

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ ДО ВЛАСНОЇ ЗОВНІШНОСТІ ТА ДИСКРИМІНАЦІЇ

Ткалич М. Г.

*доктор психологічних наук, доцент,
професор кафедри психології*

*Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України
вул. Нововокзальна, 17, Київ, Україна
orcid.org/0000-0003-4101-9659
mtkalych@gmail.com*

Зінченко Т. П.

психолог

*Запоріжжя, Україна
orcid.org/0000-0002-5854-556X
tzinchenko7@gmail.com*

Ключові слова: *гендерні стереотипи, зовнішність, привабливість, дискримінація, оцінка зовнішності, соціально-демографічні характеристики.*

Зовнішність, образ зовнішності і сприйняття власної зовнішності важливі не тільки з естетичної точки зору, а й впливають на самопочуття людини, входять у структуру її Я-концепції, важливі для особистісної ідентичності, формування Я-образу. Вони формуються не лише під впливом особистісних чинників, але і соціально-психологічних: суспільних норм, цінностей, стереотипів масової свідомості. Нині сфера досліджень стереотипів зовнішності стрімко розвивається, однак здебільшого вона представлена зарубіжними роботами. Вітчизняні дослідження мало представлені у цій проблематиці.

Мета дослідження: емпірично дослідити ставлення до власної зовнішності, гендерних стереотипів щодо нього, питань дискримінації за ознаками зовнішності та соціально-демографічних відмінностей у цьому ставленні. Методи дослідження: авторська методика з визначення ставлення до власної зовнішності. Вибірка – 186 осіб. Аналіз результатів дозволив виокремити 5 компонентів у ставленні до власної зовнішності (шкал, які пояснюють 67,44% сумарної дисперсії): гендерні стереотипи зовнішності; дискримінація за зовнішністю; задоволеність власною зовнішністю; бажання покращити зовнішність; оцінка власної зовнішності. Були знайдені відмінності у результатах за статтю, віком і рівнем освіти респондентів.

Дослідженням з'ясовано, що зовнішність є більш важливою для жінок (стать) і молодшої групи респондентів (вік), менше вона важлива для чоловіків. Власною зовнішністю менше переймається і старша група респондентів. При цьому жінки вважають себе більш привабливими, ніж себе чоловіки, однак останні більше задоволені тим, як вони виглядають; також чоловіки більше звертають увагу на дискримінацію за зовнішністю щодо чоловіків. При цьому в середньому рівень дискримінації за зовнішністю досить помірний. Однак гендерні стереотипи щодо зовнішності зберігаються і стосуються більше жінок: і в оцінці чоловіків, і в самооцінці жінками.

Перспективи дослідження полягають у додатковому вивченні стереотипів зовнішності і того, як вони пов'язані з гендерною ідентичністю особистості.

AN EMPIRICAL STUDY OF ATTITUDES TOWARDS ONE'S APPEARANCE AND DISCRIMINATION

Tkalych M. H.

*Doctor of Psychological Sciences, Associate Professor;
Professor at the Department of Psychology
Ukrainian State Employment Service Training Institute
Novovokzalna str., 17, Kyiv, Ukraine
orcid.org/0000-0003-4101-9659
mtkalych@gmail.com*

Zinchenko T. P.

*Psychologist
Zaporizhzhia, Ukraine
orcid.org/0000-0002-5854-556X
tzinchenko7@gmail.com*

Key words: *gender stereotypes, appearance, attractiveness, discrimination, evaluation of appearance, socio-demographical differences.*

Appearance, image of appearance and perception of one's own appearance are important not only from an aesthetic point of view, but significantly affect a person's well-being, are part of the structure of a person's self-concept, important for personal identity, self-image formation. They are formed not only under the influence of personal factors, but also socio-psychological factors: social norms, values, stereotypes of mass consciousness. Today the field of research on the stereotypes of appearance is developing rapidly, but most of it is represented by foreign works. Ukrainian research is poorly represented in this area. The purpose of the study is to empirically investigate the attitude to one's appearance, gender stereotypes in this attitude, issues of discrimination on the grounds of appearance and socio-demographic differences in this attitude.

Research methods: author's questionnaire to determine the attitude to one's own appearance. The sample is 186 people. The analysis of the study allowed to identify 5 components in relation to their own appearance (scales, that explain 67,44% of the total variance): gender stereotypes of appearance; discrimination on the basis of appearance; satisfaction with one's own appearance; desire to improve appearance; assessment of one's own appearance. Differences were found in the results by gender, age and level of education.

