

Научная статья

УДК 159.9.07

DOI 10.25205/2658-4506-2022-15-2-63-75

## Восприимчивость к красоте и концепт «красота» у русскоязычных студентов-психологов<sup>1</sup>

Полина Александровна Носова

Новосибирский государственный университет  
Новосибирск, Россия

[nosova.polina@yandex.ru](mailto:nosova.polina@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9373-1798>

### *Аннотация*

В позитивной психологии видение и переживание красоты является одной из сильных сторон характера, которая свидетельствует о наличии положительного психического здоровья и субъективного благополучия. В статье представлены результаты исследования связи между восприимчивостью к красоте и концептом «красота» у русскоязычных студентов-психологов, а также построена предварительная полевая структура концепта «красота». Выборка состояла из 62-х испытуемых в возрасте от 18 до 54 лет (15 мужчин и 47 женщин). В исследовании использовались метод свободных ассоциаций и шкала восприимчивости к красоте EBS. Подтвердилась положительная связь между уровнем восприимчивости к красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой. Дополнительно выявлены положительные связи между уровнем общей восприимчивости к красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой, а также между уровнем восприимчивости к красоте идей и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой. Дополнительно получены результаты, связанные с различиями между мужчинами и женщинами. Женщины восприимчивее к красоте природы и к внутренней красоте человека, при этом они дают больше ассоциаций по внутренней красоте, чем мужчины. В полевой структуре концепта «красота» ядром является слово-ассоциация природа (31); ближней периферией слова-ассоциации любовь (25), глаза (19), эстетика (14), искусство (14), улыбка (13), жизнь (12), счастье (11), музыка (11), женщина (11), цветы (10), душа (10), гармония (10), доброта (10).

---

<sup>1</sup> Данная статья излагает результаты, связанные с продолжением исследования, которое было представлено в докладе на Международной научно-практической конференции «Язык и личность в полидисциплинарной перспективе» (Москва, 16–17 декабря 2022 г.) и опубликовано в сборнике материалов конференции [Носова, 2022].

© Носова П. А., 2022

*Ключевые слова*

позитивная психология, позитивное психическое здоровье, субъективное благополучие, восприимчивость к красоте, концепт «красота»

*Для цитирования*

Носова П. А. Восприимчивость к красоте и концепт «красота» у русскоязычных студентов-психологов // *Reflexio*. 2022. Т. 15, № 2. С. 63–75. DOI 10.25205/2658-4506-2022-15-2-63-75

## The Perception of Beauty and the Concept “Beauty” in Russian-Speaking Students of Psychology<sup>2</sup>

**Polina A. Nosova**

Novosibirsk State University  
Novosibirsk, Russian Federation

[nosova.polina@yandex.ru](mailto:nosova.polina@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9373-1798>

*Abstract*

In positive psychology, seeing and experiencing beauty is one of the character strengths that indicates the presence of positive mental health and subjective well-being. The article presents the results of a study of the relationship between susceptibility to beauty and the concept of «beauty» among Russian-speaking psychology students, and also built a preliminary field structure of the concept “beauty”. The sample consisted of 62 subjects aged 18 to 54 years (15 men and 47 women). The study used the Method of Free Association and the Engagement with Beauty Scale. The positive relationship was confirmed between the level of susceptibility to inner beauty and the number of associations to the word “beauty” associated with inner beauty. Additionally, positive relationships were found between the level of general susceptibility to beauty and the number of associations per word «beauty» associated with inner beauty, as well as between the level of susceptibility to the beauty of ideas and the number of associations per word “beauty” associated with inner beauty. Additionally, results related to differences between men and women were obtained. Women are more receptive to the beauty of nature and to the inner beauty of a person, while they give more associations for inner beauty than men. In the field structure of the concept «beauty», the core is the association word *nature* (31); near periphery of the association words *love* (25), *eyes* (19), *aesthetics* (14), *art* (14), *smile* (13), *life* (12), *happiness* (11), *music* (11), *woman* (11), *flowers* (10), *soul* (10), *harmony* (10), *kindness* (10).

