального сприйняття. Існує також модель стереотипу, яка використовує теплоту та компетентність як два виміри для реконструкції соціального сприйняття (Durante et al., 2017; Fiske et al., 2002; Zuo et al., 2015).

Згідно з дослідженнями, що вивчали зв'язок між маскуліністю та компетентністю, а також фемінністю та теплотою за допомогою зображень чоловічих та жіночих обличь (Oh et al., 2019; Perrett et al., 1998; Pivonkova et al., 2011; Swaddle & Reirson, 2002; Walker and Wanke, 2017), більш маскулізованим обличчям були виставлені вищі оцінки за шкалами домінування та компетентності, але нижчі – за шкалами емоційності, теплоти, співробітництва

та чесності. При чому такі оцінки характерні як для опитаних жінок, так і для опитаних чоловіків, що говорить про те, що асоціація маскулінності з домінуванням та соціальною сміливістю є загальним явищем (Pivonkova et al., 2011). Однак маскулінність обличчя не впливає на оцінку впевненості у собі та інтелекту особи, обличчя якої сприймається (Perrett et al., 1998).

Walker і Wanke (2017) представили учасникам свого дослідження маскулізовані та фемінізовані обличчя та попросили оцінити їх, за допомогою адаптованого опитувальника статевих ролей Бем та деякі інші характерні епітети (наприклад, нервовий, товариський). В результаті маскулізовані обличчя були оцінені як більш холодні та компетентні, ніж фемінізовані. Це підтверджують і результати дослідження, проведеного у 2019 році іншою групою дослідників (Oh et al., 2019).

Також досить вагомим фактором, що впливає на вподобання та визначення привабливості є теорія про адаптацію обличчя. Згідно цієї теорії, в процесі тривалих соціальних взаємодій виникає адаптація у сприйнятті певних рис обличчя. Зокрема, риси обличчя людей, з якими дитина контактувала найчастіше під час виховання, будуть мати вплив на сприйняття інших людей. Іншими словами, якщо люди, які будуть мати риси обличчя, схожі на ті, що мають важливі люди, або спостерігаються у референтній групі, будуть сприйматися як ті, яким можна довіряти.

Вплив адаптації до чоловічих та жіночних рис обличчя на вподобання щодо статевого диморфізму в чоловічих обличчях підтверджується у дослідженнях:

- адаптації до статевого диморфізму двовимірної форми групою дослідників у 2005 році (Little et al., 2006);
- ідентичності та її впливу на сприйняття обличчя (Little et al., 2006)
- вподобань, на які має вплив недавнього візуального досвіду з привабливими особами (Little et al., 2006; Rhodes et al., 2007).

Вплив адаптації до рис обличчя сприйняття благонадійності показує, що «післядія» контакту з особою, якій можна довіряти, також впливає на сприйняття інших особистісних характеристик, які також важливі для соціальних взаємодій та вибору партнера. Однак описана візуальна адаптація сама по собі в не може пояснити контекстну специфіку ставлення до осіб, що нагадують себе (DeBruine, 2005).

У дослідженні DeBruine (2005) були виявлені й інші фактори, які впливають на вподобання при виборі партнера та соціальних взаємодій, а саме: зображення людей, які схожі на респондента, сприймалися як ті, що більше заслуговують на довіру, але водночас вони визначалися як менш привабливі, ніж зображення людей, які менше або майже не схожі на респондента. Іншими словами, адаптація до обличчя справляє еквівалентні ефекти для суджень про привабливість і надійність.

Адаптація до обличчя також впливає на розвиток соціальних стереотипів у людей, які також є важливими для вибору партнера. Наприклад, тоді як Perrett et al. (1998) повідомили, що маскулінні особи зазвичай сприймаються як ті, що менше заслуговують на довіру, ніж фемінні особи, у дослідженні Buckingham et al. (2006) виявили, що ступінь, в якому маскулінні особи сприймаються як ненадійні залежить від недавнього зорового досвіду із чоловічими особами.

Були також проведені дослідження за допомогою ай-трекінгу стосовно того, які обличчя є більше привабливими для жінок. Дослідження Wen і Zuo, проведено у 2012 році на вибірці, які складалась з жінок та чоловіків, показало, що люди, як правило, більше звертають увагу на чоловічі риси обличчя, ніж на жіночі, зі значно більшою першою фіксацією у відповідь на маскулізовані обличчя. Однак дослідження Burriss, Marcinkowska та Lyons у 2014 році, що було проведено з вибіркою, яка складалося лише з жінок, показало, що вони більше звертають увагу на фемінні обличчя та віддають їм перевагу. Результати Wen and Zuo (2012) можна пояснити тим, що чоловіки можуть більше звертати увагу на чоловічі особи, ніж жіночі, тому що чоловічі особи сприймаються як більш

домінуючі (Main, Jones, DeBruine, and Little, 2009), і тому можуть бути більш конкурентоспроможними конкурентами (Puts, 2010).

Іншим фактором, що впливає на надання переваги фемінним чи маскулініним рисам чоловіків є орієнтація жінок на короткотривалі чи довготривалі стосунки (Aaron N. Glassenberg, David R. Feinberg, Benedict C. Jones, Anthony C. Little & Lisa M. DeBruine, 2009). Дослідження показують, що жінки, які не схильні планувати тривалих стосунків з партнером частіше надають перевагу маскулініним чоловічим обличчям. Жінки, які перебувають у тривалих романтичних стосунках з одним партнером, або направленні на пошук тривалих стосунків частіше обирають чоловічі з фемінними рисами.

Отже, жіноче сприйняття чоловічих обличчя є багатофакторним і складним явищем. Існує ряд гіпотез і теорій, які зачіпають лише один з компонентів. Дослідження, які проводилися мають дискусійні, а інколи суперечливі результати, що вказує на те, що тема є актуальною та потребуючою особливої уваги.

1.4. Теоретична модель та гіпотези дослідження

З огляду попередніх досліджень стає зрозумілим, що основними явищами, пов'язаними з наданням переваги фемінним чи маскулініним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками, є: фази менстурального циклу (Johnston et al., 2001; Penton-Voak & Perrett, 2000; Penton-Voak et al., 1999), гормональний статус (Little et al., 2013), рівень стресу, нейротизм (Ditzen, B., Palm-Fischbacher, S., Gossweiler, L., Stucky, L., & Ehlert, U., 2017), орієнтація на короткотривалі або довготривалі романтичні стосунки жінкою (Aaron N. Glassenberg, David R. Feinberg, Benedict C. Jones, Anthony C. Little & Lisa M. DeBruine, 2009).

Водночас, існує невелика кількість досліджень, що пов'язує риси особистості жінки та її надання переваги маскулініним чи фемінним обличчям чоловіків. Люди добре розрізняють обличчя, власникам яких притаманні ті чи інші риси (Penton-Voak, Pound, Little & Perrett, 2006), а жінки схильні частіше

обирати обличчя, що асоціюються з бажаними рисами характеру Little, Burt, Penton-Voak & Perrett, 2014).

Проте існує необхідність більш поглибленого вивчення зв'язку між рисами особистості гетеросексуальних жінок та наданням переваги фемінним чи маскулінним чоловічим обличчям.



Рис 1.1. Теоретична модель дослідження

З огляду на проблематику, були виділені наступні *гіпотези дослідження*:

- 1) Існує відмінність у наданні переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям в залежності від рівня вираженості рис особистості;
- 2) Існує зв'язок між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та вираженістю рис особистості, а також їх компонентами;
- 3) Існує зв'язок між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки

За критерії надання переваги маскулінним чи фемінним чоловічим обличчям взяті:

- Частота вибору маскулінних чи фемінних обличь як більш привабливих;
- Тривалість перегляду маскулінних чи фемінних обличь.

Висновок до розділу I

Зовнішність відіграє важливу роль у щоденній соціальній комунікації, адже сприйняття зовнішності лежить в основі соціальних суджень. Одним з головних компонентів зовнішності, на яку звертають найбільше уваги, є обличчя. Чим більше лице привабливе, тим більше воно викликає довіру та покращує комунікацію.

Обличчя є також важливим фактором вибору партнера. У жінок та чоловіків по-різному формуються вподобання рис обличчя протилежної статі. Згідно результатів дослідження чоловіки схильні надавати перевагу фемінним рисам обличчя. Однак результати аналізу вподобань жінок дискусійні та часто суперечливі.

Найпопулярнішими поясненнями складності сприйняття жінками рис чоловічого обличчя є зв'язок між вподобаннями та гормональним станом, а також теорія стратегій спарювання самиць. У фертильній фазі менструального циклу (або при прийомі гормональних контрацептивів) жінки схильні обирати більш маскулінні обличчя (Anthony C. Little , Benedict C. Jones b, Lisa M. DeBruine 2014).

Також надання переваги жінками фемінним або маскулінним обличчям може залежати від орієнтації на короткотривалі чи довготривалі стосунки (Aaron N. Glassenberg, David R. Feinberg, Benedict C. Jones, Anthony C. Little, Lisa M. DeBruine, 2009).

Проте залишаються відкритими питання з визначенням показників преференції (Robert P. Burriss, Urszula M. Marcinkowska, Minna T. Lyons, 2014), стимульними матеріалами (Rennels, J. L., Bronstad, P. M., & Langlois, J. H. 2008) та методології проведення досліджень.

Існує ряд досліджень про приписування психологічних характеристик певним рисам обличчя (Oh et al., 2019), та фактори вибору того чи іншого типу обличчя переважно залишаються відкрити для обговорення, а вплив рис особистості на надання переваги гетеросексуальними жінками фемінним чи маскулічним чоловічим обличчям – маловивченими.

РОЗДІЛ II

МАТЕРІАЛИ ТА ПРОЦЕДУРИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Етапи дослідження

Емпіричне дослідження складалось з наступних етапів:

1. *Підготовчий етап* дослідження полягав у постановці уточненні предмета та об'єкта дослідження, мети, завдань, формулюванні гіпотез. На цьому ж етапі здійснювались огляд літератури та створення теоретичної моделі дослідження.

2. *Розробка моделі основного етапу дослідження* складалася з:

- підбору релевантних методів, методик, інструментів та стимульного матеріалу для вивчення предмету дослідження;
- оформлення стимульного матеріалу для пред'явлення;
- визначення вимог для використання інструментів дослідження;
- переклад іншомовного опитувальника;
- написання анкет та інструкцій.

3. *Проведення основного дослідження* складалось з 3 частин (рис 2.1).

