

**Mazur R. I. Axiological normative orientation of prosocial and altruistic youth behavior**

This paper describes the influence of modern media content on the formation of values and behavior among young people. We consider the relationship between prosocial behavior, in terms of the theory by Z.Lindenberg, and altruism, as well as forms of influence of the media on the formation of youth's value orientations. There is analogy between the basic concepts of the theory by Z.Lindenberg (mental model, frame, selective sensory) and key concepts of various theories of altruism and rate of exchange and the mini-max theory. The differences in terms 'prosocial behavior' and 'altruism' are specified. The dominant motivation of consumption and the dominant motivation of imitation of youth's media content are analyzed. Basic principles and techniques used by the media in forming behavioral attitudes are characterized, which can be both: social and anti-social. We give specific examples of methods and forms of influence. The practical results of the influence of mass media on the formation and behavior of the value of a personality are highlighted. Attention is focused on the importance of critical thinking and perceptions of media content as a counterweight to its manipulative influence.

*Key words:* mass media, the impact of mass media, altruism, methods of influence, of exposure, priming, framing, keying.

© Мазур Р. І.

*Т. Г. Хлаповська*

**ПРИВАБЛИВА ЖІНКА ОЧИМА КОРИСТУВАЧІВ  
САЙТІВ ЗНАЙОМСТВ**

Розглянуто основні підходи до вивчення феномена жіночої привабливості в психологічній літературі. Виокремлено два основні напрямки визначення привабливості: перший пояснює привабливість схожістю соціальних характеристик, другий – компліментарністю особистісно-рольових характеристик партнерів по взаємодії. Виділено основні чинники атракції в міжособовій взаємодії, серед яких: фізична привабливість; близькість у просторі; низка особистісних характеристик, таких як рівень інтелектуального розвитку, рівень самооцінки; динамічні характеристики: позитивний зворотний зв'язок, або підкріплення; поведінкова стратегія кооперації; взаємне саморозкриття в спілкуванні. Проведено аналіз теоретичних та емпіричних досліджень, який показав, що привабливість партнера в міжособовій взаємодії розглядається в рамках двох основних моделей – партнерської і домінантно-залежної, в яких чоловік і жінка можуть займати або рівноправні, або доповнювальні позиції. Виявлено, що партнерські відносини приваблюють переважно жінок, а серед чоловіків прихильників традиційної та партнерської моделей поведінки приблизно порівну. Досліджено характеристики та рольові позиції жінки, які приваблюють чоловіків у рамках взаємодії на сайтах

знайомств. Серед основних характеристик жіночої привабливості виявилися такі: зовнішність жінки, її статура (стрункність) та вміння стежити за собою, і, навпаки, відштовхує намагання жінки домінувати над чоловіком та повчати його, тобто зверхня позиція жінки у відносинах з чоловіком.

*Ключові слова:* привабливість, атракція, взаємодія, рольові позиції.

*Проблема.* Феномен привабливості досі вивчали в рамках різних досліджень [1; 2]. При цьому здебільшого досліджували чинники та умови виникнення атракції в міжособовій взаємодії, формування першого враження [3]. Значно менше досліджень присвячено вивченню феномена привабливості під кутом зору взаємодії у діаді між чоловіком і жінкою. Якщо з позицій біології привабливість жінки для чоловіка пояснюється статевим потягом, то із соціально-психологічної все не так однозначно. Одні дослідники вказують на те, що привабливість формується в результаті схожості між людьми (але звертають увагу на виняток – гетеросексуальність) [1], інші наголошують на компліментарності особистісних характеристик та рольових позицій [4]. У нашому дослідженні з участю користувачів сайтів знайомств ми спробували визначити, які саме соціально-психологічні характеристики приваблюють чоловіків у жінках.

*Мета статті:* виявити риси привабливого жіночого образу в чоловіків-користувачів сайтів знайомств.

Привабливість у міжособових стосунках сьогодні найчастіше розглядають у межах теорії атракції, яка пояснює емоційну складову міжособової взаємодії. Емоції надають їй певного забарвлення залежно від знака емоцій та міри їх вираженості [5]. Під *атракцією* розуміють, з одного боку, механізм соціальної перцепції, який формує стійке позитивне ставлення до іншої людини, а з другого – характеристику об'єкта, який викликає в інших реакцію зближення.