Research has shown that appearance is more important for women and the younger group of respondents, it is less important for men, just as the older group of respondents is less concerned about their own appearance. At the same time, women consider themselves more attractive than men; and men pay more attention to appearance discrimination against men. At the same time, on average, the level of discrimination by appearance is quite moderate. However, gender stereotypes about appearance persist and apply to more women: both in men's evaluation and self-esteem.

The prospects for the study are to further explore stereotypes of appearance and how they relate to the gender identity of the individual.

Постановка проблеми. Поширені гендерні стереотипи в сучасному українському суспільстві не завжди можна чітко визначити як конструктивні або деструктивні, оскільки їхні вияви можуть бути і позитивними, і нега-

тивними за своїми наслідками для суспільства загалом і кожного його члена зокрема. Однак у площині дії гендерних стереотипів зовнішності їх вплив і відповідні наслідки здебільшого є негативними, іноді руйнівними, можуть бути

детермінантою невротичного розвитку особистості.

Гендерні стереотипи зовнішності безпосередньо пов'язані з поняттями «привабливість» і «краса». Фізична зовнішність і краса – це безпомилково поширені та потужні агенти соціального світу, які впливають на наше спілкування, репродуктивні рішення та сприйняття себе й інших. Стереотип привабливості та краси діє в усіх сферах життєдіяльності особистості. У процесі соціалізації особистості від народження людина перебуває під впливом уявлень про красу та привабливість завдяки агентам та інститутам соціалізації.

Зовнішність, образ зовнішності і сприйняття власної зовнішності важливі не тільки з точки зору естетичного сприйняття і враження, але й істотно впливають на самопочуття людини, входять у структуру її Я-концепції, є важливими для особистісної ідентичності, формування Я-образу. Вони формуються не лише під впливом особистісних чинників, але й під впливом соціально-психологічних чинників: суспільних норм, цінностей, стереотипів масової свідомості. Домінування афективно-негативного сприйняття власної зовнішності через вплив стереотипів зовнішності чинить деструктивний вплив на особистість, її діяльність, міжособистісні взаємини. Однак ця група стереотипів ще не досить вивчена емпіричним шляхом на українській вибірці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Гендерні стереотипи як проблема соціальної перцепції та формування гендерної ідентичності представлені у роботах М. Kimmel [19]. Гендерні стереотипи зовнішності, їхня структура, типи та особливості висвітлені у роботах А.А. Бзезян [2], В.А. Лабунської [3], Є.А. Орех [5], Д.В. Погонцевої [6; 7], G.R. Adams [12], J. Ayto [13].

Процеси соціалізації, впливу медіа на формування стереотипів привабливості та їхніх наслідків у своїх роботах висвітлювали S. Coyne et al. [14]. Стереотипи зовнішності в контексті сприйняття власного тіла досліджені в роботах Л. Андрушко [1], В. Суємі [8], А. Devis [15], S. Grogan [16]. Наразі ця сфера досліджень стрімко розвивається, однак здебільшого вона представлена зарубіжними роботами. Вітчизняні дослідження мало представлені у цій проблематиці.

Мета дослідження: емпірично дослідити ставлення до власної зовнішності, гендерних стереотипів у цьому ставленні, питань дискримінації за ознаками зовнішності та соціально-демографічних відмінностей у цьому ставленні.

Методи та методика дослідження. В констатувальному етапі дослідження взяли участь 186 осіб – мешканців м. Запоріжжя, м. Києва та кількох обласних і районних центрів. Соціально-демографічні характеристики досліджуваних:

жінки – 66,7%, чоловіки – 33,3%. Освіта респондентів: середня 12%, диплом бакалавра мають 36,6%, ступінь магістра або спеціаліста – 51,4%. Сімейний статус досліджуваних: не одружені / не заміжні – 42,1%, одружені – 45,9%, розлучені – 10,4%, вдівці – 1,6%. Вік досліджених знаходиться в межах від 16 до 63 років ($M = 34,51$; $SD = 11,74$), більшість представників вибірки – особи віком від 22 до 47 років.

Методика дослідження – авторський опитувальник, який складається з 15 тверджень, що стосуються визначення самооцінки зовнішності, задоволеності зовнішнім виглядом, гендерних відмінностей в оцінці зовнішності, бажанні покращити власну зовнішність.

Виклад основного матеріалу дослідження. За допомогою факторного аналізу отримані результати були розподілені на п'ять шкал (табл. 1), які були проаналізовані як окремо, так і у зв'язку із соціально-демографічними характеристиками респондентів.

