

DOI 10.22363/2313-1683-2022-19-3-592-606

УДК 159.9.072.5159.9.072.5

Исследовательская статья

Красота в психологии: библиометрический анализ

П.А. Носова  , А.А. Фёдоров Новосибирский государственный университет,
Российская Федерация, 630090, Новосибирск, ул. Пирогова, д. 1 nosova.polina@yandex.ru

Аннотация. Цель исследования – библиометрический анализ психологических публикаций, посвященных феномену красоты. Материал для исследования (2214 статьи) был извлечен из библиографической базы данных Scopus. Для анализа результатов и построения библиометрической карты использовались программы VOSviewer и biblioshiny. При построении понятийной карты выделены четыре кластера, связанных с изучением красоты: телесная составляющая человека, привлекательность, эстетические явления, социокультурные процессы. Тематическая кластеризация алгоритмом Walktrap позволила определить четыре темы, при этом тема с наибольшей плотностью и центральностью посвящена изучению привлекательности, в частности, физической привлекательности и привлекательности лица. Пять стран (США, Великобритания, Германия, Канада, Австралия) выпустили почти 3/4 от общего количества публикаций (74,2 %). Вклад российских авторов составил 17 статей (0,8 %). Анализ трендов показывает, что в последние годы возрастает интерес к социальным медиа, эстетическим эмоциям и ценностям. Сделан вывод о том, что основными феноменами, которые связаны с понятием «красота» и изучаются в психологии, являются образ тела, привлекательность, физическая привлекательности, привлекательность лица и эстетика. Показано, что красота как ценность, оставаясь малоизученной категорией, исследуется в контексте позитивной психологии.

Ключевые слова: библиометрический анализ, красота, привлекательность, восприимчивость к красоте, наукометрия, ценность, позитивная психология

Я понял, что не слушал свой внутренний голос,
который пытался говорить со мной о красоте.
Я был слишком трудолюбив, слишком «принципиален»,
чтобы проводить время, просто глядя на цветы!

Ролло Мэй

Введение

На протяжении тысячелетий красота является одной из важнейших категорий, связанных с бытием человека, осмыслению которой посвящено множество философских и научных трудов, религиозных текстов и произве-

дений искусства. В психологии есть авторы, утверждающие, что восприимчивость к красоте является одним из показателей субъективного благополучия и положительного психического здоровья человека. Например, А. Маслоу говорил о важности красоты как ценности Бытия, рассматривая ее в контексте пиковых переживаний (Маслоу, 1999). Р. Мэй писал о своем жизненном опыте встречи с красотой и том, как после этого изменилось качество его жизни (May, 1985). М. Селигман, описывая добродетели и достоинства, присущие психически здоровому человеку с точки зрения позитивной психологии, отмечает обязательное присутствие у него чувства прекрасного (Селигман, 2006).

Б.М. Хауэлл, Р. Дисснер и Р.М. Робинсон утверждают, что красота является одной из ценностей, которая определяет полноценную человеческую жизнь. Они пишут о том, что в проведенном ими исследовании можно было бы ожидать сильной положительной связи между уровнем самоактуализации и степенью восприимчивости к красоте, но из-за обесценивания красоты в американской и западной культурах логичнее было выдвинуть гипотезу о средней положительной значимой корреляции между этими показателями. Однако даже эта гипотеза не подтвердилась, и авторы рассуждают о том, что, похоже, участников научили успешно игнорировать красоту, прививая американцам другие ценности – власти, гедонизма и личных достижений. Также авторы согласны с Э. Скарри (1999), что красота была «изгнана» из гуманитарных наук в последние два десятилетия XX в. Они говорят о том, что пренебрежение красотой и эстетическими потребностями «заразило» и психологию, что, например, нет ни одной статьи в журнале гуманистической психологии, где «красота» и «эстетические потребности» были указаны в качестве ключевых слов (Howell et al., 2020).

Это, однако, вовсе не означает, что красота в самых разнообразных проявлениях не привлекала внимания психологов вообще. Помимо гуманистической психологии, которую красота интересует, прежде всего, как ценность, существует множество других парадигм и направлений. Таким образом, данное исследование направлено на то, чтобы выделить и проанализировать тематические области, в рамках которых изучается понятие красоты в психологической науке, включая отдельное рассмотрение тех кластеров, где красота изучается как ценность. Для этого оптимальным является использование современных библиометрических методов, с помощью которых можно построить наукометрическую карту и провести количественный анализ любой научной области. Иными словами, *целью данного исследования* стал библиометрический анализ психологических публикаций, связанных с понятием красоты.

Методы и материалы

Материал для исследования извлечен из библиографической базы данных Scopus 20 января 2022 г. Был сформирован следующий поисковый запрос: TITLE-ABS-KEY (beauty) AND (LIMIT-TO (SRCTYPE, «j»)) AND (LIMIT-TO ((PUBSTAGE, «final»)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA, «PSYC»)) AND (EXCLUDE (PUBYEAR, 2022)). Это означает, что, используя слово beauty,

поиск осуществлялся по журнальным публикациям в названии статьи, аннотации и/или ключевых словах в области знания «Психология». При этом принимались во внимание только опубликованные материалы, вышедшие до 2021 г. включительно. Документов, которые соответствовали условиям поиска, оказалось 2214.

Для построения библиометрической карты использовалась программа VOSviewer, версия 1.6.17, которая является открытым программным продуктом. Она позволяет создавать карты на основе сетевых данных, а также их визуализировать и изучать. При этом можно анализировать такие параметры, как соавторство, цитирование, совместная встречаемость терминов, совместное цитирование и пр. (van Eck, Waltman, 2010). Также анализ концептуальной структуры предметного поля проводился с помощью пакета biblioshiny, основанного на R-инструменте bibliometrix (Aria, Cuccurullo, 2017). С его помощью в исследовании строилась кластерная тематическая карта, а также изучалась временная динамика ключевых слов.