Одна група теорій пояснює феномен привабливості *схожістю* людей (феномен рівності). Так, згідно з результатами дослідження Б. Марстейна люди формують пари з тими, хто такий же привабливий, як і вони самі. На переконання Феінгола, люди схильні обирати собі друзів та брати шлюб з тими, кого вважають рівними собі за інтелектуальним рівнем та рівнем привабливості. Схожих висновків дотримувались Е. Бершейд, М. Х'юстон, В. Штребе. Висока відповідність на фізичному рівні також сприяє гарним стосункам, стверджує Г. Уайт (див. [1]). Більшість людей обирають собі в партнери тих, хто належить до тієї ж соціально-демографічної групи, має схожий життєвий шлях, поділяє ті ж погляди. Спілкування з таким партнером приводить до зміцнення когнітивного балансу, що склався, й украй рідко викли-

кає виникнення дисонансу. Люди зі схожими цінностями і настановленнями (Д. Берн, У. Гріффіт, Дж. Клор) скоріше, ніж зовсім різні люди, будуть відчувати взаємну симпатію. Чим більше схожих рис у чоловіка і жінки, тим вони щасливіші і тим менша ймовірність розлучення (Д. Берн, А. Каспі, Е. С. Хербенер). Вплив схожості на виникнення потягу має сильний і сталий характер, що дало підстави сформулювати “закон потягу”: сила потягу між людьми тим більша, чим більше в них схожих настановлень [2]. Цікаві також лонгітюдні дослідження атракції в парах, що познайомилися через службу знайомств (І. Уолстер, Е. Бершейд, Е. Аронсон, Л. Абрамі, П. Ротманн, Д. Зінберг, П. Роберті, І. Макклейн). У випробуваних вимірювали рівень атракції після перших побачень і потім – декількома місяцями пізніше. “Випробування” часом витримали лише ті пари, які були пов’язані спільністю соціального оточення, мали схожі інтереси, настановлення, особистісні характеристики [6; 7].

Друга група теорій пояснює феномен привабливості *взаємодоповнюваністю*. Теорія компліментарних (доповнювальних) потреб (Р. Уінч) стверджує, що від майбутнього партнера очікується максимально можливе задоволення потреб. Закохані повинні мати певний набір рис, щоб доповнювати одне одного (наприклад, для владного чоловіка підходить покірна жінка). Ця теорія ґрунтується на відомому *законі притягання протилежностей*. Основним положенням когнітивно-розвивальної теорії Т. Ліккона про природу людських відносин є твердження, що в основі людської прихильності лежать взаємність і взаємодоповнюваність [8]. Схожі висновки зробили і прихильники привабливості партнера з позиції *рольової компліментарності*, тобто відповідності рольових очікувань та рольових домагань партнерів по рольовій взаємодії [4], де під роллю розуміють функціональну одиницю поведінки, сукупність потреб, уявлень про себе як про суб’єкта ролі, соціальних умов, які роблять реалізацію цієї ролі можливою. Психологічна роль постає як форма особистісної самопрезентації [там само], як готовність до реагування певним чином на ситуацію взаємодії. Рольова взаємодія неможлива також без взаємного обміну рольовими діями партнерів один щодо одного. Так, відповідно до *соціально-рольової теорії гендерних відмінностей* (Е. Іглі) для того, щоб бути прийнятим суспільством, чоловіки і жінки повинні поводитися конгруентно їхній гендерній ролі (сукупності стереотипних очікувань, які суспільство пред’являє даному індивідові як представникові певної статі), тобто у своїй поведінці і мотивації відповідати гендерному стереотипу. Відомо, що кожне суспільство характеризується певним набором стереотипних рольових очікувань від чоловіків і жінок. Чоловіки в основному презентують себе в публічних ролях у соціумі, жінки ж переважно демонструють виконання ролей у приват-

ному життєвому просторі, присвячуючи себе домашньому господарству і вихованню дітей. Дослідження Костенера та Вейлера показали, що на шлюбному ринку потенційні партнери обмінюються компенсаційними активами: чоловіки пропонують жінкам статус і матеріальне забезпечення та намагаються віднайти в них зовнішню привабливість, натомість жінки пропонують привабливість й очікують від чоловіків соціальних досягнень [1].