*Keywords*

positive psychology, positive mental health; subjective well-being, engagement with beauty, the concept of the “beauty”

*For citation*

Nosova P. A. The Perception of Beauty and the Concept “Beauty” in Russian-Speaking Students of Psychology. *Reflexio*, 2022, vol. 15, no. 2, pp. 63–75. (in Russ.) DOI 10.25205/2658-4506-2022-15-2-63-75

---

<sup>2</sup> This article presents the results related to the continuation of the research, which was presented in a paper at the International Scientific-Practical Conference «Language and Personality in a Multidisciplinary Perspective» (Moscow, December 16-17, 2022) and published in the conference proceedings [Nosova, 2022].

## Введение

Красота является одним из важнейших феноменов, связанных с бытием человека. Тысячелетиями красота осмыслялась в философских и научных трудах, религиозных текстах и произведениях искусства. В психологии некоторые авторы придают особое значение опыту восприятия и переживания прекрасного, считая его важным для субъективного благополучия и положительного психического здоровья. Так, Абрахам Маслоу рассматривал красоту в контексте пиковых переживаний, считая ее одной из первостепенных ценностей Бытия [Маслоу, 1999]. Ролло Мэй писал об изменении качества его жизни после встречи с красотой на своем жизненном пути [May, 1985]. Мартин Селигман описывает психически здорового человека в контексте позитивной психологии с точки зрения достоинств, одним из которых является чувство прекрасного [Селигман, 2006].

Красота в психологии на современном этапе чаще всего изучается в связи с понятиями образа тела, привлекательности, эстетики, восприятия лица, эмоции [Носова, Фёдоров, 2022]. Тем не менее в позитивной психологии не так давно появилась область, занимающаяся изучением сильных сторон характера, среди которых присутствует такая черта, как видение и переживание прекрасного. На сегодняшний день ведущим исследователем восприимчивости к красоте является американский психолог Ретт Дисснер, который обращается к проблеме влияния красоты природы и внутренней красоты человека на проэкологическое поведение [Diessner et al., 2022], изучает обонятельную и вкусовую красоту [Diessner et al., 2021], исследует взаимосвязь между уровнем самоактуализации и степенью восприимчивости к красоте [Howell et al., 2020]; выявляет связь природной идентичности, восприимчивости к красоте и проэкологического поведения [Diessner et al., 2018a] и др.

Интересным и полезным представляется изучение возможности развития восприимчивости к красоте, что позволит повлиять на позитивное психическое здоровье человека. Предполагается, что восприимчивость к красоте связана с представленностью концепта «красота» в индивидуальном языковом сознании.

Цель настоящего исследования заключалась в выявлении связи между восприимчивостью к красоте и представленностью концепта «красота» в индивидуальном языковом сознании студентов-психологов, а также в построении предварительной полевой структуры концепта «красота».

Были сформулированы гипотезы о положительной связи между уровнем общей восприимчивости к красоте и количеством ассоциаций на слово «красота»; между уровнем восприимчивости к красоте природы и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с природой; между уровнем восприимчивости к красоте искусства и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с искусством; между уровнем восприимчивости к внутренней красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой; между уровнем восприимчивости к красоте идей и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с красотой идей.

Выборка состояла из бакалавров, магистрантов и аспирантов Института медицины и психологии В. Зельмана Новосибирского государственного университета (направление «Психология»): 62 человека в возрасте от 18 до 54 лет (15 мужчин и 47 женщин); средний возраст – 22,8 года.

### Методы исследования

Исследование осуществлялось при помощи экспериментального метода свободных ассоциаций и шкалы восприимчивости к красоте. При проведении свободного ассоциативного эксперимента испытуемым предъявлялась письменная инструкция и слово-стимул «красота», на который нужно было написать как можно быстрее любые пришедшие в голову слова-ассоциации. Восприимчивость к красоте измерялась при помощи шкалы восприимчивости к красоте EBS, которая измеряет уровень общей восприимчивости к красоте, а также восприимчивость к красоте искусства; к красоте природы, к внутренней красоте, к красоте идей. Шкала была разработана американским психологом Реттом Дисснером и его коллегами [Diessner et al., 2008], в исследовании использовалась русскоязычная версия методики [Носова, 2018].