Результаты и обсуждение

Динамика публикаций. Первым опубликованным трудом, найденным в результате поиска, оказалась философско-психологическая статья Дж.Г. Хиббен «Метод идеалистической этики: комментарий» (Hibben, 1895). В данной публикации обсуждается идеалистическая этика, в контексте которой рассматриваются «истина», «добродота» и «красота» как высшие идеалы человеческой жизни. Далее, вплоть до 1973 г., в Scopus индексируются в основном от 0 до 2 публикаций в год (исключение составляет 1961 г. – 3 публикации). С 1973 г. количество публикаций постепенно начинает увеличиваться. На период 2003–2012 гг. приходится наиболее заметный рост публикаций по сравнению с другими десятилетиями. Так как последний период составляет девять лет, нельзя с точностью прогнозировать данные, но на настоящий момент видна тенденция к уменьшению коэффициента роста публикаций (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Динамика публикаций, 1973–2021 /
Publication dynamics, 1973–2021

Период / Period	Разброс публикаций / Distribution of publications	Количество публикаций / Number of publications	Среднее число публикаций в год за период / Average number of publications in year for the period	Коэффициент роста публикаций / Publication growth rate
1973–1982	1–11	66	6,6	–
1983–1992	3–16	98	9,8	1,5
1993–2002	15–31	216	21,6	2,2
2003–2012	34–118	701	70,1	3,3
2013–2021	85–142	1083	108,3	1,5

Понятийная карта. При построении библиометрической карты понятие «красота» (beauty) исключалось, потому что являлось предметной областью исследования. Для показателя, отражающего минимальное количество встречаемости авторских ключевых слов, мы определили число восемь.

Учитывая этот порог, из 4420 ключевых слов осталось 116. Из представленных в программе методов нормализации использовался линейно-логарифмический/модулярный метод, так как он позволил получить понятийную карту, более доступную для интерпретации, нежели те, которые конструировались на основе нормализации методом силы связи или фракционализации.

На понятийной карте (рис. 1) представлены четыре кластера, которые обозначены разными цветами. В отличие от ряда других программных продуктов, направленных на построение библиометрических сетей, VOSviewer дает визуализацию, основанную на расстоянии (distance-based visualization), а не графах (graph-based) (van Eck, Waltman, 2014). Чем меньше расстояние между элементами, тем выше степень их связанности. Важно отметить, что обычно при такой визуализации элементы нельзя расположить в двумерном пространстве так, чтобы расстояние между ними совершенно точно отражало степень их связанности, поэтому расстояние отражает связанность лишь *приблизительно*, а в качестве дополнительного средства отображения совместной встречаемости может использоваться толщина линии. Таким образом, на построенной понятийной карте площадь круга отвечает за частоту встречаемости ключевых слов, а расстояние между кругами и толщина связующих линий – за частоту совместной встречаемости.

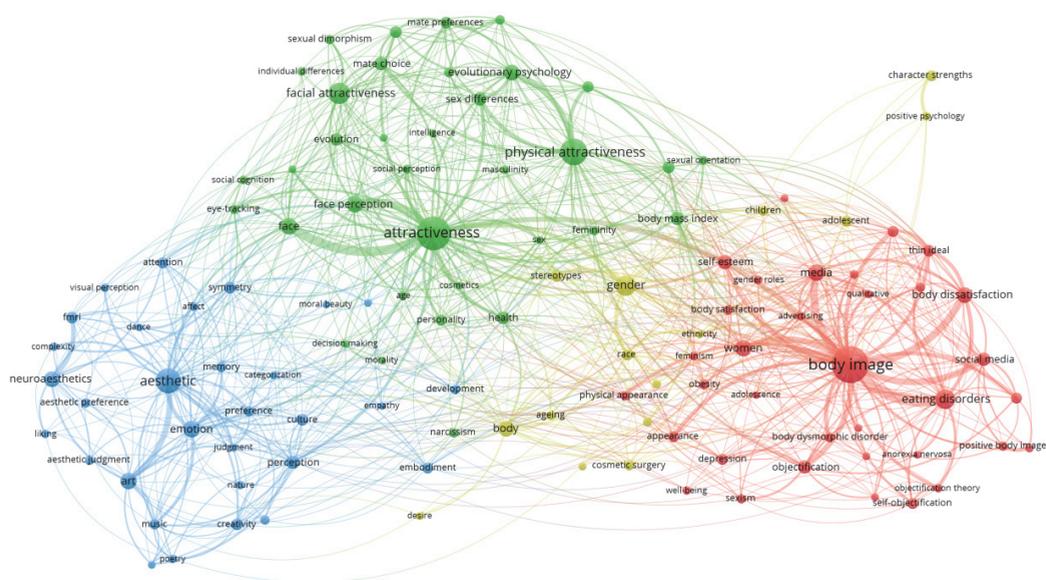


Рис. 1. Понятийная карта ключевых слов (психологические публикации, beauty, 1895–2021) / **Figure 1.** Term map of keywords (psychological publications, beauty, 1895–2021)

Первый кластер (красный цвет) представлен телесной составляющей человека, в контексте которой рассматриваются вопросы, связанные с образом тела, расстройствами пищевого поведения, нервной анорексией, неудовлетворенностью телом, женщинами, подростками, беспорядочным питанием, ожирением, депрессией, СМИ, рекламой, идеалом худобы, гендерными ролями, феминизмом, внешностью, оценкой тела, самооценкой, романтическими отношениями, позитивным образом тела и пр.

Второй кластер (зеленый цвет) связан с изучением привлекательности, в частности физической привлекательности, восприятия лица, привлекательности лица, эволюции, эволюционной психологии, личности, здоровья, выбора партнера, индекса массы тела, половых различий, соотношения талии и бедер, косметики, возраста и пр.