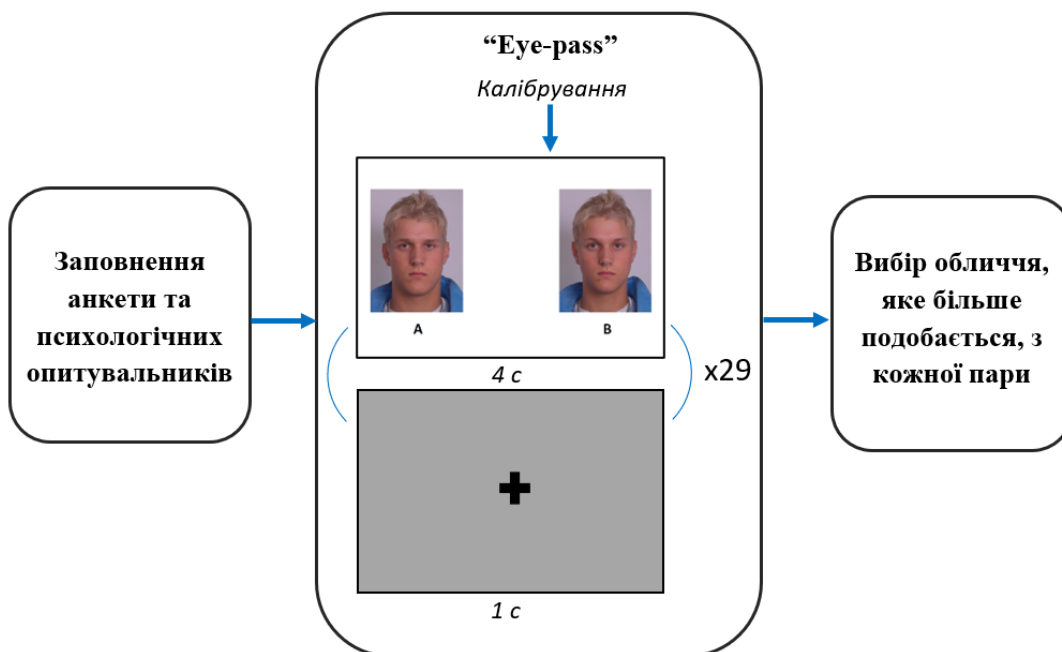


Рис 2.1. Основний етап дослідження: послідовність збору даних

- Перша частина полягала заповненні анкети та психологічних опитувальників через сервіс «Google Forms». Анкета включала в себе питання про вік, стать, сексуальну орієнтацію та статус романтичних стосунків на момент проведення дослідження (Додаток А).

Після ознайомлення з інструкцією, респондентам пропонувалося перейти за гіперпосиланням на сайт для проходження опитувальників онлайн. Свої кінцеві результати досліджувани ввели в гугл-форму. Ця частина займала приблизно 25-30 хвилин для проходження.

- Друга частина здійснювалася через онлайн-платформу для відстеження рухів очей (eye-tracking) «Eye-pass».

Перед початком перегляду матеріалів дослідження необхідно було зареєструватися.

Після цього респонденти ознайолювались з інструкцією (Додаток Б) користування платформою, налаштовували освітлення, вибирали оптимальну позу тіла навпроти веб-камери відповідно до вимог сервісу та проходили процедуру калібрування.

Калібрування ай-трекінгу – процедура, під час якої аналізується відблиск світла від очей користувача. Таким чином, сервіс визначає погляд кожного окремого респондента. Сама процедура являє собою спостереження за пульсуючим колом, що переміщується на екрані та наведення на нього курсором миші.

По завершенню калібрування, досліджуваним пропонується переглянути матеріали дослідження. На екрані попарно демонструються зображення фемінізованого та маскулінізованого чоловічих обличь однакового розміру, яскравості та контрасту на білому фоні. Кожне зображення на слайді є модифікованою версією одного чоловічого обличчя. Кожна пара пред'являється протягом 4 секунд (цей час дозволяє зафіксувати неусвідомлені процеси візуального сприйняття). Між стимульним матеріалом демонструється сірий екран з хрестом посередині протягом 1 секунди для уникнення залишкових

фіксацій з попереднього слайду. Сірий колір на фоні використовується для зниження збудження нервової системи між переглядом стимульного матеріалу та загального зниження втомлюваності протягом дослідження. Переключення між усіма слайдами здійснюється автоматично. Демонстрація 29 слайдів зі стимульним матеріалом та сірого екрану з хрестом між ними усього тривала 2 хв 25 с.

Уся процедура з реєстрацією, калібруванням та переглядом стимульного матеріалу займала від 10 до 15 хвилин.

- Під час проходження третьої частини респонденти заповнювали ще одну гугл-форму, в якій їм потрібно було вибрати зображення з кожної пари, що подобається більше.

4. Аналіз даних, опис та інтерпретація результатів

. Підрахунок сирих балів здійснювався автоматично на онлайн сервісах.

Для обробки статистичних даних було використано програму SPSS 16.0. Аналіз даних здійснювався з орієнтацією на реалізацію таких завдань:

- збір первинних даних усієї вибірки та обробку цих даних за допомогою обчислювально-статистичної програми SPSS;
- опис досліджуваної вибірки;
- перевірка надійності перекладу англomовної методики;
- розподіл респондентів на групи за рівнями вираженості рис особистості;
- аналіз показників частоти вибору та тривалості перегляду фемінних та маскулінних чоловічих обличь у окремих груп досліджуваних та їх порівняння;
- проведення кореляційного аналізу для виявлення зв'язку надання переваги фемінним або маскулінним чоловічим обличчям з вираженістю рис особистості.

На цьому ж етапі здійснювався опис результатів перевірки гіпотез дослідження та їх інтерпретація.

2.2. Методи дослідження

Ми використовували метод відстеження руху очей (eye-tracking) та метод психологічного тестування, що включав чотири опитувальники, а саме: «П'ятифакторний опитувальник особистості (5PFQ)» (Хромов, А. Б., 2010), «Опитувальник імпульсивності» (Лосенков, В. А., 2013), «Шкала пошуку відчуттів (Sensation Seeking Scale)» з особистісного опитувальника Цукермана-Кулмана (Zuckerman-Kuhlman Personality Questionnaire, ZKPQ) (Zuckerman, Marvin, 2002) та «Опитувальник соціально-сексуальної орієнтації (Sociosexual Orientation Inventory)» (Penke, L., & Asendorpf, J. B., 2008).

2.2.1. Методики психологічного тестування.

Метод психологічного тестування був використаний з метою дослідження рис особистості.

Перша методика, що була використана у дослідженні з метою виявлення психологічних рис гетеросексуальних жінок – російськомовна «П'ятифакторного опитувальника особистості (5PFQ)» (Хромов, А. Б., 2010). Опитувальник визначає вторинні фактори та їх первинні компоненти п'ятифакторної моделі особистості.

П'ятифакторний опитувальник особистості являє собою текстовий набір 75-и протилежних за значенням висловлювань, що характеризують поведінку людини в типових життєвих ситуаціях, в яких найбільш яскраво проявляються його особистісні риси. Всього в опитувальнику 150 фраз, оцінки яких групуються в 25 біполярних первинних факторах, що складаються з 6 тверджень, згрупованих, в свою чергу, в 5 узагальнених чинників.

Стимульний матеріал розділений п'ятиступінчастою шкалою оцінки Лайкерта, яка дозволяє вимірювати ступінь вираженості кожної ознаки.

Сирі бали переводяться в Т-бали за формулою $T = 50 + 10(X - M) / S.D.$, де X - сирі бали конкретного випробуваного, M - нормативні дані, S.D. - стандартне відхилення.

Інтерпретація результатів опитувальника будується на аналізі як первинних, так і вторинних факторів. Кожен з первинних факторів має біполярну структуру, в котрій на одній полярності знаходиться риса особистості, яка за версією «великої п'ятірки» відповідає високим значенням бальних оцінок, а на іншій позначається риса особистості з низькими бальними оцінками. Сума балів первинних факторів визначає кількісну вираженість основного фактора. Мінімальна кількість набраних балів для будь-якого основного фактора дорівнює 15, максимальна кількість - 75.

У адаптації А.Б. Хромова запропоновано біполярність для кожного вторинного фактора:

- 1) Екстраверсія – інтроверсія
- 2) Прив'язаність – відчуженість
- 3) Самоконтроль – імпульсивність
- 4) Емоційна нестійкість – емоційна стійкість
- 5) Експресивність – практичність

Перший фактор (екстраверсія-інтроверсія) зберіг своє традиційне значення, проте набув також додаткових ознак. Первинними компонентами є: активність - пасивність, домінування - підпорядкованість, товарицькість - замкнутість, пошук нових вражень – уникнення нових вражень.

Другий фактор (прив'язаність-відчуженість) включає в себе такі особистісні диспозиції, як дружнє ставлення, довірливість, співпраця, а також залежність і прийняття індивіда групою. Протилежний полюс (віддаленість) містить в собі не тільки ознаки дистанціювання і суперництва, але й незалежності. Компонентами другого фактору є: теплота - байдужість, співпраця - суперництво, довірливість - підозрілість, розуміння - нерозуміння, повагу інших - самоповага.

Третій фактор (самоконтроль-імпульсивність) є аналогом оригінальної «сумлінності». Суть третього фактору - вольова регуляція поведінки. Контролюючий себе індивід, як правило, виявляє цілеспрямованість, сумлінність, методичність і наполегливість. Природня в своїй поведінці людина, навпаки, прагне до гармонійних стосунків з природою, вона як би "пливе за течією життя". Японський варіант п'ятифакторного особистісного опитувальника має наступні первинні компоненти цього фактору: акуратність - неохайність, наполегливість - відсутність наполегливості, відповідальність - безвідповідальність, самоконтроль - імпульсивність, передбачливість - безтурботність.

Четвертий фактор (емоційна нестійкість-емоційна стійкість) поєднує у собі характеристики афективної сфери особистості. Вона проявляється в підвищеній чутливості до впливів середовища, особливо в стресових ситуаціях. Така особистість також схильна до тривоги і депресії. Емоційна стриманість, навпаки, характеризує людину як схильну проявляти лагідність, неквапливість і самодостатність. Компонентами четвертого фактору є: тривожність - безтурботність, напруженість - розслабленість, депресивність - емоційна комфортність, самокритичність - самодостатність, емоційна лабільність - емоційна стабільність. Скоріш за все, цей фактор відображає нейротизм.

П'ятий фактор (експресивність-практичність) відображає гру, котра надає особистості можливість поступово переходити з реального світу в нереальний, сприймати незвичні образи, думки, почуття, символіку мистецтва й вільно ними насолоджуватися. З іншого полюсу практичність є рисою, яка проявляється в особистості у тенденції відповідності до реальності, що у крайніх проявах прирівнюється до конформізму, жорстокості та авторитаризму. Цей опис співпадає з певними рисами відкритості досвіду з «Великої п'ятірки». Первинними компонентами цього фактора є: цікавість - консерватизм, мрійливість - реалістичність, артистичність - неартистичність, сензитивність - низька чутливість, пластичність - ригідність.

У адаптації А.Б. Хромова є рівні вираженості вторинним факторам. Їм відповідають наступні значення:

- 51–75 балів – високий рівень;
- 41–50 балів – середній рівень;
- 15–40 балів – низький рівень;

Перевірка на надійність п'ятифакторного опитувальника здійснювалася методом повторного тестування одних і тих же випробовуваних (дівчата 19 - 22 років, N - 61). Інтервал між тестуванням склав чотири з половиною місяці. Ретестова перевірка показала, що більшість чинників мають високу надійність ($p < 0.01$). Коефіцієнти кореляції на рівні значимості $p < 0.05$ є лише у наступних первинних чинників: відповідальність-безвідповідальність ($r = 0,26$); самоконтроль - імпульсивність ($r = 0.27$); експресивність-практичність ($r = 0,26$).

Критеріальна валідність перевірялася методом оцінки статистичної значущості відмінностей середніх значень вибірки контрастних груп, які склалися з випробовуваних - студентів жіночої (N-75) і чоловічої (N-89) статі. Аналіз результатів показав достовірність відмінностей показників на рівні значущості $p=0.05$ та $p < 0.01$.

В даний час п'ятифакторна модель є найбільш широко використовуваної в психологічних дослідженнях англomовних країн: до 2009 року частота цитування «великої п'ятірки» перевершила використання моделей Айзенка і Кеттелла разом узятих більш ніж в 50 разів.

Другою методикою, що була використана з метою поглибленого дослідження такої риси особистості як «імпульсивність» став «*Опитувальник імпульсивності*» (Лосенков, В. А., 2013).

