Восприятие эмоций: Почему ЗНАКОМЫЕ люди КАЖУТСЯ СЧАСТЛИВЕЕ НЕЗНАКОМЫХ

Люди склонны воспринимать знакомые лица более счастливыми, чем лица незнакомых людей, даже если эти лица объективно выражают одну и ту же эмоцию в одинаковой степени. Это подтверждается исследованием, опубликованным в журнале Психологической Научной Ассоциации.

«Мы показали, что факт предварительного знакомства определяет интенсивность восприятия состояния счастья на лице человека», - говорит исследователь Эван Карр из Колумбийской Школы Бизнеса. «Мы полагаем, что человек, часто видя лицо другого человека, начинает относится к нему с большей симпатией, оно кажется ему более привлекательным. Кроме того, человек склонен иначе расценивать эмоции на знакомых лицах, нежели чем на незнакомых».

То, что люди предпочитают выбирать нечто знакомое, будь то другие люди, предметы или какие-либо стимулы, многократно показано в различных исследованиях самыми разными способами. Но до сих пор актуальны следующие вопросы: «Почему люди отдают предпочтение знакомым вещам?», «Связано ли это с тем, что знакомое вызывает в человеке позитивные чувства, или же сам факт привычности заставляет человека воспринимать стимулы более позитивно?».

Карр и его коллеги выдвигают гипотезу, что факт привычности запускает фундаментальные процессы восприятия «в обратном порядке», избирательно улучшая позитивные черты воспринимаемого объекта. Для проверки этой гипотезы было проведено два эксперимента, демонстрирующих, как люди реагируют на знакомые и незнакомые лица.

Для первого эксперимента ученые сделали выборку фотографий, на которых изображались женские и мужские лица, которые отличались по типу и степени выражаемых эмоций. В результате получился комплект изображений, которые ранжировались от злости, выраженной на 50%, до нейтрального выражения лица и далее до радости, выраженной на 50%.

50 студентов были приглашены в лабораторию для выполнения «задания на внимание». Каждому из испытуемых показывали несколько изображений с лицами людей. На каждом втором изображении было запечатлено нейтральное выражение лица. Студентов попросили запомнить цвет и количество квадратов, которые появлялись на некоторых изображениях в случайном порядке. Это «отвлекающее» задание позволило ученым избежать сосредоточения внимания испытуемых непосредственно на лицах с фотографий.

Затем студентам было предложено задание на восприятие, в ходе которого демонстрировались пары лиц; задачей испытуемых было установить, на какой фотографии запечатлено более счастливое лицо. Важно, что каждая пара фотографий содержала одно знакомое и одно незнакомое для испытуемого лицо. Лица, при этом, выражали одну и ту же эмоцию с одной и той же интенсивностью.

Результаты были совершенно однозначными: участники в большинстве случаев сообщали, что более счастливым им кажется именно знакомое лицо, хотя фактически лица одинаковым образом выражали одну и ту же эмоцию.

В ходе второго эксперимента студентов попросили посмотреть на фотографии лиц и решить, какую эмоцию выражает каждое из них: радость или злость. Кроме того, участников попросили оценить уровень радости, отраженной на лице, по шкале от 0% до 100%.

Результаты были схожи с результатами первого эксперимента: участники определяли знакомые лица как более радостные, чем незнакомые, но только в тех случаях, когда лица были эмоционально нейтральны или позитивны. Чем больше радости отражалось на знакомых лицах, тем более высокую оценку по шкале от 0% до 10% давали респонденты.

Исследование доказывает, что факт привычности лиц значительно повлиял на то, как участники воспринимали *позитивный* аспект предъявленного им объекта. Это значит, что знакомые лица кажутся более радостными и приветливыми при выражении положительных или нейтральных эмоций. Однако, данная зависимость не работает в обратном направлении: знакомое лицо, выражающее гнев, не казалось испытуемым менее «злым», чем незнакомое.

Эти два эксперимента подтверждают, что привычность объекта влияет на то, как человек эмоционально воспринимает его. Кроме того, исследование демонстрирует сложность процессов, отвечающих за восприятие эмоций.

«Эмоциональное восприятие – это не только шаблонная комбинация черт лица. Это процесс, тесно связанный с объектом, эмоции которого человек пытается разгадать». – объясняет Карр. «Суждение, насколько счастливым выглядит лицо, по сути своей субъективно, и зависит оно как от прошлого опыта общения с человеком, так и от типа эмоции, которую человек пытается разгадать».

Оригинальные статья: Evan W. Carr, - Familiar Faces Look Happier Than Unfamiliar Ones. Psychological Science, June 20, 2017.

Автор перевода: Елисеева Маргарита Игоревна

Редактор: Симонов Вячеслав Михайлович

Ключевые слова: эмоции, психология эмоций, восприятие, исследование, психологическое исследование, психология общения

Источник фото: viralspell.com