Третий кластер (синий цвет) представлен понятием эстетики и смежными с ней терминами: эмоции, нейроэстетика, эстетические предпочтения, эстетический опыт, искусство, культура, эмпатия, суждение, симпатия, нравственная красота, природа, зрительное восприятие, симметрия, картина, музыка, поэзия и пр.

Четвертый кластер (желтый цвет) связан с социокультурными процессами и содержит такие понятия, как стереотипы, вес, раса, старение, сильные стороны характера, позитивная психология, духовность, этническая принадлежность, гендер, подросток, идентичность и пр.

Основными терминами, если опираться на показатель частоты встречаемости, которые связаны с понятием «красота» и изучаются в психологии (табл. 2), являются образ тела, привлекательность, физическая привлекательности, эстетика, привлекательность лица, гендер, расстройства пищевого поведения, лицо, восприятие лица и эмоция.

Таблица 2 / Table 2

**Частота встречаемости и сила связей десяти наиболее часто используемых понятий /
Frequency of occurrence and link strength of ten most frequent terms**

Термины / Terms	Кластер / Cluster	Частота встречаемости / Frequency of occurrence	Количество связей / Number of links	Общая сила связей / Total link strength
Body Image	1	148	58	231
Attractiveness	3	131	65	187
Physical attractiveness	3	82	44	89
Aesthetic	2	77	42	94
Facial attractiveness	3	52	25	44
Gender	4	49	40	67
Eating disorders	1	46	26	66
Face	3	34	30	61
Face perception	3	34	34	58
Emotion	2	32	30	51

Тематическая карта. Тематическая карта предметного поля была построена в пакете biblioshiny. Для кластеризации использовался алгоритм Walktrap, основанный на методе случайных блужданий (random walks). Кластеры располагаются в двухмерном пространстве, которое задается осями *плотности* (показатель внутренних связей между элементами внутри темы) и *центральности* (показатель внешних связей с другими темами). Таким образом, могут быть определены четыре разновидности тем (Cobo et al., 2011).

1. В левом верхнем углу находятся *нишевые темы*, слабо связанные с остальными, но тесно внутри себя (хорошо проработаны, но малозначимы для других областей).

2. В левом нижнем углу расположены *возникающие или исчезающие темы*. Они являются слабо проработанными и слабо связанными с остальными.

3. В правом верхнем углу *находятся темы,двигающие предметное поле*: это разработанные темы, важные для всех остальных

4. Наконец, в правом нижнем углу располагаются так называемые *основные (базовые) темы*: они важны для всей области, но их связи внутри себя относительно слабы (часто в силу общего характера).

Тематическая карта, полученная на основе авторских ключевых слов, приведена на рис. 2.

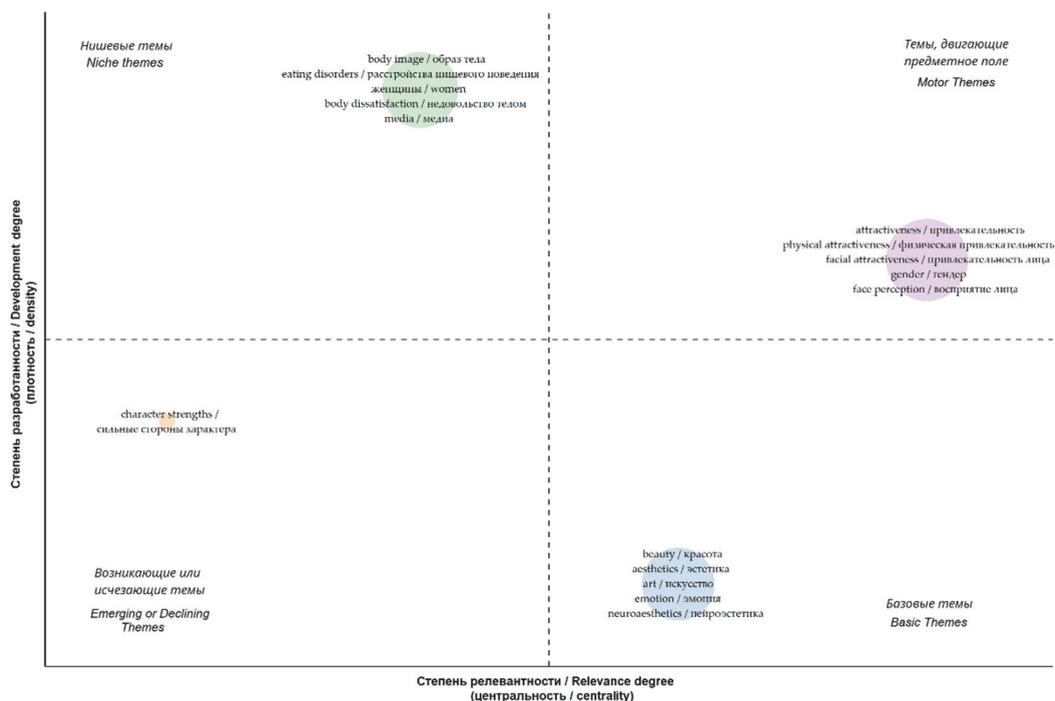


Рис. 2. Тематическая карта авторских ключевых слов (психологические публикации, beauty, 1895–2021)
Figure 2. Thematic map of author's keywords (psychological publications, beauty, 1895–2021)

Как мы видим, наиболее разработанной темой, которая связана с остальными, является изучение привлекательности, в частности физической привлекательности и привлекательности лица. Базовая тема ожидаемо ассоциирована с достаточно общими понятиями, такими как собственно красота, а также эстетика, искусство, эмоции и нейроэстетика. Нишевой темой, которая характеризуется высокой плотностью, но относительно слабыми связями с другими, является кластер, посвященный образу тела, пищевым расстройствам и неудовлетворенности телом. Другие кочевые слова этой темы позволяют предположить, что исследования в этой области преимущественно проводятся на женской выборке и часто связаны с изучением влияния СМИ. Наконец, тема с низкими показателями как центральности, так и плотности посвящена сильным сторонам характера. Эта область исследований относительно недавно возникла внутри позитивной психологии и, видимо, пока остается несколько изолированной от остальной психологии.