Опитувальник містить 20 тверджень, які необхідно оцінити чотирьох бальним показником "Точно так", "Мабуть, так", "Мабуть ні", "Точно ні". В методиці наявна одна шкала: у процесі обробки результатів підраховують величину показника імпульсивності. Він є сумою балів, набрану за шкалами

всього тест-опитувальника. У даному тесті-опитуванні чотирибальна шкала відповідей.

Опитувальник має 9 прямих та 11 обернених запитань, де відповіді, що оцінюються від 1 до 4 балів відповідно до ключів. Інтерпретується сума отриманих балів за усім запитаннями. Таким чином, показник імпульсивності може варіювати у різних людей від 20 до 80 балів.

Рівень імпульсивності може бути охарактеризований як високий, середній та низький. Рівням вираженості імпульсивності відповідають наступні значення:

- 66-80 балів – високий рівень (імпульсивність сильно виражена);
- 35-65 балів – середній рівень (імпульсивність помірно виражена);
- 34 і менше балів – низький рівень (імпульсивність слабо виражена).

Імпульсивність - це риса, протилежна вольовим якостям цілеспрямованості та наполегливості. Чим більша величина показника імпульсивності, тим більша імпульсивність.

Високий рівень імпульсивності характеризує людину з недостатнім самоконтролем у спілкуванні та діяльності. Імпульсивні люди часто мають невизначені життєві плани, вони не мають стійких інтересів і вони захоплюються то одним, то іншим.

Люди з низьким рівнем імпульсивності, навпаки, цілеспрямовані, мають ясні ціннісні орієнтації, виявляють наполегливість у досягненні поставлених цілей, прагнуть доводити розпочату справу до кінця.

Наступною була використана «Шкала пошуку відчуттів (*Sensation Seeking Scale*)» з особистісного опитувальника Цукермана-Кулмана (Zuckerman-Kuhlman Personality Questionnaire, ZKPQ) (Zuckerman, Marvin, 2002). Методика була направлена на визначення рівня такої риси особистості як потреба у відчуттях різного роду.

Шкала складається з 16 питань, що мають по два твердження, одна з яких оцінюється в 1 бал. Отримані бали підсумовуються. Сума збігів із ключами є показником рівня потреб у відчуттях.

Адаптація опитувальника українською або російською мовами на даний момент відсутня, використовується вільний переклад онлайн-платформи «psytest.org».

Пошук нових відчуттів стимулює емоції та уяву, розвиває творчий потенціал, що зрештою веде до її особистісного зростання.

Вираженість рівня пошуку відчуттів відповідає наступним балам методики:

- 11-16 балів – високий рівень;
- 6-10 балів – середній рівень;
- 0-5 балів – низький рівень.

Високий рівень потреб у відчуттях позначає наявність потягу, можливо, безконтрольного до нових вражень, що часто може провокувати випробуваного на участь у ризикованих авантюрах та заходах.

Середній рівень потреб у відчуттях свідчить про вміння контролювати такі потреби, про поміркованість у їх задоволенні, тобто, з одного боку – про відкритість нового досвіду, з іншого боку – про стриманість та розсудливість у необхідних моментах життя.

Низький рівень потреб у відчуттях означає наявність передбачливості обережності на шкоду отриманню нових вражень та інформації від життя. Випробуваний з таким показником віддає перевагу стабільності і впорядкованості невідомому і несподіваному в житті.

Останньою методикою, що була використана у дослідженні – це «*Опитувальник соціально-сексуальної орієнтації (Sociosexual Orientation Inventory)*» (Penke, L., & Asendorpf, J. V., 2008) (Додаток В).

Опитувальник складається з 9 тверджень, 8 з яких є прямими та одне обернене. Кожне твердження оцінюється від 1 до 9 балів відповідно до ключів. Бали підсумовуються. Отриманий показник вказує на вираженість особи

орієнтації на короткотривалі стосунки. Чим нижчий показник, тим особа більше схильна до довготривалих стосунків, чим вищий показник, тим більшою є орієнтація на довготривалі стосунки.

Показник надійності Альфа-Кронбаха мовою оригіналу становить 0,83. На даний момент не існує адаптації українською або російською мовами. Показник Альфа-Кронбаха на нашій вибірці становить 0,81. Дані показники вказують на хорошу надійність методики та дають підстави використовувати її для дослідження.

2.2.2. Метод відстеження очей

Одним з критеріїв надання переваги фемінним чи маскулініним обличчям чоловіків стала тривалість перегляду того чи іншого типу обличчя.

З метою дослідження розподілу мимовільної уваги (а отже і несвідомих процесів) у гетеросексуальних жінок між фемінними та маскулініними чоловічими обличчями використовувався метод відстеження очей. *Відстеження очей (eye-tracking)* — це процес вимірювання точки погляду (куди людина дивиться) або руху ока відносно голови.

Частина збору даних по відстеженню рухів очей здійснювалась за допомогою онлайн-платформи «Eye-pass». Система використовує веб-камеру ноутбуку для ідентифікації сітківки ока та визначення її проекції на екран ноутбуку. За допомогою цього методу ми відстежили на які обличчя, фемінізовані чи маскулінізовані, більше звертали увагу респонденти.

В даному дослідженні були 2 області інтересу: зображення з маскулініним чоловічим обличчям та зображення з фемінним чоловічим обличчям. *Область інтересу (areas of interest)* являє собою інструмент для вибору областей екрану для вилучення показників виділених зон.

Результатом використання онлайн-платформи «Eye-pass» є індивідуальні теплові карти респондентів для кожної пари зображень з маскулінінованим та фемінінованим чоловічим обличчям. *Теплова карта (heatmap)* – візуалізація

тривалості перегляду частин зображення на екрані. Червоні зони відображають частини зображення, на яких увага була сфокусована найдовше, сині - найкоротше (рис. 2.2).

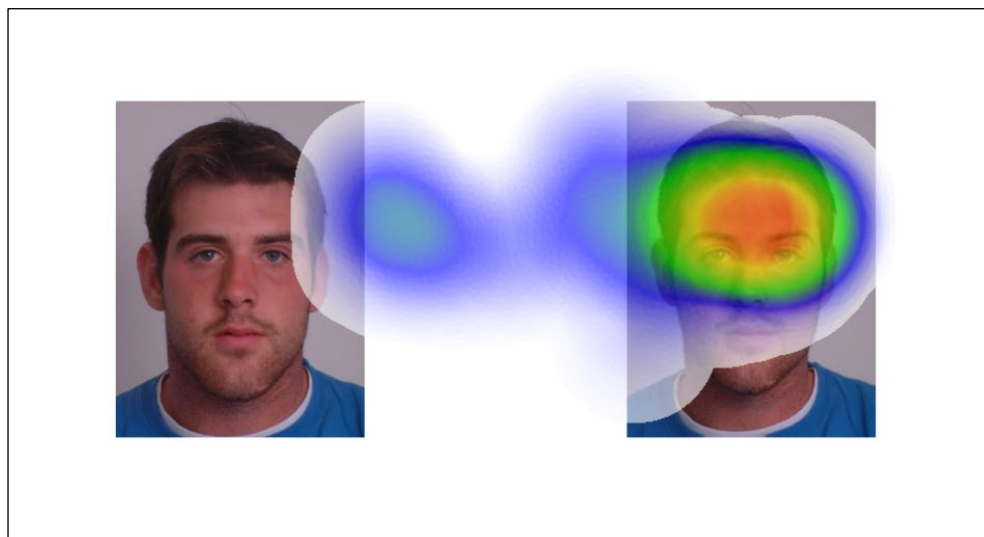


Рис 2.2. Розподіл уваги між фемінним та маскуліним чоловічими обличчями (індивідуальна теплова карта)

Для отримання числових показників розподілу уваги між маскулінізованими та фемінізованими чоловічими обличчями кожне зображення в 29 парах ми оцінили від 0 до 4, де бали присвоюються наступним чином:

- 0 – відсутність перегляду зображення в парі;
- 1 – коротша тривалість перегляду зображення в парі;
- 2 – приблизно рівна тривалість перегляду обох зображень в парі;
- 3 – довша тривалість перегляду зображення в парі;
- 4 – перегляд лише одного зображення в парі.

На рисунку 2.2, зображення маскулінізованого чоловічого обличчя (ліворуч), на якому зосереджена менша частина теплової карти оцінюється в 1 бал, а зображення фемінізованого чоловічого обличчя (праворуч), на якому зосереджена більша частина теплової карти оцінюється в 3 бали. Приклади оцінок зображень наведено в додатку Г.

Бали за кожне фемінізоване та маскулінізоване зображення складаються окремо. Отримані два показники дають підставити робити судження про те, на який тип обличчя досліджувані більше звертають увагу.

Іншим критерієм надання переваги фемінним чи маскулінним обличчям чоловіків стала частота вибору того чи іншого типу обличчя як більш привабливого.

Після показу усіх зображень ми запропонували досліджуваним вибрати з кожної пари зображення, яке їм більше подобається. Ціллю було дослідити довільний вибір того чи іншого типу облич. Після того ми підраховали кількість обраних маскулінних та фемінних зображень. Отримані два показники також використовувалися для подальшого аналізу надання переваги маскулінним та фемінним чоловічим обличчям.

2.2.3. Стимульний матеріал

Усього ми дібрали 58 зображень модифікованих чоловічих облич. На екрані фемінізоване та маскулінізоване зображення одного чоловіка пред'являлися попарно. Оскільки в попередніх дослідженнях преференції маскулінних чи фемінних чоловічих облич існує проблема впливу стимульного матеріалу на результати (Rennels, J. L., Bronstad, P. M., & Langlois, J. H. 2008), ми використали декілька видів зображень.

40 кольорових зображень являють собою попарно змодельовані двадцять реальних фотографій студентів з університету Онтаріо, Канада за допомогою онлайн ресурсу WebMorph.org. Кожна фотографія була фемінізована на 50% та маскулінізована на 50%. Це досягалось за допомогою маніпулювання формою обличчя, розміром нижньої щелепи, густотою брів, розміром ніздрів та ін. Інші характеристики, такі як тон та стан шкіри, очей, волосся змінено не було (Debruine L. M. & Jones B. C., 2017) (рис 2.3).



Рис 2.3. Фемінізоване (a) та маскулінізоване (b) чоловічі обличчя без змін інших характеристик

Ще 9 фотографій спочатку зробили симетричними, зробили здоровими на вигляд тон та стан шкіри та волосся, а потім надали фемінного та маскулінного вигляду за таким самим принципом (Penton-Voak, I. S., Perrett, D. I., Castles, D. L., Kobayashi, T., Burt, D. M., Murray, L. K., & Minamisawa, R., 1999) (рис. 2.4).



Рис 2.4. Симетричні фемінізоване (a) та маскулінізоване (b) чоловічі обличчя

В пред'явлених парах були як кольорові, так і чорно-білі зображення.

Ми стандартизували однакові розмір та колір екрану при пред'явленні всіх зображень. В кожній парі обидва зображення мали однакові фон, яскравість та контраст.

2.3. Група досліджуваних

Усього до дослідження було залучено 30 жінок. Критерієм включення було самовизначення своєї орієнтації як гетеросексуальної. Усі досліджувані

підтвердили свою орієнтацію як гетеросексуальну. В анкеті вони вказали, що їх приваблюють партнери виключно протилежної статі.

Досліджувані у групі були віком від 18 до 37 років (Mean = 23,5; Median = 22,5; SD=3,8) (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Характеристика групи досліджуваних

Група	N	Вік	
		Діапазон	Сер. Значю (ст.відх)
Гетеросексуальні жінки	30	18-37	3,8

26,7% жінок у вибірці були віком від 18 до 21 року, 53,3% - віком від 22 до 25 років, 20% - віком від 26 до 37 років. За критерієм Колмагорова-Смірнова розподіл вибірки за віком на є нормальним ($p < 0,05$) (рис. 2.5). На показник могла вплинути невелика кількість учасників дослідження.