Статистическую обработку данных проводили с помощью критерия Шапиро – Уилка, коэффициента корреляции Спирмена и критерия Манна – Уитни (программа jamovi 2.3.18).

### Результаты и обсуждение

Выдвинутая гипотеза о положительной связи между уровнем восприимчивости к внутренней красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой, подтвердилась. Остальные гипотезы не нашли подтверждения, что может быть следствием небольшой выборки испытуемых или действительного отсутствия связи между переменными. Также выявлены дополнительные положительные связи между уровнем общей восприимчивости к красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой; между уровнем восприимчивости к красоте идей и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой (см. табл. 1).

Наличие положительной связи между уровнем восприимчивости к внутренней красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой, может свидетельствовать о большем количестве лексических единиц в языковом поле внутренней красоты у людей более восприимчивых к внутренней красоте человека. Положительная связь между уровнем восприимчивости к красоте идей и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой, была неожиданным результатом. Однако обращает на себя внимание, что и внутренняя красота, и красота идей относятся к внутренним характеристикам человека, и полученный результат может свидетельствовать о том, что они образуют единое языковое

Таблица 1

Ранговые корреляции между шкалой восприимчивости к красоте и количеством ассоциаций на слово «красота»

Table 1

Rank Correlations Between the Scale of Perception of Beauty and the Number of Associations with the Word “Beauty”

	EBS Total	EBS Nature	EBS Art	EBS Inner	EBS Idea
Assoc Total	0,093	-0,003	-0,043	0,166	0,088
Assoc Nature	0,083	0,137	0,046	0,161	0,109
Assoc Art	0,083	0,092	0,042	0,112	-0,109
Assoc Inner	<b>0,269*</b>	0,148	-0,018	<b>0,270*</b>	<b>0,259*</b>
Assoc Idea	-0,015	-0,053	0,020	0,059	0,053

*Примечание.* «EBS Total» – общая восприимчивость к красоте, «EBS Nature» – восприимчивость к красоте природы, «EBS Art» – восприимчивость к красоте искусства, «EBS Inner» – восприимчивость к внутренней красоте, «EBS Idea» – восприимчивость к красоте идей; «Assoc Total» – ассоциации на слово «красота», «Assoc Natura» – ассоциации, связанные с природой, на слово «красота», «Assoc Art» – ассоциации, связанные с искусством, на слово «красота», «Assoc Inner» – ассоциации, связанные с внутренней красотой, на слово «красота», «Assoc Idea» – ассоциации, связанные с красотой идей, на слово «красота»; \* $p < 0,05$ .

поле. При этом отсутствие положительной связи между восприимчивостью к внутренней красоте и красоте идей и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с красотой идей, может быть обусловлено небольшим их количеством (8 реакций). Причина положительной связи между уровнем общей восприимчивости к красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой, может быть в наличии корреляций между показателями подшкал EBS и общим показателем шкалы восприимчивости к красоте.

Получены интересные дополнительные результаты, связанные с различиями между мужчинами и женщинами. Женщины восприимчивее к красоте природы и к внутренней красоте человека, при этом они дают больше ассоциаций по внутренней красоте, чем мужчины. Размер эффекта для всех различий, определенный с помощью рангово-бисериального коэффициента корреляции, является средним (см. табл. 2).

Таблица 2

Различия между показателями у мужчин и женщин  
по шкале восприимчивости к красоте и количеству ассоциаций  
на слово «красота»

Table 2

Differences between Men and Women Scores on the Scale  
of the Perception of Beauty and the Number of Associations  
with the Word “Beauty”

Показатель	p-значение	Размер эффекта
EBS Total	0,077	0,306
EBS Nature	<b>0,008</b>	<b>0,461</b>
EBS Art	0,638	0,082
EBS Inner	<b>0,013</b>	<b>0,431</b>
EBS Idea	0,748	0,057
Assoc Total	0,062	0,323
Assoc Nature	0,588	0,094
Assoc Art	0,175	0,217
Assoc Inner	<b>0,003</b>	<b>0,501</b>
Assoc Idea	0,420	0,082

*Примечание.* «EBS Total» – общая восприимчивость к красоте, «EBS Nature» – восприимчивость к красоте природы, «EBS Art» – восприимчивость к красоте искусства, «EBS Inner» – восприимчивость к внутренней красоте, «EBS Idea» – восприимчивость к красоте идей; «Assoc Total» – ассоциации на слово «красота», «Assoc Nature» – ассоциации, связанные с природой, на слово «красота», «Assoc Art» – ассоциации, связанные с искусством, на слово «красота», «Assoc Inner» – ассоциации, связанные с внутренней красотой, на слово «красота», «Assoc Idea» – ассоциации, связанные с красотой идей, на слово «красота».