Страны и языки. Согласно данным Scopus, авторы, опубликовавшие психологические статьи, относящиеся к красоте, представлены 76 странами. Первые пять стран (США, Великобритания, Германия, Канада, Австралия)

выпустили почти 3/4 от общего количества публикаций (74,2 %), при этом явным лидером является США (43,5 %) (табл. 3). Вклад российских авторов составил 17 статей (0,8 %), опубликованных в основном с 2017 по 2021 г.

Английский язык является лидирующим – на нем написаны 2083 статьи (94 %) из 2214, вторым по распространенности является французский язык – 41 статья (1,9 %).

Таблица 3 / Table 3

**Страны, имеющие более 100 психологических статей, связанных с красотой /
Countries with more than 100 psychological articles associated with beauty**

Ранг / Rank	Страна / Country	Количество публикаций / Number of publications
1	США / USA	962 (43,5 %)
2	Великобритания / United Kingdom	282 (12,7 %)
3	Германия / Germany	164 (7,4 %)
4	Канада / Canada	129 (5,8 %)
5	Австралия / Australia	106 (4,8 %)

Анализ авторов и изданий. Выбранные психологические статьи были написаны 4793 авторами, при этом 1,2 % из них имеют пять и более публикаций.

Таблица 4 / Table 4

**Авторы, опубликовавшие наибольшее количество психологических статей,
имеющих отношение к красоте /
Authors who published the greatest number of psychological articles associated with beauty**

Ранг / Rank	Автор / Author	Страна / Country	Количество публикаций, N / Number of publications, N	Количество цитирований, C / Number of citations C	C/N	Индекс Хирша / Hirsch Index
1	V. Swami	Малайзия / Malaysia	27	782	29	47
2	H. Leder	Австрия / Austria	19	538	28	43
3	J.H. Langlois	США / USA	18	3107	172,6	23
4	M. Nadal	Испания / Spain	18	586	22,5	26
5	A.C. Little	Великобритания / United Kingdom	14	753	53,8	63
6	D.I. Perrett	Великобритания / United Kingdom	13	928	71,4	102
7	B.C. Jones	Великобритания / United Kingdom	13	574	44,2	62
8	A. Furnham	Норвегия / Norway	13	428	32,9	93
9	R. Diessner	США / USA	13	222	17,1	13
10	M. Tiggemann	Австралия / Australia	12	928	77,3	78
11	T. Jacobsen	Германия / Germany	12	722	60,2	46

Первое место по продуктивности (количеству опубликованных статей) занимает малазийский автор В. Свами (табл. 4), областью интересов которого в большей степени является образ тела и близкие к нему понятия (первый

кластер понятийной карты). Если рассматривать показатель C/N как эффективность публикационной деятельности, то В. Свами оказывается на третьем месте, а первое место по этому параметру занимает Дж.Х. Ланглуа из США. Самый высокий индекс Хирша у А.С. Литтл (63) из Великобритании, который так же, как предыдущий автор, предпочитает исследования, связанные с привлекательностью лица (второй кластер понятийной карты). В представленной пятерке лидеров только австриец Х. Ледер и испанец М. Надаль обращаются к проблемам эстетики и искусства (третий кластер понятийной карты).

Публикационная активность ведущих авторов за последние пять лет (2017–2022 гг.) сильно отличается. Так, в этот период у Дж.Х. Ланглуа и А.С. Литтл отсутствуют публикации, имеющие отношение к красоте. Последняя статья, связанная с данной областью исследования, у А.С. Литтла вышла в 2016 г. (Mileva et al., 2016), а Дж.Х. Ланглуа опубликовал две статьи в 2015 г. (Rennels, Langlois, 2015; Schein, Langlois; 2015). У В. Свами, несмотря на первое место по количеству статей, последняя публикация была в 2017 г. (Swami et al., 2017). Лидирующую позицию занимает Х. Ледер – у него с 2017 по 2021 г. восемь опубликованных статей, связанных с красотой – одна в 2017 г. (Leder et al., 2017), по две в 2018 (Goller et al., 2018; Weichselbaum et al., 2018), 2019 (Lauring et al., 2019; Vartanian et al., 2019) и 2020 г. (Hur et al., 2020; Mitrovic et al., 2020) и одна в 2021 г. (Pelowski et al., 2021). Всего на одну статью от него отстает М. Надаль, у которого в 2017 г. опубликовано две статьи (Nadal et al., 2017; Ferrari et al., 2017), одна в 2019 г. (Vartanian et al., 2019), три в 2020 г. (Cattaneo et al., 2020; Coburn et al., 2020; Corradi et al., 2020) и одна в 2021 г. (Che et al., 2021).

В результате построения карты сотрудничества авторов, у которых три и более совместных статей, сформировалось семь групп, объединенных научными интересами (рис. 3). Самая большая группа состоит из восьми человек (красный цвет), где наиболее продуктивным по количеству совместно написанных работ является М. Надаль, причем так же, как К.Х. Села-Конде, он сотрудничает со всеми членами группы. Исследовательский интерес данного сообщества представлен третьим кластером, к которому относится эстетика и такие смежные с ней понятия, как нейроэстетика, эстетические предпочтения, эстетический опыт, искусство, суждение, зрительное восприятие, картины и пр. М. Надаль и Х. Ледер, входящие в пятерку лидеров по количеству опубликованных работ, связанных с красотой, также имеют совместные статьи, при этом Х. Ледер относится к другой авторской группе (синий цвет). Их общий научный интерес представлен тематической областью, в которую входит эстетика, искусство, эстетический опыт и пр. В. Свами, Дж.Х. Ланглуа и А.С. Литтл, хотя и являются одними из ведущих авторов по количеству опубликованных статей, касающихся красоты, не имеют постоянного взаимодействия с коллегами в данной области исследования.