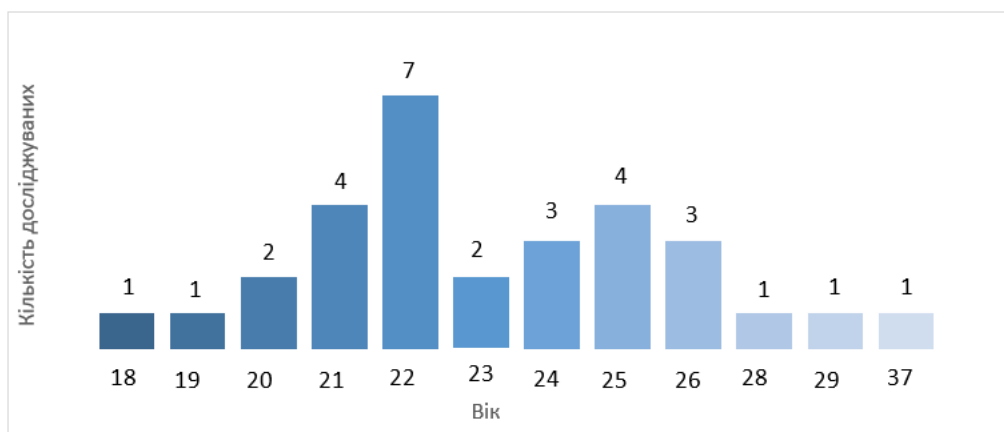


Рис 2.5. Розподіл вибірки за віком

4 (13%) жінки у вибірці є заміжніми, 15 (50%) вказали, що перебувають у романтичних стосунках з постійним партнером, 11 (37%) не мають постійного сексуального партнера (рис. 2.6).

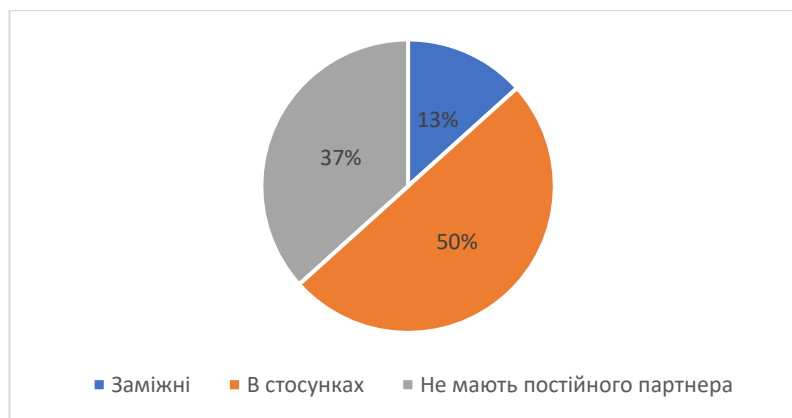


Рис 2.6. Розподіл вибірки за статусом у стосунках

У 5 з 30 респондентів були втрачені дані відстеження рухів очей. Причиною могло стати недотримання вимог дослідження (погане освітлення, відсутність стійкої опори для ноутбуку, часті та різкі рухи головою при проходженні частини дослідження з ай-трекінгом), нестабільний інтернет-зв'язок, або низька якість зображення з веб-камери ноутбуку досліджуваних.

2.3. Аналіз даних

Ми виконали обробку статистичних даних за допомогою програмного забезпечення SPSS 16.0.

Для опису вибірки було замовлено таблицю частот та описові статистики.

Для перевірки надійності нашого україномовного перекладу шкали орієнтації на короткотривалі стосунки за методикою «Опитувальник соціально-сексуальної орієнтації (Sociosexual Orientation Inventory)» використовувався показник Альфа-Кронбаха.

З метою перевірки *першої гіпотези дослідження* про існування відмінності у наданні переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям в залежності від рівня вираженості рис особистості використовуємо дисперсійний аналіз та критерій Краскела-Уоліса.

Для визначення, які змінні аналізуватимуться за допомогою параметричних методів, а які за допомогою непараметричних, проводимо перевірку на нормальність розподілу змінних у вибраних сукупностях.

Сукупності виділяються в залежності від рівня вираженості (низького, середнього чи високого) кожної окремої риси. Відповідно до ключів методики, числові показники перекодовуються у рівні, де значення 1 – низький рівень, 2 – середній, а 3 – високий. Цими рисами є первинні компоненти «П'ятифакторного опитувальника особистості (5PFQ)», показника імпульсивності за «Опитувальником імпульсивності та показник за «Шкалою пошуку відчуттів (Sensation Seeking Scale)».

Перевірка за критерієм Колмагорова-Смірнова у вибраних сукупностях показала нормальний розподіл у змінних «кількість обраних маскулінних обличь», «кількість обраних фемінних обличь», «тривалість перегляду маскулінних обличь» та «тривалість перегляду фемінних обличь» у всіх сукупностях, що були розподілені за такими незалежними змінними: «екстраверсія-інтроверсія», «імпульсивність-самоконтроль» та «емоційна стійкість-емоційна нестійкість». За критерієм Левіна дисперсії у вибраних сукупностях рівні. Для порівняння сукупностей, що розподілені за цими незалежними змінними можемо використовувати однофакторний дисперсійний аналіз.

Для визначення між якими саме групами існують відмінності та які замовляємо таблиці Шеффе.,

У сукупностях за незалежною змінною «прив'язаність-відчуженість» у змінних «кількість обраних маскулінних обличь», «кількість обраних фемінних обличь», «тривалість перегляду маскулінних обличь» та «тривалість перегляду фемінних обличь» нормальний розподіл. Проте не вистачає випадків у вибірці з низьким рівнем цієї риси, щоб можна було поділити на 3 групи. Випадки з низьким та середнім рівнем об'єднуємо між собою в одну групу та порівнюємо її з групою з високим рівнем «прив'язаності-відчуженості». Дисперсії за критерієм Фішера рівні. Для порівняння середніх цих двох груп використовуємо Т-критерій Ст'юдента.

За іншими незалежними змінними, таким як «практичність-експресивність», «показник імпульсивності» та «шкала пошуку відчуттів» неможливо здійснити поділ на групи через недостатність випадків з двома з трьох рівнів.

Для перевірки *другої гіпотези дослідження* про існування зв'язку між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та вираженістю рис особистості, а також їх компонентів та *третьої гіпотези* про те, що існує зв'язок між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки, виконуємо перевірку нормальності розподілу за критерієм Колмагорова-Смірнова усіх наявних метричних шкал.

Змінні «кількість обраних маскулінних обличь», «кількість обраних фемінних обличь», «тривалість перегляду маскулінних обличь», «тривалість перегляду фемінних обличь», «екстраверсія - інтроверсія», «товариськість – замкнутість», «прив'язаність - відчуженість» «співпраця – суперництво», «довірливість – підозрілість», «самоконтроль – імпульсивність» «акуратність – неохайність», «наполегливість - відсутність наполегливості», «самоконтроль – імпульсивність», «передбачливість – безтурботність», «тривожність – безтурботність», «напруженість – розслабленість», «депресивність -емоційна комфортність», «самокритичність – самодостатність», «артистичність – не артистичність», «сензитивність - низька чутливість», «пластичність – ригідність». «показник імпульсивності» та «орієнтація на короткотривалі стосунки» мають нормальний розподіл. Для дослідження зв'язку із ними використовуємо кореляції Пірсона.

Змінні «активність – пасивність», «домінування – підпорядкованість», «пошук нових вражень – уникнення нових вражень», «теплота – байдужість», «розуміння – нерозуміння», «повагу інших – самоповага», «відповідальність – безвідповідальність», «емоційна нестійкість-емоційна стійкість», «емоційна лабільність - емоційна стабільність», «експресивність-практичність» «цікавість – консерватизм», «мрійливість – реалістичність» та «шкала пошуку відчуттів»

не мають нормальний розподіл. Для дослідження зв'язку із ними використовуємо кореляції Спірмена.

Для визначення можливості використання тривалості перегляду маскулінних та фемінних чоловічих обличь як критерію надання переваги тому чи іншому типу обличь здійснюємо кореляційний аналіз за Критерієм Пірсона з показниками частоти вибору фемінізованих або маскулінізованих зображень як більш привабливих.

Висновок до розділу II

Ми провели кореляційне дослідження крос-секційного дизайну.

Основними етапами дослідження стали: підготовчий етап, розробка моделі основного етапу, основного етапу, аналізу даних та інтерпретації результатів. Основний етап складався з 3 частин: заповнення анкети та психологічних опитувальників, перегляду зображень маскулінних та фемінних чоловічих обличь на онлайн-платформі для відстеження руху очей, вибору обличь, які подобаються більше з кожної пари зображень з фемінним та маскулініним чоловічим обличчям.

Ми використовували 2 методи у дослідженні. Першим був метод відстеження руху очей (eye-tracking). Метою його використання було відстеження розподілу уваги між зображеннями фемінних та маскулінних чоловічих обличь. Ми припускаємо, що можна використовувати як критерій переваги тому чи іншому типу обличчя: чи триваліший перегляд обличчя, тим більше переваги йому надається. Іншим критерієм переваги став вибір респондентами зображень обличь, які їм більше подобались. Другим методом стало психологічне тестування, що включало чотири опитувальники: «П'ятифакторний опитувальник особистості (5PFQ)» (Хромов, А. Б., 2010), «Опитувальник імпульсивності» (Лосенков, В. А., 2013), «Шкала пошуку відчуттів (Sensation Seeking Scale)» з особистісного опитувальника Цукермана-Кулмана (Zuckerman-Kuhlman Personality Questionnaire, ZKPQ) (Zuckerman,

Marvin, 2002) та «Опитувальник соціально-сексуальної орієнтації (Sociosexual Orientation Inventory)» (Penke, L., & Asendorpf, J. B., 2008).

Вибірка складалася з 30 гетеросексуальних жінок віком від 18 до 37 років (Mean = 23,5; Median = 22,5; SD=3,8). 13% респонденток є заміжніми, 50% - перебувають у романтичних стосунках з постійним партнером, а 37% досліджуваних не мають постійного сексуального партнера.

Кінцевим результатом використання онлайн-платформи для відстеження руху очей є індивідуальні теплові карти. Кожній карті надавалися цифрові значення, що використовувались для подальшого аналізу.

Обробка статистичних даних виконана за допомогою програмного забезпечення SPSS 16.0. Основними статистичними процедурами, що були використані для аналізу даних стали: таблиці частот та описових статистик, критерії Колмагорова-Смірнова, Левіна, Т-критерій Ст'юдента однофакторний дисперсійний аналіз, метод порівнянь Шеффе, кореляції Пірсона та Спірмена.

РОЗДІЛ III

МАТЕРІАЛИ ТА ПРОЦЕДУРИ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Відмінність у наданні переваги фемінним/маскулінним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками з різним рівнем вираженості рис особистості

Існують статистично значущі відмінності (за однофакторним дисперсійним аналізом) у наданні переваги фемінним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками з різним вираженням екстраверсії. Жінки з низьким рівнем Екстраверсії рідше обирали фемінні чоловічі обличчя ($N= 7$; $M=7,57$; $SD=5,06$) порівняно з жінками з середнім ($N= 9$; $M=14,44$; $SD=6,16$) та високим рівнем ($N= 14$; $M=13,79$; $SD=5,95$) (рис. 3.1). Відмінності між групами цими рівнями вираженості екстраверсії є статистично значущими за критерієм Шеффе ($p=0,43$; $0,49$) (Додаток Д).