Факторний аналіз дозволив виокремити 5 шкал у методиці, сумарна дисперсія яких дорівнює 67,44%.

I фактор «Гендерні стереотипи зовнішності» пояснює 20,11% сумарної дисперсії та об'єднує такі твердження: жінки повинні витратити більше грошей і часу на власну зовнішність (4,48); жінки повинні слідкувати за своєю зовнішністю більше, ніж чоловіки (4,63); для чоловіків зовнішність менш важлива, ніж для жінок (4,23). Середній бал по цій шкалі – 4,45 із 7, що є показником вище середнього. Отже, стереотипи щодо того, що зовнішність важливіша для жінок, ніж для чоловіків і тому вони повинні їй приділяти більше уваги й витратити більше грошей, залишаються у дії.

Це підтверджують дослідження М.Г. Ткалич [10], М. Kimmel [19], U. Szillis [20], у яких йдеться про високі вимоги до зовнішності жінок, про необхідність приділяти зовнішності більше уваги, про рекламу, яка також спрямовує жінок на власну зовнішність, молодість, красу, які нібито є запорукою успіху та щастя в житті, а для чоловіків зовнішність не так важлива і їхній успіх залежить від здібностей, вмінь і наполегливості, які вони застосовують (М. Kimmel [19]).

II фактор «Дискримінація за зовнішністю» пояснює 15,36% сумарної дисперсії і містить такі твердження: мене піддавали осуду або дискримінації через те, як я виглядаю (моя зовнішність, статура, вага та інше) (4,48); я був свідком дискримінації та осуду жінок через їхню зовнішність, вагу, зріст (5,01); я був свідком дискримінації та осуду чоловіків через їхню зовнішність, вагу, зріст (4,10). Середній бал по цій шкалі – 4,53, що є показником вище середнього. Як бачимо з результатів, ситуації дискримінації за ознакою зовнішності респонденти спостерігають досить часто.

Таблиця 1

Факторний аналіз методики «Ставлення до власної зовнішності»

	Твердження	Оцінка (М)	I	II	III	IV	V
1.	У мене звичайна, нічим не примітна зовнішність	3,87					0,69
2.	Я переживаю через свою зовнішність, те, як виглядаю	4,07					0,62
3.	Я вважаю себе привабливою / привабливим	5,14					0,52
4.	Я задоволений / задоволена тим, як я виглядаю	4,91			0,85		
5.	Мені не хочеться нічого змінювати у своєму зовнішньому вигляді	3,95			0,76		
6.	Я задоволена / задоволений своєю вагою	4,01			0,72		
7.	Я використовую фільтри в телефоні, щоб покращити портретні фото	2,88				0,83	
8.	Я часто роблю селфі	2,50				0,76	
9.	Я позитивно ставлюся до пластичних операцій	2,63				0,49	
10.	Жінки повинні витратити більше грошей та часу на власну зовнішність	4,48	0,90				
11.	Жінки повинні слідкувати за своєю зовнішністю більше, ніж чоловіки	4,63	0,69				
12.	Для чоловіків зовнішність менш важлива, ніж для жінок	4,23	0,91				
13.	Мене піддавали осуду або дискримінації через те, як я виглядаю (моя зовнішність, статура, вага та інше)	2,49		0,58			
14.	Я був свідком дискримінації та осуду жінок через їхню зовнішність, вагу, зріст	5,01		0,82			
15.	Я був свідком дискримінації та осуду чоловіків через їхню зовнішність, вагу, зріст	4,10		0,85			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. Rotation converged in 5 iterations

Також ми знайшли підтвердження, що жінок дискримінують частіше, ніж чоловіків. Цікавим виявилось й те, що в середньому чоловіки оцінюють дискримінацію щодо особисто себе нижче (2,11), ніж жінки стосовно себе (2,68), однак ці відмінності недосить великі.

III фактор «Задоволеність власною зовнішністю» пояснює 12,92% сумарної дисперсії і складається з таких тверджень: я задоволений / задоволена тим, як я виглядаю (4,91); мені не хочеться нічого змінювати у своєму зовнішньому вигляді (3,95); я задоволена / задоволений своєю вагою (4,01). Отже, загалом респонденти задоволені тим, як вони виглядають, однак задоволеність вагою нижча і в принципі хотілося б щось змінити у власній зовнішності. Середня оцінка за шкалою – 4,29, що є показником вище середнього.