Психологические статьи, связанные с красотой ($n = 2214$), изданы в 160 журналах, при этом около 72 % из них имеют пять и более публикаций. В табл. 5 представлены издания, лидирующие по количеству психологических публикаций, имеющих отношение к красоте.

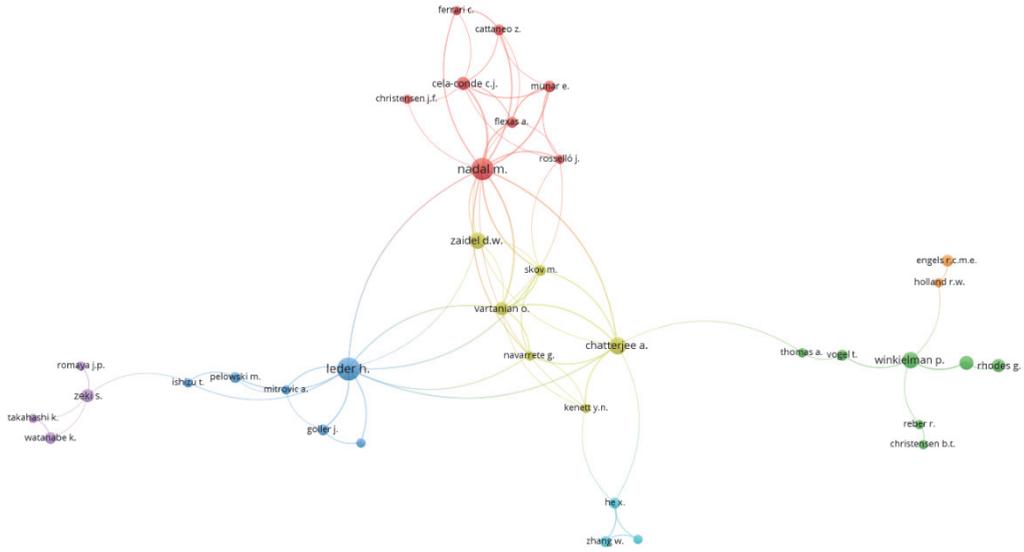


Рис. 3. Карта сотрудничества авторов
Figure 3. Authors' collaboration map

Содержательно журнал *Body Image* специализируется на выпуске статей об образе тела и внешности человека; журнал *Frontiers in Psychology* публикует психологические статьи широкого профиля; журнал *Sex Roles* фокусируется на гендерных вопросах, рассматриваемых с феминистской точки зрения; журнал *Perception* публикует статьи, связанные с восприятием; журнал *Archives of Sexual Behavior* посвящен вопросам сексологии.

Таблица 5 / Table 5

Журналы, выпустившие наибольшее количество психологических статей, имеющих отношение к красоте / Journals that published the greatest number of psychological articles associated with beauty

Ранг / Rank	Журнал / Journal	Количество публикаций, N / Number of publications, N	Количество цитирований, C / Number of citations, C	C/N	SJR 2020
1	Body Image	98	3578	36,5	1,781
2	Frontiers in Psychology	59	617	10,5	0,947
3	Sex Roles	58	2153	37,1	1,509
4	Perception	57	1512	26,5	0,619
5	Archives of Sexual Behavior	45	1448	32,2	1,288

Таким образом, начиная с 1973 г., когда появилась первая публикация, количество статей, имеющих отношение к красоте, постоянно возрастало. Однако в последнее десятилетие наметилась тенденция к замедлению темпов роста, при этом в абсолютных показателях число публикаций продолжает увеличиваться. Основными понятиями, которые связаны с красотой и изучаются в психологии, являются образ тела, привлекательность, физическая привлекательности, эстетика, привлекательность лица, гендер, расстройства пищевого поведения, лицо, восприятие лица и эмоция. Лидирующую позицию по психологическим статьям, связанным с красотой, занимают США,

у которых почти половина (43,5 %) от общего количества статей. При этом первой пятерке стран (США, Великобритания, Германия, Канада, Австралия) принадлежит почти 3/4 от общего количества публикаций (74,2 %). У авторов, которые занимают первые позиции по количеству статей, областью интересов являются образ тела и близкие к нему понятия (В. Свами, Малайзия); привлекательность лица (Дж.Х. Ланглуа, США; А.С. Литтл, Великобритания); проблемы эстетики и искусства (Х. Ледер, Австрия; М. Надаль, Испания). Можно отметить, что в группе из одиннадцати ведущих авторов также есть исследователь Р. Дисснер, область интересов которого связана с эстетическими эмоциями. Вместе с коллегами Р. Дисснер разработал методику, с помощью которой можно измерить степень восприимчивости к красоте природы, искусства и нравственной красоте человека (Diessner et al., 2008), и в дальнейшем в психологии образовалась область, где изучают вопросы, связанные с восприимчивостью к красоте. Отметим, что существуют русскоязычные версии данной методики (Носова, 2018; Sabadosh, 2017).

Самые тесные связи у авторов, которые сотрудничают в области эстетики и смежных с ней понятий (нейроэстетика, эстетические предпочтения, эстетический опыт, искусство, суждение, зрительное восприятие, картины и пр.). Лидирующими по количеству психологических публикаций, имеющих отношение к красоте, являются журналы *Body Image* (специализируется на выпуске статей об образе тела и внешности человека), *Frontiers in Psychology* (публикует психологические статьи широкого профиля), *Sex Roles* (фокусируется на гендерных вопросах, рассматриваемых с феминистской точки зрения), *Perception* (публикует статьи, связанные с восприятием); *Archives of Sexual Behavior* (посвящен вопросам сексологии).