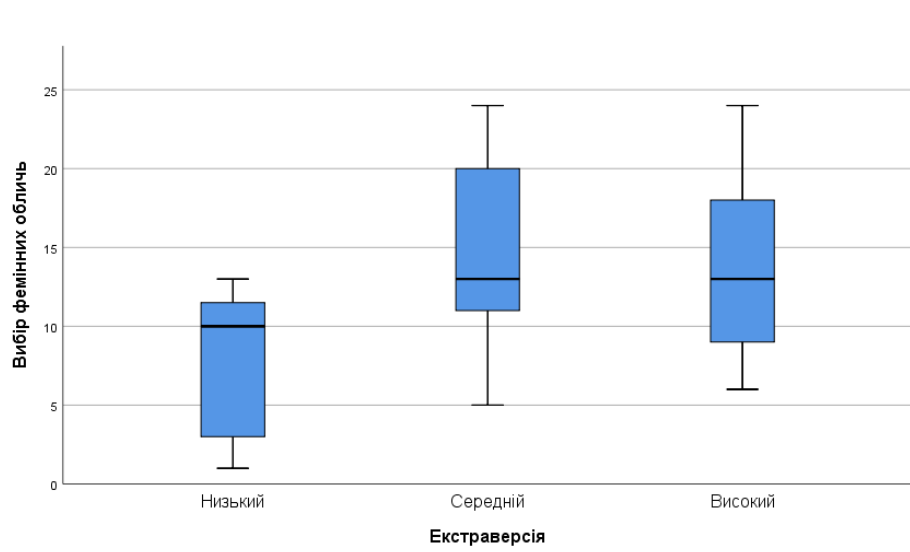


Рис. 3.1. Порівняння частоти вибору фемінних чоловічих обличч досліджуваними з різним рівнем вираженості екстраверсія

Існують статистично значущі відмінності (за однофакторним дисперсійним аналізом) у наданні переваги маскулінним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками з різним вираженням екстраверсії. Жінки з низьким рівнем екстраверсії частіше обирали маскулінні чоловічі обличчя ($N=$

7; $M=21,43$; $SD=5,06$) порівнянно з жінками з середнім рівнем ($N=9$; $M=14,5$; $SD=6,16$) (рис. 3.2). Відмінності між групами з цими рівнями вираженості екстраверсії є статистично значущими за критерієм Шеффе ($p=0,48$).

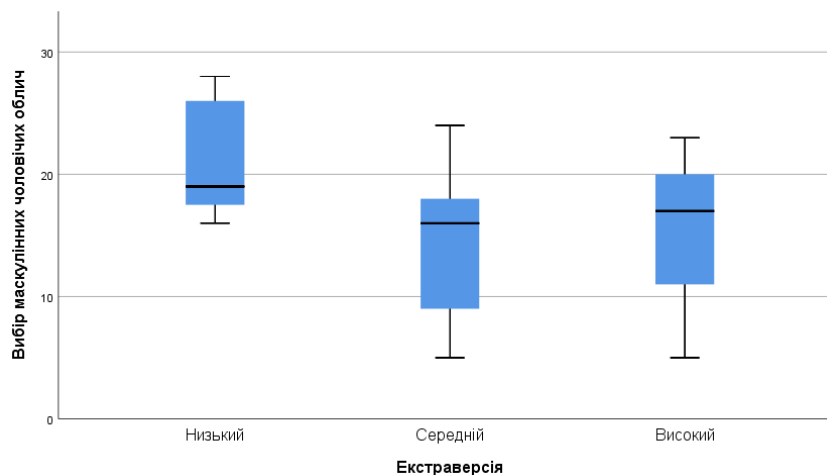


Рис. 3.2. Порівняння частоти вибору маскулітних чоловічих обличч досліджуваними з різним рівнем вираженості екстраверсія

Відмінності у наданні переваги фемінним/маскулітним чоловічим між групами жінок, з різним рівнем вираженості таких рис особистості, як «емоційна нестійкість», «прив'язаність» та «самоконтроль» є статистично не значущі.

Аналіз порівняння груп з різним рівнем вираженості таких рис, як «експресивність», «імпульсивність» та «пошук відчуттів» провести не вдалося за недостатністю випадків.

Таким чином, перша гіпотеза про існування відмінності у наданні переваги фемінним/маскулітним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками з різним рівнем вираженості рис особистості підтвердилася.

3.2. Зв'язок між наданням переваги фемінним/маскулітним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками та вираженістю рис особистості, а також їх компонентами

Існує прямий слабкий зв'язок між частотою вибору фемінних чоловічих обличч та такими компонентами рис особистості, як розслаблення

«напруженість – розслабленість» ($r= 0,44, p=0,14$), «депресивність – емоційна комфортність» ($r= 0,39, p=0,31$). Ці компоненти входять до риси особистості «емоційна нестійкість». Також існує прямий слабкий зв'язок між частотою вибору фемінних чоловічих обличь та компонентом «пасивність-активність» ($R= 0,44, p= 0,14$), що входить до риси особистості «екстраверсія».

Відповідно існує обернений слабкий зв'язок між частотою вибору маскулінних чоловічих обличь та такими компонентами рис особистості, як розслаблення «напруженість – розслабленість» ($r= -0,44, p=0,15$), «депресивність – емоційна комфортність» ($r= -0,37, p=0,41$) та «пасивність-активність» ($R= -0,4, p=0,29$).

Існує прямий слабкий зв'язок між тривалістю перегляду фемінних чоловічих обличь та компонентом «самоповага -повага інших», що входить до риси особистості «прив'язаність» ($R= 0,43, p=0,29$). Відповідно існує обернений слабкий зв'язок між цим компонентом та тривалістю перегляду маскулінних чоловічих обличь ($R= -0,44, p=0,26$).

Оскільки частота вибору та тривалість перегляду маскулінних/фемінних чоловічих обличь в нашому дослідженні є критеріями надання переваги тому чи іншому типу обличь, друга гіпотеза про існування зв'язку між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та вираженістю рис особистості, а також їх компонентами частково підтверджена. Вдалося знайти зв'язки з компонентами рис особистості, але не з самими рисами.

3.3. Зв'язок між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки

Кореляції зв'язки за критерієм Пірсона між тривалістю перегляду та частотою вибору фемінних/маскулінних чоловічих обличь виявилися статистично незначущі.

Третя гіпотеза дослідження про існування зв'язку між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки не підтвердилася.

3.4. Дискусія результатів

Під час нашого дослідження не вдалося встановити зв'язок між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки. Це суперечить результатам попередніх досліджень (Aaron N. Glassenberg, David R. Feinberg, Benedict C. Jones, Anthony C. Little & Lisa M. DeBruine, 2009), які показують, що жінкам, які не схильні планувати стосунків з партнером на тривалий термін частіше подобаються маскулінні чоловічі обличчя. Жінки, які перебувають у тривалих романтичних стосунках з одним партнером, або направленні на пошук тривалих стосунків частіше обирають чоловічі з фемінними рисами. Такі результати можуть бути обумовлені обмеженнями дослідження та вибором нами нової версії методики на визначення орієнтації на короткотривалі чи довготривалі романтичні стосунки.

Водночас наявність зв'язку в нашому дослідженні між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та вираженістю компонентів рис особистості частково підтверджує результати досліджень Penton-Voak, Pound, Little & Perrett (2006) про внутрішні фактори, що впливають на сприймання обличь. Науковою новизною нашого дослідження є знаходження зв'язку між наданням переваги фемінним чи маскулінним обличчям чоловіків та компонентами теоретичної моделі «Великої п'ятірки».

Використання зображень з фемінізованими та маскулінізованими чоловічими обличчями з ай-трекінгом може стати додатковим діагностичним інструментом компонентів «Великої п'ятірки» для жінок, а з розвитком нашого дослідження, можливо, і самих первинних факторів.

3.5 Обмеження та перспективи дослідження

Основними факторами, що могли вплинути на достовірність результатів дослідження стали:

- *Малий обсяг вибірки.* Особливо це могло вплинути при поділі на групи за рівнем вираженості рис особистості.
- *Складність контролювання умов частини дослідження з використанням дистанційного ай-трекінгу.* На погіршення якості запису впливали низьке розширення веб-камери респондентів, нестабільний інтернет-зв'язок, освітлення та напрямок світла. Спосіб використання ноутбуку на точність збору даних: необхідне розміщення ноутбуку на твердій поверхні, стабільно на однаковій відстані від очей. Це можливо досягти перемістившись за робочий стіл. Останньою складністю стало часткове недотримання інструкції респондентами під час запису перегляду стимульного матеріалу. Це могли бути ризькі рухи головою або зміна положення тіла, що призводило до втрати частини даних.
- *Відсутність доступу до первинних числових даних з ай-трекінгової платформи «Eye-pass».*
- *Вибір методик.* Відсутність російсько- чи україномовних адаптацій могла вплинути на достовірність результатів за методикою «Шкала пошуку відчуттів (Sensation Seeking Scale)» (Zuckerman, Marvin, 2002). Відсутність україномовних адаптацій інших методик також могло стати причиною викривлення результатів.
- *Неоднорідність стимульного матеріалу.* Не зважаючи на наявність як асиметричних, так і симетричних стимульних зображень, при пред'явленні респондентів переважали перші. Більше різноманіття стимульного матеріалу також могло б покращити результат.

Ми припускаємо, що з можливістю проведенням частини дослідження з ай-трекером з професійним девайсов в контрольованих лабораторних умовах та

доступом до первинних числових даних, кількість статистично значущих показників щодо відмінностей та зв'язків збільшилася б.

Результати дослідження також могли б бути більш ґрунтовними при збільшенні об'єму вибірки, урізноманітненні стимульного матеріалу, попередній адаптації методик або виборі інших особистісних опитувальників.

Висновок до розділу III

Перша гіпотеза про існування відмінності у наданні переваги фемінним/маскулінним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками з різним рівнем вираженості рис особистості підтвердилася

Друга гіпотеза про існування зв'язку між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та вираженістю рис особистості, а також їх компонентами частково підтверджена. Вдалося знайти зв'язки з компонентами рис особистості, але не з самими рисами. Це підтверджує результати досліджень про внутрішні фактори, що впливають на сприймання обличчя (Penton-Voak, Pound, Little & Perrett, 2006).

Третя гіпотеза дослідження про існування зв'язку між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки не підтвердилася. Це суперечить результатоам попередніх досліджень (Aaron N. Glassenberg, David R. Feinberg, Benedict C. Jones, Anthony C. Little & Lisa M. DeBruine, 2009), які показують, що жінки, які не схильні планувати тривалих стосунків з партнером частіше надають перевагу маскулінним чоловічим обличчям.

Використання зображень з фемінізованими та маскулінізованими чоловічими обличчями з ай-трекінгом може стати додатковим діагностичним інструментом компонентів «Великої п'ятірки» для жінок, а з розвитком нашого дослідження, можливо, і самих первинних факторів.

Основними обмеженнями дослідження стали: малий обсяг вибірки, складність контролювання умов частини дослідження з використанням

дистанційного ай-трекінгу, відсутність доступу до первинних числових даних з ай-трекінгової платформи «Eye-pass», відсутність україномовних адаптацій методик та неоднорідність стимульного матеріалу.

ВИСНОВКИ

З огляду на поставлену мету, що полягала в аналізі відмінностей у преференції маскулінним та фемінним обличчям чоловіків гетеросексуальними жінками з різною вираженістю рис особистості, а також пошуку зв'язку між цими явищами, ми отримали наступні результати.