Значну кількість експериментів було проведено для виявлення чинників, які детермінують атракцію. Серед них дослідники виділяють фізичну привабливість (К. Дайон, Е. Іглі, С. Мосс), низку особистісних характеристик: рівень інтелектуального розвитку (Д. Берн), рівень самооцінки (І. Уолстер, Р. Уайлі); динамічні характеристики: позитивний зворотний зв'язок, або підкріплення (К. Ськольник, Д. Берн); поведінкову стратегію кооперації (В. В. Абраменкова, В. Е. Іноземцева); *взаємне саморозкриття* в спілкуванні: люди симпатизують тим, хто розмовляє з ними про свої почуття. Важливим чинником привабливості є *взаємність*: нам, як правило, подобаються ті люди, яким подобаємося ми самі, і не подобаються ті, які нас не люблять [2].

Дослідження Д. Берна і У. Гріффіта підтвердили пряму залежність атракції від *відстані перебування та частоти взаємодії в повсякденному житті*: ми часто знаходимо друзів серед тих, хто користується тими ж парковками, місцями відпочинку, працює в одній з нами кімнаті тощо [1]. Крім того, цей факт добре відомий із життя: ми частіше дружимо з тими, хто належить до нашого безпосереднього, найближчого оточення: сусідами, колегами по роботі, товаришами по навчанню і т. ін.

Як показав аналіз теоретичних та емпіричних досліджень, привабливість партнера в міжособовій взаємодії розглядають переважно в рамках двох основних моделей – *партнерської* і *домінантно-залежної*, в яких чоловік і жінка можуть займати відповідно або рівноправні, або доповнювальні позиції [9; 10]. Рівноправність – це симетрична позиція, яка характеризується рівністю партнерів [11]. Якщо в якійсь парі в одного її члена виражена орієнтація на домінування, а в другого – на підпорядкування, то їхні відносини будуть компліментарними.

Партнерська (феміністична) модель поведінки в міжстатевих стосунках є відносно новою та малопоширеною в просторі соціалізаційного розвитку. У разі таких стосунків партнери розподіляють ролі за домовленістю та узгоджують власні позиції. Протилежна модель – традиційна, коли чоловік домінує, а дружина підпорядковується. Такий варіант відносин відповідає більш поширеній моделі традиційної (патріархальної) сім'ї. У такій сім'ї існує чіткий розподіл ролей [12]. Прихильники патріархальних уявлень схильні пов'язувати всі негати-

вні процеси, які відбуваються в сім'ї, з тим, що орієнтація жінок на роботу в суспільному виробництві як на головну сферу життєдіяльності зруйнувала материнський інстинкт, підірвала в жінці бажання справно виконувати свої природні функції [13].

У нашому дослідженні, для проведення якого було використано відомі сайти знайомств, ми вирішили поцікавитись у користувачів, якому типу взаємин чоловіка і жінки вони віддають перевагу. У голосуванні, яке тривало сім днів, взяли участь 108 респондентів. Опитування показало, що партнерський тип стосунків приваблює переважно жінок, а серед чоловіків прихильників традиційної і партнерської моделей поведінки виявилось приблизно порівну (табл.).

*Таблиця*

**Розподіл відповідей на запитання: “Якому типу взаємин (традиційному або партнерському) Ви віддасте перевагу?” (у %)**

Стать респондентів	Моделі поведінки в міжособових стосунках		
	традиційна	партнерська	інша
чоловіки	45	43	12
жінки	23	<b>65</b>	12

Як засвідчив подальший аналіз вільних висловів по темі, прихильники традиційних відносин висувають такі аргументи: сексуальний потяг можливий тільки в умовах домінування – в умовах рівності він згасає; виховання дітей і господарювання вимагають постійної присутності жінки вдома; традиційні відносини дають можливість жінці почуватися жінкою, а не бойовим товаришем, а чоловікові – повноцінним главою сім'ї, здобувцем. Серед висловлених побоювань, коли йшлося про традиційні відносини, – острах, що наявність вільного часу в жінки приведе до “деструктивного спілкування з подругами”, надмірного відвідування різноманітних косметичних і масажних салонів, пияцтва; занепокоєність, що жінка виявиться нездатною до життя в разі втрати годувальника.