Соответственно, красота на данном этапе изучается чаще всего в связи с образом тела: самая большая частота встречаемости; ведущим является журнал *Body Image*; у автора с самым большим количеством статей в область интересов входят образ тела и близкие к нему термины.

Можно отметить, что на понятийной карте отсутствует понятие «ценность», хотя ряд авторов подчеркивают именно ценностный аспект категории «красота». Это не означает, что понятие ценности вообще не встречается в публикациях, связанных с красотой. Оно не попало на понятийную карту в силу установленного порога вхождения (8), в то время как частота ключевого слова «ценности» (values) в нашей базе равна 6. Таким образом, публикации, касающиеся ценностного аспекта красоты, хотя и есть, остаются достаточно редкими. При этом крайне интересна временная динамика ключевых слов. На рис. 4 приведен график за последний пятилетний период (2016–2021 гг.) по медианному году (построен в biblioshiny).

Из рисунка видно, что «ценности» входят в перечень понятий, для которых медианный год равен 2020 г. Иными словами, хотя публикации, касающиеся ценностного аспекта красоты, немногочисленны, они появились именно в последние годы, и, возможно, интерес к этой области будет расти. Также можно отметить, что в последние годы возрастает интерес к влиянию социальных медиа, а также к эстетическим эмоциям (например, благоговению).

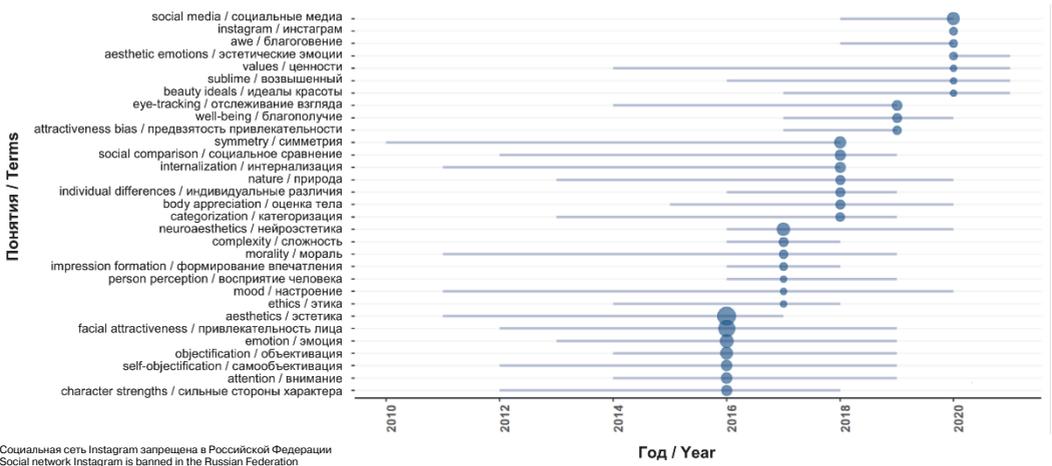


Рис. 4. Временные тренды авторских ключевых слов, 2016–2021 гг.
Figure 4. Temporal trends for author's keywords, 2016–2021

Красота как ценность исследуется в контексте позитивной психологии, которая входит в четвертый кластер понятийной карты. Например, Р. Мак-Грат эмпирическим путем вывел три основных фактора/добродетели (любопытность; забота; самоконтроль), а также входящие в них сильные стороны характера. При этом в состав добродетели «любопытность» входит, наряду с другими, такое достоинство, как «понимание красоты» (McGrath, 2015). М.Л. Мартинес-Марти, М.Д. Авиа и М.Дж. Эрнандес-Льоредра провели исследование, в котором испытуемым предлагались упражнения, направленные на повышение осознания красоты и влияния ее на эмоции, мысли и поведение, а также осуществлялось культивирование эстетического отношения к красоте и поощрение участников подвергать себя воздействию красоты. Большинство испытуемых сообщили, что в результате вмешательства у них улучшились некоторые аспекты оценки красоты и благополучия. При этом 34 % испытуемых признали ценность красоты. Так, один участник сообщил: «Это помогло мне взглянуть на жизнь с позитивной стороны. <...> Учитывая все те страдания, что нас окружают, я считал размышления о красоте поверхностными и лицемерными. И все же они необходимы для счастья» (Martinez-Marti et al., 2014, p. 480; перевод с английского наш. – П.Н., А.Ф.).

Заключение

Настоящее исследование, насколько нам известно, является первым библиометрическим анализом красоты в психологии. Оно позволяет утверждать, что основными тематическими областями, в которых происходит изучение красоты, являются исследования телесной составляющей человека, его привлекательности, эстетических явлений и социокультурных процессов. Основными терминами, которые связаны с красотой и изучаются в психологии, являются образ тела, привлекательность, физическая привлекательности, эстетика, привлекательность лица, гендер, расстройства пищевого поведения, лицо, восприятие лица и эмоция. Красота как ценность остается малоизученной в психологии категорией, которая, однако, начинает вы-

зывать интерес у исследователей. В таком ракурсе красота рассматривается в контексте позитивной психологии, а также в связи с изучением восприимчивости к красоте.

Возможным *ограничением* проведенного исследования может быть неполнота баз данных, что является общей проблемой для подобных исследований. Тем не менее библиометрический анализ остается важным современным методом, результаты которого значимы для понимания содержательных и динамических аспектов изучаемой предметной области.

Список литературы

Ссылки на источники см. в разделе *References* после англоязычного блока.

История статьи:

Поступила в редакцию 21 июня 2022 г.

Принята к печати 1 августа 2022 г.