IV фактор «Бажання покращити зовнішність» пояснює 10,0% сумарної дисперсії. Він містить такі твердження: я використовую фільтри в телефоні, щоб покращити портретні фото (2,88); я часто роблю селфі (2,50); я позитивно ставлюся до пластичних операцій (2,63). Загалом респонденти не мають бажання покращувати свою зовнішність і ставляться скоріше негативно до пластичних операцій. Середня оцінка за шкалою – 2,67. Цей показник нижче середнього. Однак при цьому кількість косметологічних процедур, сучас-

них технологій, які пропонуються (насамперед жінкам), із кожним роком зростає (J. Ayto [13], I.M. Jawahar et al. [18], L. Tondeur [21]).

V фактор «Оцінка власної зовнішності» пояснює 9,05% сумарної дисперсії і складається із таких тверджень: у мене звичайна, нічим не примітна зовнішність (3,87); я переживаю через свою зовнішність, те, як я виглядаю (4,07); я вважаю себе привабливою / привабливим (5,14). Отже, респонденти вважають себе досить ординарними, але при цьому привабливими і мають певні хвилювання щодо свого зовнішнього вигляду. Вони недостатні для того, щоб втручатися у власну зовнішність, як показали результати попередньої шкали. Середня оцінка по шкалі – 4,36. Це показник вище середнього.

У результаті аналізу даних були знайдені такі відмінності у визначених шкалах:

– за статтю слабкі зв'язки на рівні тенденції: дискримінація за зовнішністю ($r=0,17^*$), бажання покращити власну зовнішність ($r=-0,20^*$). Отже, чоловіки, можливо, частіше помічали дискримінацію або визнають її наявність. У той час як жінки більше, ніж чоловіки, бажають покращити власну зовнішність;

– за віком: бажання покращити зовнішність ($r=-0,40^{**}$), оцінка власної зовнішності ($r=-0,31^{**}$). Отже, чим менше респондентам

років, тим більше в них бажання покращити те, що є, але і оцінюють власну зовнішність і вважають її привабливою вони більше;

– за освітою: задоволеність власною зовнішністю ($r=0,24^{**}$), на рівні тенденції дискримінація за зовнішністю ($r=-0,19^*$) та бажання покращити зовнішність ($r=-0,16^*$). Отже, чим вищий рівень освіти, тим більше задоволеність і навпаки. Чим менший рівень освіти, тим більше відомостей про дискримінацію і більше бажання покращити власну зовнішність.

Окрім шкал були проаналізовані відмінності в окремих питаннях для уточнення. Отже, найбільші відмінності були знайдені у таких параметрах за віком: чим старші респонденти, тим менше вони переживають через свою зовнішність, те, як виглядають ($r=-0,25^{**}$); менше використовують фільтри в телефоні, щоб покращити портретні фото ($r=-0,50^{**}$); рідше роблять селфі ($r=-0,37^{**}$).

Порівняння середніх за статевою ознакою показників показало такі відмінності: власна привабливість – жінки вважають себе більш привабливими (5,33), ніж чоловіки (4,75) – $t=2,47$, $p<0,01$; але чоловіки більше задоволені тим, як виглядають (5,26), ніж жінки (4,73) – $t=-2,28$, $p<0,02$; жінки (3,26) частіше за чоловіків (2,11) використовують фільтри в телефоні, щоб покращити портретні фото – $t=3,46$, $p<0,001$; жінки (3,73) менше за чоловіків (4,85) були свідками дискримінації та осуду чоловіків через їхню зовнішність, вагу, зріст – $t=-3,06$, $p<0,003$.

Цікавим виявилось те, що стосовно дискримінації жінок таких відмінностей знайдено не

було, отже, чоловіки частіше вважають, що їх дискримінують за ознаками зовнішності, ніж жінки. Оскільки зовнішність є важливою відповідно до соціальних норм насамперед для жінок, то і результати це підтверджують: з одного боку, жінки говорять про те, що вони більш привабливі, а з іншого – саме вони менше задоволені тим, як виглядають і частіше ретушують фото, щоб виглядати більш привабливими.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аналіз дослідження дозволив виокремити 5 компонентів у ставленні до власної зовнішності (шкал): гендерні стереотипи зовнішності; дискримінація за зовнішністю; задоволеність власною зовнішністю; бажання покращити зовнішність; оцінка власної зовнішності.