З теоретичного окреслення проблеми ми дізналися, що дослідження вподобань жінок дискусійні та часто суперечливі.

Найпопулярнішими поясненнями складності сприйняття жінками рис чоловічого обличчя є зв'язок між вподобаннями та гормональним станом. Існує також ряд досліджень про приписування психологічних характеристик певним рисам обличчя, проте вплив рис особистості на надання переваги гетеросексуальними жінками фемінним чи маскулінним чоловічим обличчям залишається недостатньо вивченим.

Ми провели кореляційне дослідження крос-секційного дизайну. У дослідженні було використано два методи. Першим був метод відстеження руху очей (eye-tracking). Його використання було здійснено з метою відстеження розподілу мимовільної уваги між зображеннями фемінних та маскулінних чоловічих обличь. Ми припускаємо, що можна використовувати як критерій преференції тому чи іншому типу обличчя: чи триваліший перегляд обличчя, тим більше переваги йому надається. Іншим критерієм преференції став вибір респондентами зображень обличь, які їм більше подобались.

Другим методом, використаним з метою дослідження рис особистості, стало психологічне тестування. Всього ми обрали чотири методики: «П'ятифакторний опитувальник особистості (5PFQ)» (Хромов, А. Б., 2010), «Опитувальник імпульсивності» (Лосенков, В. А., 2013), «Шкала пошуку відчуттів (Sensation Seeking Scale)» з особистісного опитувальника Цукермана-Кулмана (Zuckerman-Kuhlman Personality Questionnaire, ZKPQ) (Zuckerman, Marvin, 2002) та «Опитувальник соціально-сексуальної орієнтації (Sociosexual Orientation Inventory)» (Penke, L., & Asendorpf, J. B., 2008).

Перша гіпотеза про існування відмінності у наданні переваги фемінним/маскулінним чоловічим обличчям гетеросексуальними жінками з різним рівнем вираженості рис особистості підтвердилася.

Друга гіпотеза про існування зв'язку між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та вираженістю рис особистості, а також їх компонентами частково підтверджена. Вдалося знайти зв'язки з компонентами рис особистості, але не з самими рисами. Це підтверджує результати досліджень про внутрішні фактори, що впливають на сприймання обличчя (Penton-Voak, Pound, Little & Perrett, 2006).

Третя гіпотеза дослідження про існування зв'язку між наданням переваги жінками фемінним/маскулінним чоловічим обличчям та орієнтацією на короткотривалі чи довготривалі стосунки не підтвердилася. Це суперечить результатам попередніх досліджень (Aaron N. Glassenberg, David R. Feinberg, Benedict C. Jones, Anthony C. Little & Lisa M. DeBruine, 2009), які показують, що жінки, які не схильні планувати тривалих стосунків з партнером частіше надають перевагу маскулінним чоловічим обличчям.

Використання зображень з фемінізованими та маскулінізованими чоловічими обличчями з ай-трекінгом може стати додатковим діагностичним інструментом компонентів «Великої п'ятірки» для жінок, а з розвитком нашого дослідження, можливо, і самих первинних факторів.

Основними обмеженнями дослідження стали: малий обсяг вибірки, складність контролювання умов частини дослідження з використанням дистанційного ай-трекінгу, відсутність доступу до первинних числових даних з ай-трекінгової платформи «Eye-pass», відсутність україномовних адаптацій методик та неоднорідність стимульного матеріалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Лосенков, В. А. (2013). Импульсивность. In Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция (pp. 275-277).

Хромов, А. Б. (2010). Пятифакторный личностный опросник: тест 5FPQ.

Baker, R. R., & Bellis, M. A. (1995). Human sperm competition: Copulation, masturbation and infidelity. London: Chapman & Hall.

Blake, K. R., Dixson, B. J. W., O'Dean, S. M., & Denson, T. F. (2016). Standardized protocols for characterizing women's fertility: A data-driven approach. *Hormones and Behavior*, 81, 74–83.

Booth, A., & Dabbs, J. (1993). Testosterone and men's marriages. *Social Forces*, 72, 463–477

Booth, A., & Dabbs, J. M. J. (1993). Testosterone and men's marriages. *Social Forces*, 72, 463–477

Boothroyd, L. G., Jones, B. C., Burt, D. M., & Perrett, D. I. (2007). Partner characteristics associated with masculinity, health and maturity in male faces. *Personality and Individual Differences*, 43, 1161–1173. Doi:10.1016/j.paid.2007.03.008

Boothroyd, L. G., Jones, B. C., Burt, D. M., DeBruine, L. M., & Perrett, D. I. (2008). Facial correlates of sociosexuality. *Evolution and Human Behavior*, 29, 211–218

Buckingham, G., DeBruine, L. M., Little, A. C., Welling, L. L., Conway, C. A., Tiddeman, B. P., & Jones, B. C. (2006). Visual adaptation to masculine and feminine faces influences generalized preferences and perceptions of trustworthiness. *Evolution and Human Behavior*, 27(5), 381-389.

Buckingham, G., DeBruine, L. M., Little, A. C., Welling, L. L., Conway, C. A., Tiddeman, B. P., & Jones, B. C. (2006). Visual adaptation to masculine and feminine faces influences generalized preferences and perceptions of trustworthiness. *Evolution and Human Behavior*, 27(5), 381-389.

Burriss, R. P., Marcinkowska, U. M., & Lyons, M. T. (2014). Gaze properties of women judging the attractiveness of masculine and feminine male faces. *Evolutionary Psychology*, 12(1), 147470491401200102.

Cashdan, E. (1996). Women's mating strategies. *Evolutionary Anthropology*, 5, 134 – 143.

Currie, T. E., and Little, A. C. (2009). The relative importance of the face and body in judgments of human physical attractiveness. *Evolution and Human Behavior*, 30,409-416.

Danel, D., & Pawlowski, B. (2006). Attractiveness of men's faces in relation to women's phase of menstrual cycle. *Collegium Antropologicum*, 30(2), 285-289.

Dawkins, R. (1989). *The selfish gene* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press

DeBruine, L. M. (2005). Trustworthy but not lust-worthy: Context-specific effects of facial resemblance. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 272(1566), 919-922.

Ditzen, B., Palm-Fischbacher, S., Gossweiler, L., Stucky, L., & Ehlert, U. (2017). Effects of stress on women's preference for male facial masculinity and their endocrine correlates. *Psychoneuroendocrinology*, 82, 67–74.

Durante, F., Fiske, S. T., Gelfand, M. J., Crippa, F., Suttora, C., Stillwell, A., Asbrock, F., Aycan, Z., Bye, H. H., Carlsson, R., Björklund, F., Dagher, M., Geller, A., Larsen, C. A., Latif, A. A., Ma'ho'nen, T. A., Jasinskaja-Lahti, I., & Teymouri, A. (2017). Ambivalent stereotypes link to peace, conflict, and inequality across 38 nations. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(4), 669–674.

Evans, M. R., Goldsmith, A. R., & Norris, S. R. A. (2000). The effects of testosterone on antibody production and plumage coloration in male house sparrows (*Passer domesticus*). *Behavioral Ecology and Sociobiology*, 47(3), 156–163. Doi:10.1007/s002650050006.

Feinberg, D. R., . . . Perrett, D. I. (2005). Commitment to relationships and preferences for femininity and apparent health in faces are strongest on days of the menstrual cycle when progesterone level is high. *Hormones and Behavior*, 48, 283–290.

Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth 54espect[1]tively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902

Folstad, I., & Karter, A. J. (1992). Parasites, bright males, and the immunocompetence handicap. *The American Naturalist*, 139(3), 603–622. Doi:10.1086/281919

Gangestad, S. W., & Haselton, M. G. (2015). Human estrus: Implications for relationship science. *Current Opinion in Psychology*, 1, 45-51.

Gangestad, S. W., Haselton, M. G., Welling, L. L. M., Gildersleeve, K., Pillsworth, E. G., Burriss, R. P., . . . Puts, D. A. (2016). How valid are assessments of conception probability in ovulatory cycle research? Evaluations, recommendations, and theoretical implications. *Evolution & Human Behavior*, 37, 85–96

Gangestad, S. W., Simpson, J. A., Cousins, A. J., Garver-Apgar, C. E., & Christensen, P. N. (2004). Women's preferences for male behavioral displays change across the menstrual cycle. *Psychological Science*, 15, 203–207.

Gildersleeve, K., Haselton, M. G., & Fales, M. (2014). Do women's mate preferences change across the ovulatory cycle? A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 140, 1205–1259.

Harris, C. R. (2013). Shifts in masculinity preferences across the menstrual cycle: Still not there. *Sex Roles*, 69, 507– 515

Hewig, J., Trippe, R. H., Hecht, H., Straube, T., & Miltner, W. H. (2008). Gender differences for specific body regions when looking at men and women. *Journal of Nonverbal Behavior*, 32(2), 67-78.

Johnston, V. S., Hagel, R., Franklin, M., Fink, B., & Grammer, K. (2001). Male facial attractiveness: Evidence for hormone-mediated adaptive design. *Evolution & Human Behavior*, 22, 251–267

Jones, B. C., Hahn, A. C., Fisher, C. I., Wang, H., Kandrik, M., Han, C., ... & DeBruine, L. M. (2018). No compelling evidence that preferences for facial masculinity track changes in women's hormonal status. *Psychological science*, 29(6), 996-1005.

Jones, B. C., Little, A. C., Boothroyd, L., DeBruine, L. M., Feinberg, D. R., . . . Perrett, D. I. (2005). Commitment to relationships and preferences for femininity and apparent health in faces are strongest on days of the menstrual cycle when progesterone level is high. *Hormones and Behavior*, 48, 283–290.

Kiyonaga, A., Scimeca, J. M., Bliss, D. P., & Whitney, D. (2017). Serial dependence across perception, attention, and memory. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(7), 493-497.

Kok, R., Taubert, J., Van der Burg, E., Rhodes, G., & Alais, D. (2017). Face familiarity promotes stable identity recognition: exploring face perception using serial dependence. *Royal Society open science*, 4(3), 160685.

Kramer, R. S., & Ward, R. (2010). Internal facial features are signals of personality and health. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 63(11), 2273-2287.

Langlois JH, Kalakanis L, Rubenstein AJ, Larson A, Hallam M, Smoot M. Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychol Bull.* 2000; 126(3):390–423. Available: <http://doi.apa.org/getdoi.cfm?doi=10.1037/0033-2909.126.3.390>. Accessed 14 December 2013. PMID: 10825783

Liberman, A., Fischer, J., & Whitney, D. (2014). Serial dependence in the perception of faces. *Current biology*, 24(21), 2569-2574.

Little AC, Burt DM, Penton-Voak IS, Perrett DI. Self-perceived attractiveness influences human female preferences for sexual dimorphism and symmetry in male faces. *Proc R Soc B Biol Sci.* 2001 Jan 7; 268(1462):39–44. Available: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=1087598&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>. Accessed 29 January 2014.

Little, A. C., & Jones, B. C. (2012). Variation in facial masculinity and symmetry preferences across the menstrual cycle is moderated by relationship context. *Psychoneuroendocrinology*, 37, 999–1008

Little, A. C., Burriss, R. P., Petrie, M., Jones, B. C., & Roberts, S. C. (2013). Oral contraceptive use in women changes preferences for male facial masculinity and is associated with partner facial masculinity. *Psychoneuroendocrinology*, 38, 1777–1785

Little, A. C., Burriss, R. P., Petrie, M., Jones, B. C., & Roberts, S. C. (2013). Oral contraceptive use in women changes preferences for male facial masculinity and is associated with partner facial masculinity. *Psychoneuroendocrinology*, 38, 1777–1785.