Для цитирования:

Носова П.А., Фёдоров А.А. Красота в психологии: библиометрический анализ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2022. Т. 19. № 3. С. 592–606. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2022-19-3-592-606>

Сведения об авторах:

Носова Полина Александровна, старший преподаватель, кафедра клинической психологии, Институт медицины и психологии В. Зельмана, Новосибирский государственный университет (Новосибирск, Россия). ORCID: 0000-0002-9373-1798, eLIBRARY SPIN-код: 9773-0656. E-mail: nosova.polina@yandex.ru

Фёдоров Александр Александрович, кандидат психологических наук, заведующий кафедрой клинической психологии, доцент кафедры психологии личности, Новосибирский государственный университет (Новосибирск, Россия). ORCID: 0000-0003-1272-7859, Scopus Author ID: 48661946900, AuthorID RSCI: 201674. E-mail: fedleks@yandex.ru

DOI 10.22363/2313-1683-2022-19-3-592-606

Research article

Beauty in Psychology: A Bibliometric Analysis

Polina A. Nosova  , Alexandr A. Fedorov 

Novosibirsk State University,
1 Pirogova St, Novosibirsk, 630090, Russian Federation
 nosova.polina@yandex.ru

Abstract. The purpose of the study is to conduct a bibliometric analysis of psychological publications devoted to the phenomenon of beauty. The research material (2214 articles) was extracted from the Scopus bibliographic database. The VOSviewer and biblioshiny software

tools were used to analyze the results and build a bibliometric map. The construction of a conceptual map made it possible to identify four clusters related to the study of beauty: (1) the bodily component of a person; (2) attractiveness; (3) aesthetic phenomena; and (4) sociocultural processes. Thematic clustering using the Walktrap algorithm identified four themes; with the theme with the highest density and centrality devoted to the study of attractiveness, in particular, physical attractiveness and facial attractiveness. Five countries (USA, UK, Germany, Canada, Australia) produced almost 3/4 of the total number of publications (74.2%). The contribution of Russian authors amounted to 17 articles (0.8%). Trend analysis shows that in recent years there has been a growing interest in social media, aesthetic emotions and values. It is concluded that the main phenomena that are associated with the concept of “beauty” and are studied in psychology are body image, attractiveness, physical attractiveness, facial attractiveness and aesthetics. The conducted analysis shows that beauty as a value, remaining an understudied category, is explored in the context of positive psychology.

Key words: bibliometric analysis, beauty, attractiveness, engagement with beauty, scientometrics, value, positive psychology

References

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Cattaneo, Z., Ferrari, C., Schiavi, S., Alekseichuk, I., Antal, A., & Nadal, M. (2020). Medial prefrontal cortex involvement in aesthetic appreciation of paintings: A tDCS study. *Cognitive Processing*, 21(1), 65–76. <https://doi.org/10.1007/s10339-019-00936-9>
- Che, J., Sun, X., Skov, M., Vartanian, O., Rossello, J., & Nadal, M. (2021). The role of working memory capacity in evaluative judgments of liking and beauty. *Cognition and Emotion*, 35(7), 1407–1415. <https://doi.org/10.1080/02699931.2021.1947781>
- Cobo, M.J., López-Herrera, A.G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), 146–166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>
- Coburn, A., Vartanian, O., Kenett, Y.N., Nadal, M., Hartung, F., Hayn-Leichsenring, G., Navarrete, G., González-Mora, J.L., & Chatterjee, A. (2020). Psychological and neural responses to architectural interiors. *Cortex*, 126, 217–241. <https://doi.org/10.1016/j.cortex.2020.01.009>
- Corradi, G., Chuquichambi, E.G., Barrada, J.R., Clemente, A., & Nadal, M. (2020). A new conception of visual aesthetic sensitivity. *British Journal of Psychology*, 111(4), 630–658. <https://doi.org/10.1111/bjop.12427>
- Diessner, R., Solom, R.D., Frost, N.K., Parsons, L., & Davidson, J. (2008). Engagement with beauty: Appreciating natural, artistic and moral beauty. *The Journal of Psychology*, 142(3), 303–332. <https://doi.org/10.3200/JRLP.142.3.303-332>
- Ferrari, C., Nadal, M., Schiavi, S., Vecchi, T., Cela-Conde, C.J., & Cattaneo, Z. (2017). The dorsomedial prefrontal cortex mediates the interaction between moral and aesthetic valuation: A TMS study on the beauty-is-good stereotype. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 12(5), 707–717. <https://doi.org/10.1093/scan/nsx002>
- Goller, J., Leder, H., Cursiter, H., & Jenkins, R. (2018). Anchoring effects in facial attractiveness. *Perception*, 47(10–11), 1043–1053. <https://doi.org/10.1177/0301006618802696>
- Hibben, J.G. (1895). The method of idealist ethics: Comment. *Psychological Review*, 2(3), 324–325. <https://doi.org/10.1037/h0067151>
- Howell, B.M., Diessner, R., & Robinson, R.M. (2020). Self-actualization and the tragedy of beauty. *Journal of Humanistic Psychology*, 60(2), 227–243. <https://doi.org/10.1177/0022167817696836>
- Hur, Y.-J., Gerger, G., Leder, H., & McManus, I.C. (2020). Facing the sublime: Physiological correlates of the relationship between fear and the sublime. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 14(3), 253–263. <https://doi.org/10.1037/aca0000204>