Различия между мужчинами и женщинами в степени восприимчивости к красоте природы и к внутренней красоте человека согласуется с результатами других исследований, полученных на выборках испытуемых из разных стран: Гонконг [Hui, Diessner, 2015], Швейцария [Güsewell, Ruch, 2012], Кипр, Германия, Иран, Хорватия, Самоа и США [Richel et al., 2008; Diessner et al., 2013] и др. Во всех исследованиях были обнаружены значимые различия между мужчинами и женщинами с величинами эффекта от малых до средних, при которых у женщин более высокие показатели по восприимчивости к красоте природы, восприимчивости к красоте искусства, а особенно восприимчивости к внутренней красоте человека.

Ретт Дисснер, рассуждая о возможных причинах различия между мужчинами и женщинами в степени восприимчивости к внутренней красоте,

предполагает, что женщина при выборе партнера обращает внимание на внутренние качества, такие как юмор, доброта, сопереживание, честность, преданность и др. Такие мужчины менее склонны к насилию и сексуальному принуждению, менее склонны причинять боль и более ориентированы на долгосрочное воспитание детей. При этом большая восприимчивость к красоте природы связана с тем, что места с видами, зеленью и водой с большей вероятностью обеспечат безопасность и пропитание, необходимые для их детей, чтобы они могли процветать и здоровыми достичь репродуктивного возраста. Другое предположение о причине различий между мужчинами и женщинами в степени восприимчивости к внутренней красоте состоит в том, что у женщин более легко возникает моральное отвращение. Ретт Дисснер предполагает, что будущие исследования подтвердят небольшую стабильную разницу, указывающую на то, что у женщин более легко возникает моральное отвращение, чем у мужчин [Diessner et al., 2018b].

В данном исследовании различие между мужчинами и женщинами по степени восприимчивости к красоте искусства не обнаружено, что может быть связано с небольшой выборкой испытуемых.

Данные о том, что женщины восприимчивее к внутренней красоте человека и при этом дают больше ассоциаций, связанных с внутренней красотой, согласуются с результатами о положительной связи между уровнем восприимчивости к внутренней красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой (см. табл. 1).

Результатом проведения метода свободных ассоциаций стали 1037 реакций на слово-стимул «красота», представивших 508 слов и словосочетаний. При этом 171 реакция, связанная с красотой природы, 62 реакции, связанные с красотой искусства, 81 реакция, связанная с внутренней красотой человека, и 8 реакций, связанных с красотой идей. Обращает на себя внимание большое количество реакций, связанных с внешними характеристиками человека – 131. Наиболее часто встречающимися ассоциациями являются: природа (31), любовь (25), глаза (19), эстетика (14), искусство (14), улыбка (13), жизнь (12), счастье (11), музыка (11), женщина (11), цветы (10), душа (10), гармония (10) и доброта (10) (см. рис. 1), что частично согласуется с результатами Левона Саакяна и его коллеги <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48122524> [Саакян, Клубничкина, 2022]. У них наиболее распространенными реакциями являются: природа (48), любовь (28), здоровье (20), душа (17), гармония (13), искусство (12), естественность (12), эстетика (11), мир (11), море (11), свет (11), люди (11) и глаза (10).