У дослідженні з'ясовано, що зовнішність є більш важливою для жінок і молодшої групи респондентів, менше вона важлива для чоловіків, так само власною зовнішністю менше переймається старша група респондентів. При цьому жінки вважають себе більш привабливими, ніж себе чоловіки; а чоловіки більше звертають увагу на дискримінацію за зовнішністю щодо чоловіків. При цьому в середньому рівень дискримінації за зовнішністю досить помірний. Однак гендерні стереотипи щодо зовнішності зберігаються і стосуються більше жінок: і в оцінці чоловіків, і в самооцінці.

Перспективи дослідження полягають у додатковому вивченні стереотипів зовнішності і того, як вони пов'язані з гендерною ідентичністю особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрушко Л. Гендерні стереотипи в українській рекламі. *Вісник Львівської національної академії мистецтва*. Львів : ВІСНИК, 2010. № 23. С. 397–406.
2. Бзезян А.А. Содержание «Appearance»-стереотипов мужчин и женщин с различными типами внешнего облика. *Психолог*. 2016. № 6. С. 9–19.
3. Лабунская В.А. «Видимый человек» как социально-психологический феномен. *Социальная психология и общество*. 2010. № 1. С. 26–39.
4. Литвина Д.А., Остроухова П.В. Дискурсивное регулирование женской телесности в социальных сетях: между худобой и анорексией. *Журнал исследований социальной политики*. 2015. Т. 13, № 1. С. 33–48.
5. Орех Е.А. Феномен лукизма и возможности его социологического анализа. *Социологический журнал*. 2016. Том 22. № 3. С. 67–81.
6. Погонцева Д.В. Эталоны красоты современной молодежи. *Северо-кавказский психологический вестник*. 2013. № 11/3. С. 17.
7. Погонцева Д.В. Виды дискриминации по внешнему облику. *Психология и Психотехника*. 2013. № 9. С. 858–861.
8. Суэми В., Фернхем А. Психология красоты и привлекательности. СПб. : Питер, 2009. 240 с.
9. Ткалич М.Г. Психология гендерної взаємодії персоналу організацій : [монографія]. Київ-Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 315 с.
10. Ткалич М.Г. Гендерна психологія : [навч. посібник]. К. : Академвидав, 2016. 248 с.
11. Шалаева Н.Ю. Эффект физической привлекательности в контексте социальной перцепции. *Известия Самарского научного центра РАН*. 2012. Т. 14. № 2(3). С. 688–691.

12. Adamitis E.M. (2000) Appearance matters: A proposal to limit appearance discrimination in employment. *Washington. Law Review.* № 75 (January). P. 195.
13. Ayto J. (1999) Lookism. *Twentieth Century Words.* New-York : Oxford University Press. 485 p.
14. Coyne S., Lindner J., Rasmussen E., Nelson D. & Birkbeck V. (2016). Pretty as a princess: Longitudinal effects of engagement with Disney princesses on gender stereotypes, body esteem, and prosocial behavior in children. *Child Development.* № 87(6). C. 1909–1925.
15. Davis A. (2008) Lookism. *Common Schools. Respect and Democracy. Journal of Philosophy of Education.* № 41(4). P. 811–827.
16. Grogan S. (2008) *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children.* New-York : Routledge. 250 p.
17. Griffin A.M., Langlois J.H. (2006) Stereotype Directionality and Attractiveness Stereotyping: Is Beauty Good or is Ugly Bad? *Social Cognition: Vol. 24, № 2,* p. 187–206.
18. Jawahar I.M., Mattsson J. (2005) Sexism and beautyism effects in selection as a function of self-monitoring level of decision maker. *Journal of Applied Psychology.* Vol. 90(3). P. 563–573.
19. Kimmel M. (2012) *The Gendered Society.* 5th Edition. Oxford : University Press. 528 p.
20. Szillis U., Dagmar Stahlberg D. (2007) The Face-ism Effect in the Internet Differences in Facial Prominence of Women and Men. *International Journal of Internet Science.* № 2(1). P. 3–11.
21. Tondeur L. (2009) Lookism. *Encyclopedia of Gender and Society.* Los Angeles: Sage. P. 495–497.
22. Turner B.S. (2008) *The Body and Society: Explorations in Social Theory.* London – Thousand Oaks – New Delhi – Singapore. 296 p.