Little, A. C., Jones, B. C., & Burriss, R. P. (2007). Preferences for masculinity in male bodies change across the menstrual cycle. *Hormones and Behavior*, 51(5), 633-639.

Main, J. C., Jones, B. C., DeBruine, L. M., and Little, A. C. (2009). Integrating gaze direction and sexual dimorphism of face shape when perceiving the dominance of others. *Perception*, 38, 1275-1283.

Marcinkowska, U. M., Ellison, P. T., Galbarczyk, A., Milkowska, K., Pawlowski, B., Thune, I., & Jasienska, G. (2016). Lack of support for relation between woman's masculinity preference, estradiol level and mating con[1]text. *Hormones and Behavior*, 78, 1–7.

Maslar D. (2016) How Your Brain Falls In Love. Режим доступа до ресурсу: https://www.youtube.com/watch?v=eyq2Wo4eUDg&ab_channel=TEDxTalks

Møller, A. P. (1995). Hormones, handicaps and bright birds. *Trends in Ecology & Evolution*, 10(3), 121. Doi:10.1016/S0169-5347(00)89008-4.

Muñoz-Reyes, J. A., Iglesias-Julios, M., Martín-Elola, C., Losada-Perez, M., Monedero, I., Pita, M., & Turiégano, E. (2014). Changes in preference for male faces during the menstrual cycle in a Spanish population. *Anales de Psicología*, 30, 667–675.

Neave, N., Laing, S., Fink, B., & Manning, J. T. (2003). Second to fourth digit ratio, testosterone, and perceived male dominance. *Proceedings of the Royal Society of London B*, 270, 2167–2172.

Oh, D. W., Buck, E. A., & Todorov, A. (2019). Revealing hidden gender biases in competence impressions from faces. *Psychological Science*, 30(1), 65–79.

Oh, D., Grant-Villegas, N., & Todorov, A. (2019). The eye wants what the heart wants: Females' preference in male faces are related to partner personality preference. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*. <https://doi.org/10.1037/xhp0000858>

Pawlowski, B., & Jasienska, G. (2005). Women's preferences for sexual dimorphism in height depend on menstrual cycle phase and expected duration of relationship. *Biological psychology*, 70(1), 38-43.

Penton-Voak IS, Pound N, Little AC, Perrett DI. Personality judgments from natural and composite facial images: More evidence for a “kernel of truth” in social perception. *Soc Cogn.* 2006 Oct; 24 (5):607–40.

Penton-Voak, I. S., & Chen, J. Y. (2004). High salivary testosterone is linked to masculine male facial appearance in humans. *Evolution and Human Behavior*, 25, 229–241.

Penton-Voak, I. S., & Perrett, D. I. (2000). Female preference for male faces changes cyclically: Further evidence. *Evolution & Human Behavior*, 21, 39–48.

Penton-Voak, I. S., Perrett, D. I., Castles, D. L., Kobayashi, T., Burt, D. M., Murray, L.K., & Minamisawa, R. (1999). Menstrual cycle alters face preference. *Nature*, 399, 741–742..

Perilloux, C., Cloud, J. M., and Buss, D. M. (2013). Women’s physical attractiveness and short-term mating strategies. *Personality and Individual Differences*, 54, 490-495

Perrett, D. I., Lee, K. J., Penton-Voak, I., Rowland, D., Yoshikawa, S., Burt, D. M., Henzi, S. P., Castles, D. L., & Akamatsu, S. (1998). Effects of sexual dimorphism on facial attractiveness. *Nature*, 394, 884–887.

Peters M, Simmons LW, Rhodes G (2009) Preferences across the Menstrual Cycle for Masculinity and Symmetry in Photographs of Male Faces and Bodies. *Plos One* 4.

Pivonkova, V., Rubesova, A., Lindova, J., & Havlicek, J. (2011). Sexual dimorphism and personality attributions of male faces. *Archives of Sexual Behavior*, 40(6), 1137–1143.

Puts, D. A. (2006). Cyclic variation in women’s preferences for masculine traits: Potential hormonal causes. *Human Nature*, 17, 114–127

Puts, D. A. (2010). Beauty and the beast: Mechanisms of sexual selection in humans. *Evolution and Human Behavior*, 31, 157-175

Puts, D. A., Bailey, D. H., Cárdenas, R. A., Burriss, R. P., Welling, L. L., Wheatley, J. R., & Dawood, K. (2013). Women's attractiveness changes with estradiol and progesterone across the ovulatory cycle. *Hormones and Behavior*, 63, 13–19.

Rantala, M. J., Moore, F. R., Skrinda, I., Krama, T., Kivleniece, I., Kecko, S., et al. (2012). Evidence for the stress-linked immunocompetence handicap hypothesis in humans. *Nature Communications*, 3, 694. Doi:10.1038/ncomms1696.

Regan, P. C. (1996). Rhythms of desire: The association between menstrual cycle phases and female sexual desire. *The Canadian Journal of Human Sexuality*, 5, 145–156.

Rennels, J. L., Bronstad, P. M., & Langlois, J. H. (2008). Are attractive men's faces masculine or feminine? The importance of type of facial stimuli. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 34(4), 884.

Rhodes, G., Simmons, L. W., & Peters, M. (2005). Attractiveness and sexual behavior: Does attractiveness enhance mating success? *Evolution and Human Behavior*, 26, 186–201.

Rhodes, G., Yoshikawa, S., Palermo, R., Simmons, L. W., Peters, M., Lee, K., ... & Crawford, J. R. (2007). Perceived health contributes to the attractiveness of facial symmetry, averageness, and sexual dimorphism. *Perception*, 36(8), 1244-1252.

Roney, J. R., & Simmons, Z. L. (2008). Women's estradiol predicts preference for facial cues of men's testosterone. *Hormones and Behavior*, 53, 14–19

Roney, J. R., Simmons, Z. L., & Gray, P. B. (2011). Changes in estradiol predict within-women shifts in attraction to facial cues of men's testosterone. *Psychoneuroendocrinology*, 36, 742–749

Rupp HA, James TW, Ketterson ED, Sengelaub DR, Janssen E, Heiman JR. Neural Activation in Women in Response to Masculinized Male Faces: Mediation by Hormones and Psychosexual Factors. *Evol Hum Behav.* 2009 Jan;30(1):1-10. Doi: 10.1016/j.evolhumbehav.2008.08.006. PMID: 20046209; PMCID: PMC2614289.

Scott, I. M., Clark, A. P., Josephson, S. C., Boyette, A. H., Cuthill, I. C., Fried, R. L., . . . Penton-Voak, I. S. (2014). Human preferences for sexually dimorphic faces may be evolutionarily novel. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, 111, 14388–14393

Swaddle, J., & Reiersen, G. (2002). Testosterone increases perceived dominance but not attractiveness. *Proceedings of the Royal Society of London Series B-Biological Sciences*, 269, 2285–2289.

Taubert, J., Alais, D., & Burr, D. (2016). Different coding strategies for the perception of stable and changeable facial attributes. *Scientific reports*, 6(1), 1-7.

Taubert, J., Alais, D., & Burr, D. (2016). Different coding strategies for the perception of stable and changeable facial attributes. *Scientific reports*, 6(1), 1-7.

Tsujimura, A., Miyagawa, Y., Takada, S., Matsuoka, Y., Takao, T., Hirai, T., Okuyama, A. (2009). Sex differences in visual attention to sexually explicit videos: a preliminary study. *Journal of Sexual Medicine*, 6, 1011-1017

Walker, M., & Wanke, M. (2017). Caring or daring? Exploring the impact of facial masculinity/femininity and gender category information on first impressions. *PloS ONE*, 12(10), e018130

Wen, F., & Zuo, B. (2012). The effects of transformed gender facial features on face preference of college students: Based on the test of computer graphics and eye movement tracks. *Acta Psychological Sinica*, 44(1), 14–29

Wood, W., Kressel, L., Joshi, P. D., & Louie, B. (2014). Meta-analysis of menstrual cycle effects on women's mate preferences. *Emotion Review*, 6(3), 229-249.

Zietsch, B. P., Lee, A. J., Sherlock, J. M., & Jern, P. (2015). Variation in women's preferences regarding male facial masculinity is better explained by genetic differences than by previously identified context-dependent effects. *Psychological Science*, 26(9), 1440-1448.

Zuo, B., Dai, T. T., Wen, F. F., & Suo, Y. X. (2015). The Big two model in social cognition. *Journal of Psychological Science*, 38(4), 1019–1023

Zuckerman, M. (2002). Zuckerman-Kuhlman personality questionnaire (ZKPQ): An alternative five-factorial model

Додаток А

Анкетні запитання

Вкажіть вік *

Мой ответ _____

Як Ви визначаєте свою сексуальну орієнтацію? *

- Бісексуальність (приваблюють партнери обох статей)
- Гетеросексуальність (приваблюють партнери виключно протилежної статі)
- Гомосексуальність (приваблюють партнери виключно моєї статі)

Як би Ви описали свій статус? *

- Заміжня
- Перебуваю в романтичних стосунках
- Маю постійного сексуального партнера, але не перебуваю у стосунках
- На маю постійного партнера

Додаток Б

Інструкція для проходження частини дослідження з використанням платформи для відстеження руху очей

Перегляньте серію наступних зображень з обличчями.

Кількість слайдів для перегляду – 30. Час перегляду – 3 хвилини.

Намагайтеся зберігати одне положення тіла та не коментувати вголос під протягом усього перегляду. Це необхідно для отримання точніших даних для дослідження.

Якщо виникнуть запитання, Ви зможете їх задати після завершення перегляду, або під час демонстрації сірого фону з хрестом.

Додаток В

The revised Sociosexual Orientation Inventory (SOI-R)

Please respond honestly to the following questions:

c. With how many different partners have you had sex within the past 12 months?

0 1 2 3 4 5-6 7-9 10-19 20 or more

c. With how many different partners have you had sexual intercourse on one and only one occasion?

0 1 2 3 4 5-6 7-9 10-19 20 or more

c. With how many different partners have you had sexual intercourse without having an interest in a long-term committed relationship with this person?

0 1 2 3 4 5-6 7-9 10-19 20 or more

4. Sex without love is OK.

1 _ 2 _ 3 _ 4 _ 5 _ 6 _ 7 _ 8 _ 9 _

Strongly disagree Strongly agree

5. I can imagine myself being comfortable and enjoying “casual” sex with different partners.

1 _ 2 _ 3 _ 4 _ 5 _ 6 _ 7 _ 8 _ 9 _

Strongly disagree Strongly agree

6. I do not want to have sex with a person until I am sure that we will have a long-term, serious relationship.

1 _ 2 _ 3 _ 4 _ 5 _ 6 _ 7 _ 8 _ 9 _

Strongly disagree Strongly agree

7. How often do you have fantasies about having sex with someone you are not in a committed romantic relationship with?

1 – never

2 – very seldom

3 – about once every two or three months

4 – about once a month

5 – about once every two weeks

6 – about once a week

7 – several times per week

8 – nearly every day

9 – at least once a day

8. How often do you experience sexual arousal when you are in contact with someone you are not in a committed romantic relationship with?

1 – never

2 – very seldom

3 – about once every two or three months

4 – about once a month

5 – about once every two weeks

6 – about once a week

7 – several times per week

8 – nearly every day

9 – at least once a day

9. In everyday life, how often do you have spontaneous fantasies about having sex with

someone you have just met?