При этом авторы пишут о малом количестве негативно окрашенных ассоциативных единиц: опасность (1), стыд (1) и ужас (1), которые находятся на крайней периферии структуры концепта. В нашем исследовании при меньшей выборке (почти в 2 раза), присутствует большее количество негативно окрашенных ассоциативных единиц: жертвы (2), уродство (1), боль (1), урна (1), увядание (1), гроб (1), трупы (1), похороны (1), тление (1), смерть (1),

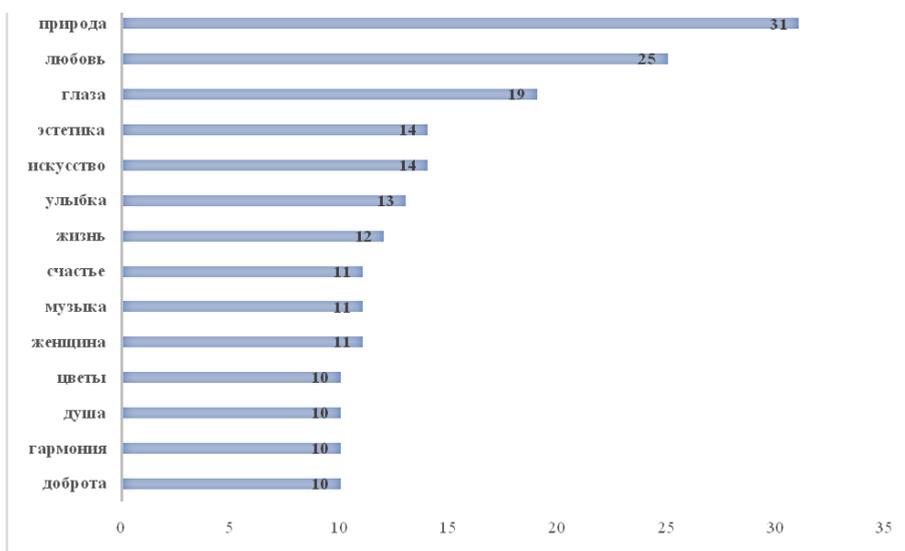


Диаграмма распределения наиболее встречающихся ассоциаций  
Distribution diagram of the most common associations

хаос (1), слезы (1), протез (1), морг (1), зависимость (1), фейк (1), страх (1), зависть (1), гнев (1), душераздирающая (1). Кроме того, встречаются ассоциативные единицы, связанные с людьми из сферы исполнительского искусства: Оксимирон (1), Саша Скул (1) – российские хип-хоп исполнители, Лана Дель Рей (1) – американская певица, автор песен и поэтесса, Girl in Red (1) – норвежская инди-поп певица, а также связанные с конкретными местами – Кремль (1), Крым (1), р. Белая (1), р. Ангара (1), Греция (1).

Поскольку в исследовании участвовало небольшое количество испытуемых, можно выстроить только предварительную полевую структуру концепта «красота».

Ядро: природа (31).

Ближняя периферия: любовь (25), глаза (19), эстетика (14), искусство (14), улыбка (13), жизнь (12), счастье (11), музыка (11), женщина (11), цветы (10), душа (10), гармония (10), доброта (10).

Дальняя периферия: одежда (9), небо (9), цвет (9), девушка (8), волосы (8), закат (8), мир (7), дом (7), животные (7), чистота (6), стиль (6), косметика (6), естественность (6), внешность (6), чувства (6), вдохновение (6), сила (5), эмоции (5), черты (5), человек (5), утонченность (5), тело (5), творчество (5), пейзаж (5), море (5), люди (5), восхищение (5), ум (5), здоровье (5), дети (5), вселенная (4), уверенность (4), солнце (4), совершенство (4), симпатия (4), семья (4), огонь (4), ночь (4), нежность (4), искренность (4), звезды (4), женственность (4), восторг (4), внимание (4), книги (4), слово (4), фигура (3), хобби (3), танец (3), стремление (3), спорт (3), созерцание (3), снег (3), симметрия (3), руки (3), радость (3), простота (3), платье (3), опрятность (3),