REFERENCES

1. Andrushko L. (2010) Genderni stereotypy v ukrainskij reklami [Gender stereotypes in Ukrainian advertising]. *Visnyk Lvivskoi nacionalnoi akademii mystectva.* Lviv : VISNYK, № 23. S. 397–406 [in Ukrainian].
2. Bzejzan A.A. (2016) Soderzhanie “Appearance” – stereotipov muzhchin i zhenshhin s razlichnymi tipami vneshnego oblika [The content of “Appearance” – stereotypes of men and women with different types of appearance]. *Psiholog.* № 6. S. 9–19 [in Russian].
3. Labunskaja V.A. (2010) “Vidimyj chelovek” kak socialno-psihologicheskij fenomen [“Visible person” as a socio-psychological phenomenon]. *Socialnaja psihologija i obshhestvo.* № 1. S. 26–39 [in Russian].
4. Litvina D.A., Ostrouhova P.V. (2015) Diskursivnoe regulirovanie zhenskoi telesnosti v socialnyh setjah: mezhdru hudoboj i anoreksiej [Discursive regulation of female physicality on social networks: between thinness and anorexia]. *Zhurnal issledovanij socialnoj politiki.* T. 13, № 1. S. 33–48 [in Russian].
5. Oreh E.A. (2016) Fenomen lukizma i vozmozhnosti ego sociologicheskogo analiza [The phenomenon of lookism and the possibility of its sociological analysis]. *Sociologicheskij zhurnal.* Tom 22. № 3. S. 67–81 [in Russian].
6. Pogonceva D.V. (2013) Jetalony krasoty sovremennoj molodezhi [Standards of beauty of modern youth]. *Severo-kavkazskij psihologicheskij vestnik.* № 11/3. S. 17 [in Russian].
7. Pogonceva D.V. (2013) Vidy diskriminacii po vneshnemu obliku [Forms of discrimination based on appearance]. *Psihologija i Psihotehnika.* № 9. C. 858–861 [in Russian].
8. Sujemi V., Fernhem A. (2009) *Psihologija krasoty i privlekatelnosti* [Psychology of beauty and attractiveness]. SPb. : Piter, 240 s. [in Russian].
9. Tkalych M.H. (2015) *Psyhologija gendernoi vzajemodii personalu organizacij* [Psychology of gender interaction of personnel in organizations] : [monografija]. Kyiv – Zaporizhzhja : ZNU, 315 s. [in Ukrainian].
10. Tkalych M.H. (2016) *Genderna psyhologija : navchalnyj posibnyk* [Gender Psychology: tutorial]. K. : Akademvydav, 256 s. [in Ukrainian].
11. Shalaeva N.Ju. (2012) Jeffekt fizicheskoi privlekatelnosti v kontekste socialnoj percepcii [Physical attractiveness effect in the context of social perception]. *Izvestija Samarskogo nauchnogo centra RAN.* T. 14. № 2(3). S. 688–691 [in Russian].
12. Adamitis E.M. (2000) Appearance matters: a proposal to limit appearance discrimination in employment. *Washington. Law Review.* № 75 (January). P. 195.
13. Ayto J. (1999) Lookism. *Twentieth Century Words.* New-York : Oxford University Press. 485 p.
14. Coyne S., Lindner J., Rasmussen E., Nelson D. & Birkbeck V. (2016). Pretty as a princess: Longitudinal effects of engagement with Disney princesses on gender stereotypes, body esteem, and prosocial behavior in children. *Child Development.* № 87(6). P. 1909–1925.
15. Davis A. (2008) Lookism. *Common Schools. Respect and Democracy. Journal of Philosophy of Education.* № 41(4). P. 811–827.

16. Grogan S. (2008) *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. New-York : Routledge. 250 p.
17. Griffin A.M., Langlois J.H. (2006) Stereotype Directionality and Attractiveness Stereotyping: is Beauty Good or is Ugly Bad? *Social Cognition*: Vol. 24, № 2. P. 187–206.
18. Jawahar I.M., Mattsson J. (2005) Sexism and beautyism effects in selection as a function of self-monitoring level of decision maker. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 90(3). P. 563–573.
19. Kimmel M. (2012) *The Gendered Society*. 5th Edition. Oxford : University Press. 528 p.
20. Szillis U., Dagmar Stahlberg D. (2007) The Face-ism Effect in the Internet Differences in Facial Prominence of Women and Men. *International Journal of Internet Science*. № 2(1). C. 3–11.
21. Tondeur L. (2009) Lookism. *Encyclopedia of Gender and Society*. Los Angeles: Sage. P. 495–497.
22. Turner B.S. (2008) *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. – London – Thousand Oaks – New Delhi – Singapore. 296 p.