Ті, що віддають перевагу партнерським відносинам, аргументують свій вибір складними економічними умовами, які змушують жінку працювати; наявністю побутової техніки, що полегшує домашню працю; необхідністю інтелектуального розвитку в умовах соціуму, щоб “сидячи” вдома, жінка не отупіла. Деякі респонденти переконані, що в партнерстві заробляти повинен той, у кого це краще виходить. Партнерство дістає схвалення у відносинах людей, які вже виростили дітей і більше народжувати не хочуть та зосереджені переважно на роботі. Опитані зазначили й інші проблеми в разі партнерських відносин: по-

двійну зайнятість жінки, коли в сім'ї працюють обоє, а домашню роботу виконує переважно жінка; нестійкість партнерських відносин та їх схильність перетікати в жіноче домінування, “як на роботі”; неприйняття суспільством жінки-здобувця і чоловіка-домогосподарки.

На нашу думку, переважне тяжіння жінок до партнерських відносин пояснюється несприйняттям ними традиційної жіночої ролі в сучасних умовах.

Утім, з огляду на переважання все ж таки саме традиційних типів стосунків у подальшому дослідженні ми вирішили з'ясувати, які жіночі ролі та якості є привабливими для чоловіків у компліментарних стосунках, коли чоловік і жінка виступають не просто як рівноправні партнери, а саме як представники протилежної статі. Нашим завданням було виявити, який тип жінки є для чоловіків найпривабливішим на сайті знайомств. Типажі було дібрано в результаті аналізу висловів чоловіків щодо привабливості жінок у щоденниках. Складений перелік містив найбільш поширені жіночі типи, які трапляються на сайті: гарна господиня; пристрасна і ніжна коханка; дбайлива мати; успішна і ділова жінка; емоційна, весела і ласкава партнерка; надійна подруга; розумна співбесідниця; доглянута і красива; струнка і спортивна.

В опитуванні, яке тривало сім днів і проводилося серед чоловіків сайту, взяло участь 120 осіб. Кожному чоловіку-учасникові було надіслано запрошення з проханням відповісти на запитання, який тип жінок його найбільше приваблює. При цьому можна було обирати одночасно кілька варіантів відповідей. Виявилось, що чоловіків *найбільше приваблюють* такі типи жінок:

- пристрасні і ніжні коханки – 11 %;
- красиві, доглянуті жінки – 10 %;
- розумні співбесідниці – 9 %;
- надійні подруги – 9 %;

*значною мірою приваблюють:*

- гарні господині – 7 %;
- емоційні, веселі і ласкаві дівчата – 7 %;
- стрункі і спортивні жінки – 7 %;
- дбайливі матері – 6 %.

Найменше приваблюють чоловіків успішні і ділові жінки – (2 %).

Отже, аналіз результатів опитування показав, що жінка привертає увагу чоловіка перш за все своєю сексуальністю, виступаючи в ролі коханки. Привабливість також залежить істотною мірою від її зовнішнього вигляду і вміння доглядати за собою. Дещо меншою мірою приваблюють чоловіків розумні співбесідниці. Причому розум жінки для чоловіка виражається в її умінні тішити його “Его” і постій-

но хвалити, тим самим підтверджуючи його статус. Розумна жінка, на думку чоловіків, здатна розуміти їх без слів і чуйно реагувати на їхні невербальні сигнали. Надійність жінки – характеристика її як друга – цінується так само, як і її розум. Цікаво, що типаж “успішна і ділова” мало приваблює чоловіків. Цей факт респонденти пояснюють тим, що така жінка домінує над чоловіком, намагаючись підпорядкувати його собі.