мысли (3), мама (3), луна (3), лицо (3), литература (3), лес (3), красный (3), космос (3), интеллект (3), изящность (3), идеал (3), зеркало (3), друзья (3), дождь (3), губы (3), горы (3), голос (3), вкус (3), весна (3), Бог (3), архитектура (3), личность (3), я (3), яркость (2), чудо (2), цветение (2), худоба (2), формула (2), упорство (2), уникальность (2), театр (2), субъективность (2), стройность (2), снежинки (2), смысл (2), свежесть (2), рассвет (2), развитие (2), радуга (2), путь (2), пропорции (2), поэзия (2), палитра (2), осень (2), наслаждение (2), мужчина (2), математика (2), краски (2), кольца (2), истина (2), интерес (2), зрение (2), знания (2), зелень (2), жертвы (2), естество (2), духовность (2), сила духа (2), дружба (2), доминантность (2), дизайн (2), детали (2), деревья (2), деньги (2), глубина (2), волшебство (2), водопад (2), вода (2), влюбленность (2), влечение (2), видение (2), взгляд (2), вечность (2), бриллиант (2), блеск (2), аллюз (2), аккуратность (2).

К крайней периферии относятся ассоциации, которые встретились в реакциях на слово-стимул «красота» однократно.

После объединения реакций образовались группы, семантически связанные с понятиями: «Человек» (внутренние качества; внешние характеристики; чувства и эмоции; люди; действия), «Природа и окружающий мир» (неживая природа; флора и фауна; погодные явления; вселенная; времена года; время суток; вещи; строения), «Искусство и культура» (литература; изобразительное искусство; музыка; архитектура; игрушки; наука; религия), «Абстрактные понятия».

Хотя ядро концепта относится к группе «Природа и окружающий мир», в ближней периферии доминируют слова-ассоциации, входящие в состав группы «Человек». Причем две лексические единицы относятся к подгруппе «Чувства и эмоции» (любовь (25) и счастье (11), общее количество реакций 36); следующие две лексические единицы входят в подгруппу «Внешние характеристики» (глаза (19) и улыбка (13), общее количество реакций 32); еще две лексические единицы относятся к подгруппе «Внутренние качества» (душа (10) и доброта (10), общее количество реакций 20); и еще одна лексическая единица входит в подгруппу «Люди» (женщина (11)). Обращает на себя внимание, что слова-ассоциации «глаза» и «улыбка», входящие в ближнюю периферию и доминирующие по количеству реакций в подгруппе «Внешние характеристики», относятся к лицу человека. Преобладание в ближней периферии слов-ассоциаций, входящих в состав группы «Человек», может быть связано с особенностью выборки (студенты-психологи).

## Заключение

Изучение связи между восприимчивостью к красоте и представленностью концепта «красота» в индивидуальном языковом сознании, насколько нам известно, является первым подобным исследованием. Оно позволяет утверждать, что существует положительная связь между уровнем восприимчивости

к внутренней красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой; между уровнем общей восприимчивости к красоте и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой; между уровнем восприимчивости к красоте идей и количеством ассоциаций на слово «красота», связанных с внутренней красотой. Также существуют различия между мужчинами и женщинами: женщины восприимчивее к красоте природы и к внутренней красоте человека, при этом они дают больше ассоциаций по внутренней красоте, чем мужчины. В полевой структуре концепта «красота» ядром является слово-ассоциация «природа» (31); ближней периферией слова-ассоциации «любовь» (25), глаза (19), эстетика (14), искусство (14), улыбка (13), жизнь (12), счастье (11), музыка (11), женщина (11), цветы (10), душа (10), гармония (10), доброта (10). В ближней периферии преобладают лексические единицы, входящие в группу «Человек».

Настоящее исследование проводилось на небольшой выборке и являлось пилотажным, поэтому оно может быть продолжено с привлечением большего количества испытуемых и добавлением других, в том числе. психосемантических методов.

### Список литературы

**Маслоу А. Г.** Дальние пределы человеческой психики / Научн. ред., вступ. статья и коммент Н. Н. Акулина. СПб.: Евразия. 1999.

**Селигман М. Э. П.** Новая позитивная психология: Научный взгляд на счастье и смысл жизни. Пер. с англ. М.: София. 2006.

**Носова П. А.** Апробация русскоязычной версии опросника восприимчивости к красоте // *Reflexio*. 2018. 11(1). С. 68–82.