- _ 1 – never
- _ 2 – very seldom
- _ 3 – about once every two or three months
- _ 4 – about once a month
- _ 5 – about once every two weeks
- _ 6 – about once a week
- _ 7 – several times per week
- _ 8 – nearly every day
- _ 9 – at least once a day

Опитувальник соціально-сексуальної орієнтації (переклад)

Будь ласка, дайте правдиві відповіді на наступні запитання

1. Зі скількома різними партнерами у Вас був секс протягом останніх 12 місяців?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5-6
- 7-9
- 10-19
- 20 та більше

2. Зі скількома різними партнерами Ви мали сексуальний контакт лише один раз, «на одну ніч»?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5-6
- 7-9
- 10-19
- 20 та більше

3. Зі скількома різними партнерами Ви мали сексуальний контакт без зацікавленості у побудові довготривалих стосунків з людиною?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5-6
- 7-9
- 10-19
- 20 та більше

Оцініть запропоновані твердження за шкалою, де 1 – повністю не погоджуюсь, 9 – повністю погоджуюсь

4. Секс без кохання – це нормально

1 _ 2 _ 3 _ 4 _ 5 _ 6 _ 7 _ 8 _ 9 _

5. Я можу уявити, що мені буде комфортно і я зможу насолоджуватись «випадковим» сексом з різними партнерами

1 _ 2 _ 3 _ 4 _ 5 _ 6 _ 7 _ 8 _ 9 _

6. Я НЕ хочу мати секс з людиною, поки я не переконаюсь, що ми матимемо довготривалі серйозні стосунки

1 _ 2 _ 3 _ 4 _ 5 _ 6 _ 7 _ 8 _ 9 _

7. Як часто у Вас бувають фантазії про секс з кимось, з ким Ви НЕ є у поточних романтичних стосунках?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Приблизно раз у 2-3 місяці
- Приблизно один раз на місяць
- Приблизно один раз на два тижні
- Приблизно раз на тиждень
- Декілька разів на тиждень
- Майже кожного дня
- Щонайменше раз у день

8. Як часто у Вас буває сексуальне збудження при контакті з кимось, хто НЕ є Вашим поточним романтичним партнером?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Приблизно раз у 2-3 місяці
- Приблизно один раз на місяць
- Приблизно один раз на два тижні
- Приблизно раз на тиждень
- Декілька разів на тиждень
- Майже кожного дня
- Щонайменше раз у день

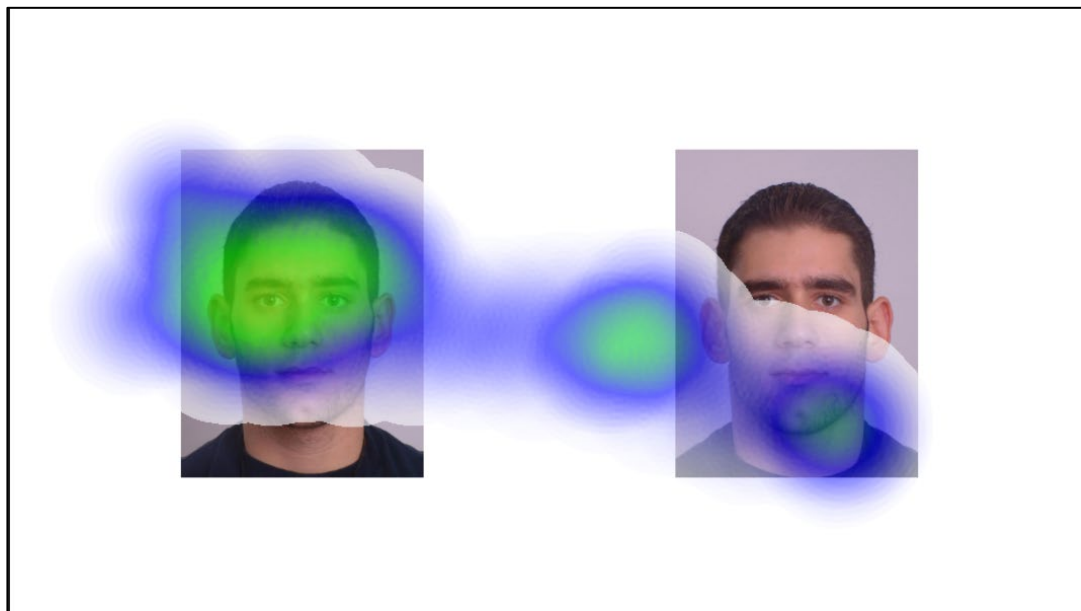
9. В повсякденному житті, як часто у Вас виникають спонтанні фантазії про секс з кимось, кого Ви щойно зустріли?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Приблизно раз у 2-3 місяці
- Приблизно один раз на місяць
- Приблизно один раз на два тижні
- Приблизно раз на тиждень
- Декілька разів на тиждень
- Майже кожного дня
- Щонайменше раз у день

Додаток Г

Приклад переводу у бали тривалості погляду на маскулінних та фемінних обличчях за результатами індивідуальних теплових карт

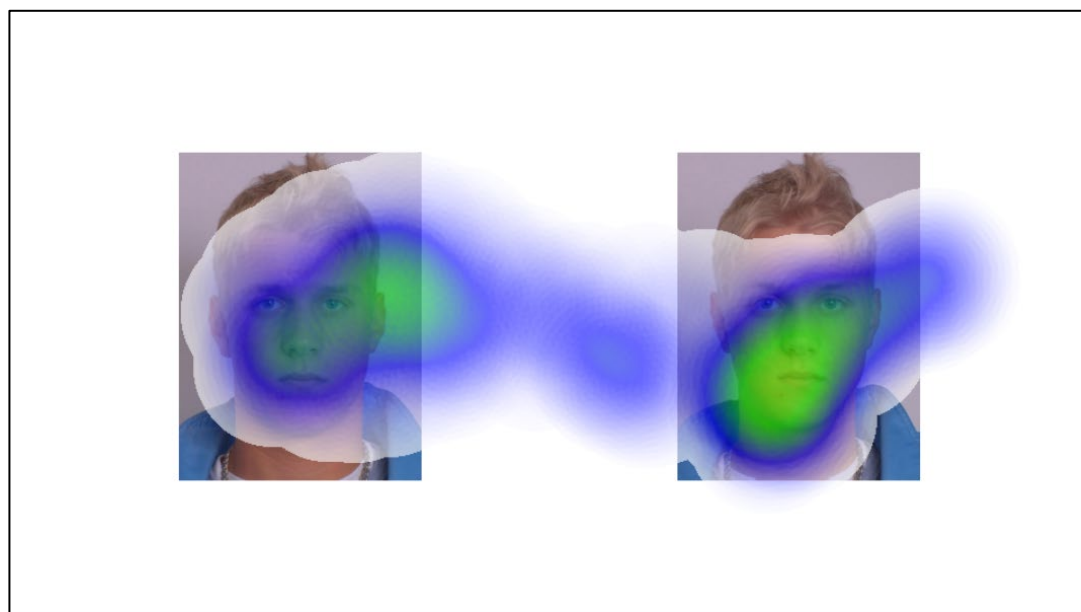
a)



Обличчя ліворуч (фемінне) оцінюється в 3 бали.

Обличчя праворуч (маскулінне) оцінюється в 1 бал.

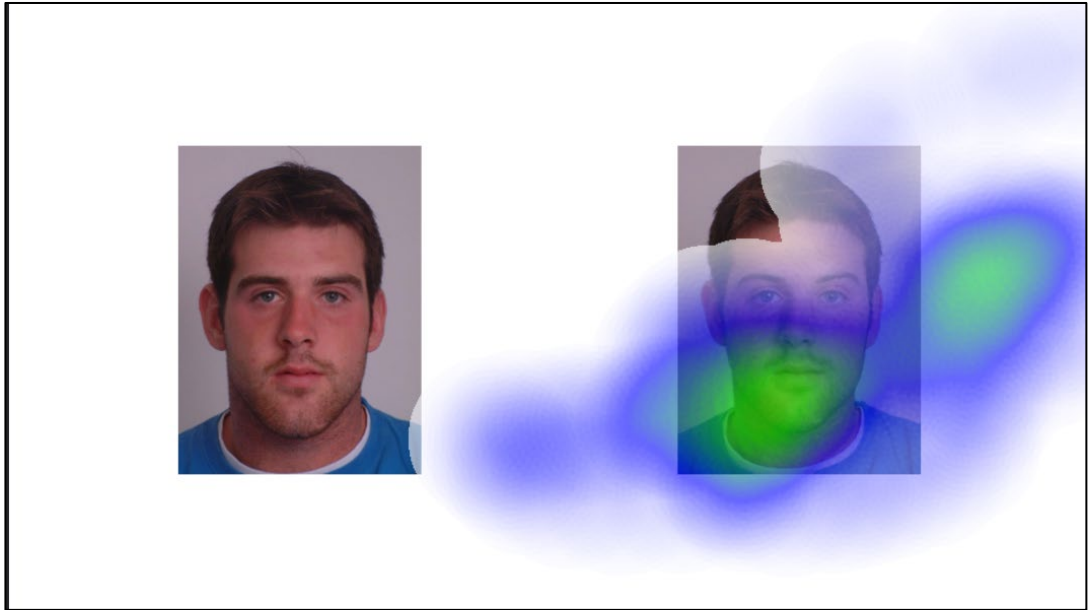
b)



Обличчя ліворуч (маскулінне) оцінюється в 2 бали.

Обличчя праворуч (фемінне) оцінюється в 2 бали.

с)



Обличчя ліворуч (маскулінне) оцінюється в 0 балів.

Обличчя праворуч (фемінне) оцінюється в 4 бали.

Додаток Д

Таблиця Д.1

Описові статистики							
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
Вибір фемінних обличь	1	7	7.57	5.062	1.913	1	13
	2	9	14.44	6.167	2.056	5	24
	3	14	13.79	5.951	1.590	6	24
	Total	30	12.53	6.285	1.147	1	24
Вибір маскулінних обличь	1	7	21.43	5.062	1.913	16	28
	2	9	14.56	6.167	2.056	5	24
	3	14	15.29	6.120	1.636	5	23
	Total	30	16.50	6.350	1.159	5	28

Таблиця Д.2

Тест на рівність дисперсій					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Вибір фемінних обличь	Based on Mean	.059	2	27	.943
	Based on Median	.087	2	27	.917
	Based on Median and with adjusted df	.087	2	26.668	.917
	Based on trimmed mean	.058	2	27	.944
Вибір маскулінн их обличь	Based on Mean	.108	2	27	.898
	Based on Median	.126	2	27	.882
	Based on Median and with adjusted df	.126	2	26.911	.882

	Based on trimmed mean	.103	2	27	.903
--	-----------------------	------	---	----	------

Таблиця Д.3

Однофакторний дисперсійний аналіз						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Вибір фемінних обличь	Between Groups	227.173	2	113.587	3.340	.048
	Within Groups	918.294	27	34.011		
	Total	1145.467	29			
Вибір маскулінних обличь	Between Groups	224.706	2	112.353	3.211	.049
	Within Groups	944.794	27	34.992		
	Total	1169.500	29			

Таблиця Д.4

Множинні порівняння Шеффе					
Scheffe					
Dependent Variable	(I) Рівень екстраверсії	(J) Рівень екстраверсії	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
Вибір фемінних обличь	1	2	-6.873	2.939	.043
		3	-6.214	2.700	.049
	2	1	6.873	2.939	.043
		3	.659	2.492	.966
	3	1	6.214	2.700	.049
		2	-.659	2.492	.966
Вибір маскулінних обличь	1	2	6.873	2.981	.048
		3	6.143	2.738	.100

	2	1	-6.873	2.981	.048
		3	-.730	2.527	.959
	3	1	-6.143	2.738	.100
		2	.730	2.527	.959