

Парадокс красоты: почему чрезмерная привлекательность снижает популярность в соцсетях

Дата публикации: 08.11.2025

Исследователи из Университета Дейтона выявили парадоксальное явление, которое они назвали «эффектом обратного воздействия красоты». Согласно их наблюдениям, чрезмерная физическая привлекательность может снижать онлайн-популярность, особенно среди инфлюенсеров, работающих в сфере фитнеса. В эпоху социальных сетей, где внешность часто считается залогом успеха, это открытие ставит под сомнение привычные маркетинговые представления о том, что «секс продаёт».

В рамках эксперимента учёные показали сотням добровольцев серию поддельных публикаций от фиктивных аккаунтов фитнес-блогеров. Участникам предлагалось оценить, на какие посты они поставили бы лайки и на какие профили подписались бы. Визуальный контент, оформление и подписи были стандартизированы, а единственным варьируемым фактором оставалась привлекательность изображённого человека.

Результаты оказались неожиданными. Посты от блогеров с крайне выразительной и симметричной внешностью получали меньше одобрений и подписок, чем публикации от тех, кого участники оценивали как умеренно привлекательных. Этот феномен исследователи объясняют тем, что чрезмерная красота вызывает у зрителей психологическую дистанцию: они воспринимают таких людей как менее «реальных» и недостижимых, что снижает уровень эмпатии и вовлечённости.

По сути, слишком красивая внешность может вызывать эффект отчуждения. Пользователи ощущают, что идеальная картинка не отражает их собственный опыт, и потому не испытывают желания поддерживать автора. В результате публикации таких инфлюенсеров кажутся менее искренними, а их образ — менее аутентичным.

Однако учёные обнаружили любопытную деталь: способ самопрезентации может изменить восприятие аудитории. Если очень привлекательные инфлюенсеры демонстрировали скромность, рассказывали о трудностях, неудачах и даже ошибках на пути к цели, их популярность резко возрастала. Напротив, публикации, где они хвастались результатами или подчеркивали собственное совершенство, вызывали у пользователей раздражение и снижали уровень симпатии.

Таким образом, «эффект обратного воздействия красоты» оказывается не просто следствием внешности, а результатом сложной социальной динамики, где важны такие факторы, как эмпатия, доступность и восприятие искренности. Люди склонны тянуться к тем, кто кажется им похожим, и настороженно относиться к тем, кто вызывает ощущение идеала, недостижимого в реальной жизни.

Учёные также отметили, что гендер играет значительную роль. В повторных экспериментах исследователи заметили, что привлекательные женщины сталкиваются с более выраженным негативным эффектом, чем мужчины с аналогичным уровнем привлекательности. Это, по мнению экспертов, отражает культурные стереотипы, при которых общество строже оценивает женщин, особенно в вопросах внешнего вида и самопрезентации.

Психологи объясняют это через механизмы социальной зависти и восприятия угрозы. Красивая женщина может восприниматься как конкурентка, а её успех — как источник неосознанного дискомфорта. При этом умеренная привлекательность, напротив, вызывает ощущение симпатии и доверия, создавая иллюзию близости и «настоящести».

Исследователи подчеркивают, что их результаты не означают отрицания роли красоты, но демонстрируют предел её эффективности. Внимание аудитории привлекают не только эстетические параметры, но и психологические — самопринятие, честность, эмоциональная открытость и чувство юмора. Именно эти качества усиливают ощущение подлинности и формируют устойчивую связь с подписчиками.

В будущем учёные планируют расширить исследования, чтобы определить, как другие факторы — например, этническая принадлежность, возраст или наличие инвалидности — влияют на восприятие привлекательности и доверия в цифровом пространстве. Эти данные помогут маркетологам и создателям контента лучше понимать психологию аудитории и разрабатывать более этичные стратегии взаимодействия в социальных сетях.

Феномен обратного эффекта красоты подчёркивает, что восприятие привлекательности — это не просто визуальный, а социально-психологический процесс. Чрезмерная красота может восхищать, но именно несовершенство делает человека ближе и интереснее.