**Носова П. А.** Восприимчивость к красоте и концепт «красота», представленный в русском языковом сознании / Язык и личность в полидисциплинарной перспективе [Электронный ресурс]: Материалы международной научно-практической конференции. Москва, 16–17 декабря 2022 года / Ред. коллегия: С. В. Мыскин (отв. ред.), Е. Ф. Тарасов, В. Т. Кудрявцев. Электрон, текстовые дан. (5 МВ). М.: ООО «Агентство социально-гуманитарных технологий», 2022. С. 61–63. Режим доступа: <http://www.psycholinguistic.ru>. Загл. с экрана.

**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.

**Саакян Л. Н., Клубничкина Д. А.** Концепт «красота» в языковом сознании носителей русского языка // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2022. 1 (44). С. 230–243.

**Diessner R., Parsons L., Solom R., Frost N., Davidson J.** Engagement with beauty: Appreciating natural, artistic and moral beauty // *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*. 2008. 142. Pp. 303–329. <https://doi.org/10.3200/JRLP.142.3.303-332>

**Diessner R., Genthôis R., Praest K., Pohling R.** Identifying with nature mediates the influence of valuing nature's beauty on proenvironmental behaviors. *Ecopsychology*. 2018a. 10. Pp. 97–105. <http://dx.doi.org/10.1089/eco.2017.0040>

**Diessner R., Klebl C., Mowry G., Pohling R.** Natural and Moral Beauty Have Indirect Effects on Proenvironmental Behavior. *Ecopsychology*. 2022. 14(2). Pp. 71–82. <http://dx.doi.org/10.1089/eco.2021.0038>

**Diessner R., Genthôis R., Arthur K., Adkins B., Pohling R.** Olfactory and gustatory beauty: Aesthetic emotions and trait appreciation of beauty. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Art*. 2021. 15(1). Pp. 38–50. <http://dx.doi.org/10.1037/aca0000262>

**Diessner R., Pohling R., Stacy S., Güsewell A.** Trait appreciation of beauty: A story of love, transcendence, and inquiry. *Review of General Psychology*. 2018b. 22(4). Pp. 377–397. <https://doi.org/10.1037/gpr0000166>

**Diessner R., Iyer R., Smith M., Haidt J.** Who engages with moral beauty? *Journal of Moral Education*. 2013. 42. Pp. 139–163. <http://dx.doi.org/10.1080/03057240.2013.785941>

**Güsewell A., Ruch W.** Are there multiple channels through which we connect with beauty and excellence? *The Journal of Positive Psychology*. 2012. 7. Pp. 516–529. <http://dx.doi.org/10.1080/17439760.2012.726636>

**May R. R.** *My Quest for Beauty*. Dallas: Publishing Company «Saybrook». 1985.

**Howell B. M., Diessner R., Robinson R. M.** Self-actualization and the tragedy of beauty. *Journal of Humanistic Psychology*. Advance online publication. *Journal of Humanistic Psychology*. 2020. 60(2). Pp. 227–243. <http://dx.doi.org/10.1177/0022167817696836>

**Hui R., Diessner R.** Engagement with beauty in Hong Kong. *Indian Journal of Positive Psychology*. 2015. 6. Pp. 356–360. <http://www.ischolar.in/index.php/ijpp/index>

**Richel T., Diessner R., Merchi J., Dachs I., Addison D., Wilson K., Nasrullah S.** International reliability studies of the Engagement with Beauty Scale (EBS). Poster session presented at the International Counseling Psychology Conference. Chicago. IL. 2008. March.

## References

**Diessner R., Genthôis R., Praest K., & Pohling R.** (2018a). Identifying with nature mediates the influence of valuing nature's beauty on proenvironmental behaviors. *Ecopsychology*, 10, 97–105. <http://dx.doi.org/10.1089/eco.2017.0040>

**Diessner R., Klebl C., Mowry G., & Pohling R.** (2022). Natural and Moral Beauty Have Indirect Effects on Proenvironmental Behavior. *Ecopsychology*, 14(2), 71–82. <http://dx.doi.org/10.1089/eco.2021.0038>

**Diessner R., Genthôis R., Arthur K., Adkins B., & Pohling R.** (2021). Olfactory and gustatory beauty: Aesthetic emotions and trait appreciation of beauty.

*Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Art*, 15(1), 38–50. <http://dx.doi.org/10.1037/aca0000262>

**Diessner, R., Pohling, R., Stacy, S., & Güsewell, A.** (2018b). Trait appreciation of beauty: A story of love, transcendence, and inquiry. *Review of General Psychology*, 22(4), 377–397. <https://doi.org/10.1037/gpr0000166>

**Diessner, R., Iyer, R., Smith, M., & Haidt, J.** (2013). Who engages with moral beauty? *Journal of Moral Education*, 42, 139–163. <http://dx.doi.org/10.1080/03057240.2013.785941>

**Güsewell, A., & Ruch, W.** (2012). Are there multiple channels through which we connect with beauty and excellence? *The Journal of Positive Psychology*, 7, 516–29. <http://dx.doi.org/10.1080/17439760.2012.726636>

**Howell, B. M., Diessner, R., Robinson, R. M.** (2020). Self-actualization and the tragedy of beauty. *Journal of Humanistic Psychology*. Advance online publication. *Journal of Humanistic Psychology*, 60(2), 227–243. <http://dx.doi.org/10.1177/0022167817696836>

**Hui, R., & Diessner, R.** (2015). Engagement with beauty in Hong Kong. *Indian Journal of Positive Psychology*, 6, 356–360. <http://www.ischolar.in/index.php/ijpp/index>

**Maslow, A. G.** (1999). Dal'nie predely chelovecheskoj psihiki [The far reaches of the human psyche]. (N.N. Akulina, nauchn. red., vstup. stat'ya i komment.). SPb.: Evraziya.

**May, R. R.** (1985). *My Quest for Beauty*. Dallas: Publishing Company «Saybrook».

**Nosova, P. A.** (2018). Aprobaciya russkoyazychnoj versii oprosnika vospriimchivosti k krasote [Approbation of the Russian version of the engagement with beauty scale]. *Reflexio*, 11(1), 68–82.

**Nosova, P. A.** (2022). Vospriimchivost' k krasote i koncept «krasota», predstavlenyj v russkom yazykovom soznanii [The engagement with beauty and the concept of the «beauty», presented in the Russian language consciousness] / YAzyk i lichnost' v polidisciplinarnoj perspektive [Elektronnyj resurs]: Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Moskva, 16–17 dekabrya 2022 goda / red. kollegiya: S. V. Myskin (otv. red.), E. F. Tarasov, V. T. Kudryavcev. – Elektron, tekstovye dan. (5 MV). – M.: OOO «Agentstvo social'no-gumanitarnyh tekhnologij», 61–63. URL: <http://www.psycholinguistic.ru>

**Nosova, P. A., Fyodorov, A. A.** (2022). Krasota v psihologii: bibliometricheskij analiz [Beauty in psychology: a bibliometric analysis] // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. *Seriya: Psihologiya i pedagogika*, T. 19, No 3, 592–606.

**Richel, T., Diessner, R., Merchi, J., Dachs, I., Addison, D., Wilson, K., & Nasrullah, S.** (2008, March). International reliability studies of the Engagement with Beauty Scale (EBS). Poster session presented at the International Counseling Psychology Conference, Chicago, IL.

**Saakyan, L. N., Klubnichkina, D. A.** (2022). Koncept «krasota» v yazykovom soznanii nositelej russkogo yazyka [The concept of the «beauty» in the linguistic consciousness of native speakers of the Russian language] // *Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikaciya*, 1 (44), 230–243.

**Seligman, M. E. P.** (2006). Novaya pozitivnaya psihologiya: Nauchnyj vzglyad na schast'e i smysl zhizni [The new positive psychology: a scientific perspective on happiness and the meaning of life]. (Perev. s angl.). M.: Sofiya.

### **Информация об авторе**

**Носова Полина Александровна**, старший преподаватель кафедры клинической психологии Института медицины и психологии В. Зельмана Новосибирского государственного университета  
SPIN: 9773-0656

### **Information about the Author**

**Polina A. Nosova**, Senior Lecturer of the Section of Clinical Psychology of the V. Zelman Institute for the Medicine and Psychology of Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russian Federation)  
SPIN: 9773-0656

*Статья поступила в редколлегию 13.03.2023*

*The article was submitted 13.03.2023*