- Lauring, J.O., Pelowski, M., Specker, E., Ishizu, T., Haugbol, S., Hollunder, B., Leder, H., Stender, J., & Kupers, R. (2019). Parkinson's disease and changes in the appreciation of art: A comparison of aesthetic and formal evaluations of paintings between PD patients and healthy controls. *Brain and Cognition*, 136, 103597. <https://doi.org/10.1016/j.bandc.2019.103597>
- Leder, H., Goller, J., Forster, M., Schlageter, L., & Paul, M.A. (2017). Face inversion increases attractiveness. *Acta Psychologica*, 178, 25–31. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2017.05.005>
- Martinez-Marti, M.L., Avia, M.D., & Hernandez-Lloreda, M.J. (2014). Appreciation of beauty training: A web-based intervention. *The Journal of Positive Psychology*, 9(6), 477–481. <https://doi.org/10.1080/17439760.2014.920512>
- Maslow, A.H. (1999). *The farther reaches of human nature* (A.M. Tatlybaeva, Trans.; N.N. Akulina, Ed.). St. Petersburg: Evraziya Publ. (In Russ.)
Маслоу А.Г. Дальние пределы человеческой психики / пер. с англ. А.М. Татлыбаевой; науч. ред., вступ. ст. и коммент. Н.Н. Акулиной. СПб.: Евразия, 1999. 432с.
- May, R.R. (1985). *My quest for beauty*. Dallas: Saybrook Publishing Company.
- McGrath, R.E. (2015). Integrating psychological and cultural perspectives on virtue: The hierarchical structure of character strengths. *The Journal of Positive Psychology*, 10(5), 407–424. <https://doi.org/10.1080/17439760.2014.994222>
- Mileva, V.R., Jones, A.L., Russell, R., & Little, A.C. (2016). Sex differences in the perceived dominance and prestige of women with and without cosmetics. *Perception*, 45(10), 1166–1183. <https://doi.org/10.1177/0301006616652053>
- Mitrovic, A., Hegelmaier, L.M., Leder, H., & Pelowski, M. (2020). Does beauty capture the eye, even if it's not (overtly) adaptive? A comparative eye-tracking study of spontaneous attention and visual preference with VAST abstract art. *Acta Psychologica*, 209, 103133. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2020.103133>
- Nadal, M., Gallardo, V., & Marty, G. (2017). Commentary: Neural substrates of embodied natural beauty and social endowed beauty: An fMRI study. *Frontiers in Human Neuroscience*, 11, 596. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2017.00596>
- Nosova, P.A. (2018). Approbation of the Russian-language version of the engagement with beauty scale. *Reflexio*, 11(1), 68–82. (In Russ.) <https://doi.org/10.25205/2658-4506-2018-11-1-68-82>
Носова П.А. Апробация русскоязычной версии опросника восприимчивости к красоте // Reflexio. 2018. Т. 11. № 1. С. 68–82. https://doi.org/10.25205/2658-4506-2018-11-1-68-82
- Pelowski, M., Hur Y.-J., Cotter, K.N., Ishizu, T., Christensen, A.P., Leder, H., & McManus, I.C. (2021). Quantifying the if, the when, and the what of the sublime: A survey and latent class analysis of incidence, emotions, and distinct varieties of personal sublime experiences. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 15(2), 216–240. <https://doi.org/10.1037/aca0000273>
- Pohling, R., & Diessner, R. (2016). Moral elevation and moral beauty: A review of the empirical literature. *Review of General Psychology*, 20(4), 412–425. <https://doi.org/10.1037/gpr0000089>
- Rennels, J.L., & Langlois, J.H. (2015). Children's beliefs in reciprocation of biases and flexibility. *Journal of Experimental Child Psychology*, 137, 39–56. <https://doi.org/10.1016/j.jecp.2015.03.007>
- Sabadosh, P.A. (2017). Russian version of the engagement with beauty scale: The multitrait-multimethod model. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, 14(1), 7–21. <https://doi.org/10.17323/1813-8918.2017.1.7.21>
- Scarry, E. (1999). *On beauty and being just*. Princeton: Princeton University Press.
- Schein, S.S., & Langlois, J.H. (2015). Unattractive infant faces elicit negative affect from adults. *Infant Behavior and Development*, 38, 130–134. <https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2014.12.009>
- Seligman, M.E.P. (2006). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. Moscow: Sofiya Publ. (In Russ.)
Селигман М.Э.П. Новая позитивная психология: научный взгляд на счастье и смысл жизни / пер. с англ. М.: София. 2006. 368 с.

- Swami, V., Arthey, E., & Furnham, A. (2017). Perceptions of plagiarisers: The influence of target physical attractiveness, transgression severity, and sex on attributions of guilt and punishment. *Body Image*, 22, 144–147. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.009>
- van Eck, N.J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- van Eck, N.J., & Waltman, L. (2014). Visualizing bibliometric networks. In Y. Ding, R. Rousseau & D. Wolfram (Eds.), *Measuring Scholarly Impact: Methods and Practice* (pp. 285–320). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-10377-8_13
- Vartanian, O., Navarrete, G., Chatterjee, A., Fich, L.B., Leder, H., Modroño, C., Rostrup, N., Skov, M., Corradi, G., & Nadal, M. (2019). Preference for curvilinear contour in interior architectural spaces: Evidence from experts and nonexperts. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13(1), 110–116. <https://doi.org/10.1037/aca0000150>
- Weichselbaum, H., Leder, H., & Ansorge, U. (2018). Implicit and explicit evaluation of visual symmetry as a function of art expertise. *i-Perception*, 9(2), 204166951876146. <https://doi.org/10.1177/2041669518761464>

Article history:

Received 21 June 2022

Revised 28 July 2022

Accepted 1 August 2022

For citation:

Nosova, P.A., & Fedorov, A.A. (2022). Beauty in psychology: A bibliometric analysis. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 19(3), 592–606. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2022-19-3-592-606>

Bio notes:

Polina A. Nosova, Senior Lecturer, Section of Clinical Psychology, V. Zelman Institute of Medicine and Psychology, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russia). ORCID: 0000-0002-9373-1798, eLIBRARY SPIN-code: 9773-0656. E-mail: nosova.polina@yandex.ru

Alexandr A. Fedorov, PhD, Head of the Section of Clinical Psychology, Institute of Medicine and Psychology, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russia). ORCID: 0000-0003-1272-7859, Scopus Author ID: 48661946900, AuthorID RSCI: 201674. E-mail: fedleks@yandex.ru