Оскільки ми розглядаємо привабливість жінки як динамічну характеристику, то наступним нашим завданням було з’ясувати, які жіночі характеристики відображають зворотний бік привабливості, а саме що відштовхує чоловіка від жінки. Опитування тривало 7 днів, у ньому взяло участь 110 осіб. Для дослідження ми дібрали ознаки, схожі з характеристиками, які було використано в попередньому опитуванні, але описали їх “навпаки”, надаючи кожній соціально непривабливого характеру. Виявилось, що чоловікові *найбільше не подобається* жінка, яка:

- не стежить за собою, товста або недоглянута – 15%;
- прагне домінувати – увесь час командує, учить жити – 14%;
- пиляє постійно – чимось незадоволена, чогось вимагає – 13%;
- погана коханка – не викликає сексуального бажання або не хоче сексу – 10%;
- повія – любить різних чоловіків – 10%;
- відштовхує чоловіка* також:
  - дурка – не розуміє чоловіка, з нею немає про що говорити – 8%;
  - погана господиня – не хоче готувати, прибирати, прати та виконувати іншу хатню роботу – 7%;
  - лялька – займається тільки своєю зовнішністю (косметикою, фітнесом, шопінгом) – 6%;
  - бізнес-вумен – постійно на роботі, її хвилює тільки її кар’єра – 5%;
  - квочка – коли інтереси жінки обмежуються будинком і дітьми – 5%.

Дослідження підтвердило висновки попереднього опитування: чоловіків найбільше приваблює зовнішність жінки, її постава (стрункність) та вміння стежити за собою; відштовхує намагання жінки домінувати над чоловіком та повчати його, тобто зверхня позиція жінки у відносинах з чоловіком. Цікаво, що бізнес-вумен (успішна та ділова жінка) не привертає і не відштовхує чоловіка – мабуть, чоловіки взагалі байдужі до таких жінок. Так само чоловіки виявилися індеферентними до “дбайливих матерів”, або “квочок”.

Аналіз коментарів до опитування показав, що привабливість жінки залежить не тільки від неї, а й від міри “насиченості” чоловіка жіночою увагою. Відштовхувати від жінки може багато чого, але чоловік згоден “закривати на це очі”, якщо відчуває себе по-справжньому потрібним і цікавим цій жінці. Привабливість жінки пропорційна тому, наскільки вона не схожа на чоловіка і наскільки схожа на дитину. Не подобаються дурні жінки; ті, що п’ють; ті, що чують тільки себе. Важливим відштовхувальним чинником названо нездатність жінки сприймати чоловіка таким, який він є.

Схожі опитування, проведені на тому ж сайті знайомств “Мамба”, але в іншому щоденнику, дали подібні результати. У голосуванні, яке тривало сім днів, взяло участь 130 респондентів. Аналіз текстових коментарів показав, що чоловіки віддають перевагу жінкам, у яких:

– більше традиційних жіночих чеснот (хранителька домашнього вогнища, гарна господиня, добра матір, ніжна, терпляча, покірна) – 21 %;

– більше естрогену-естрадіолу (молодість-краса) – 9 %;

– більше тестостерону (сексуальність) – 7 %;

– переважають сучасно-феміністичні погляди – 5 %;

– інше – 56 %.

В інтернет-опитуванні, проведеному ще в одному щоденнику, взяло участь 270 осіб. Виявлено, що привабливість жінки проявляється в умінні справити та підтримати враження (40 %), у погляді (27 %) та вмінні фліртувати (22 %), у зовнішності в цілому (9 %) та ін. (2 %). Таким чином, поведінкові характеристики виявилися важливішими, ніж фізичні.

Після всього було проведено порівняльний аналіз чоловічих і жіночих коментарів по темі. У найзагальнішому значенні привабливість жінки було визначено як її здатність викликати приємні емоції в чоловіка. Серед привабливих жіночих якостей чоловіки називають природність (невимушеність) свободолюбність, екологічну чистоту, скромність, соромливість. Також їх приваблюють невловимий аромат від жінки, її легка хода. Ну і, звісно, привабливість жінки сильно залежить від “сексуального голоду” чоловіка, який робить його менш перебірливим. Жінки ж вважають своїми привабливими рисами особливий жіночий “магнетизм”, жіночу “енергетику”, чарівність, сяючий погляд та вміння грамотно і ненав’язливо фліртувати, усвідомлення власної сексуальності, легку вдачу і почуття гумору.

Під час дослідження, яке проводилося напередодні новорічного свята, було вирішено зіставити привабливі жіночі типажі з відомими казковими героїнями. Відтак ми провели опитування чоловіків на тому ж сайті знайомств та поцікавилися привабливістю різних казкових пе-



рсонажів. В опитуванні взяло участь 109 респондентів. На основі літературних джерел був складений список казкових героїнь, з яких ми вибрали найбільш відомих. Цих персонажів опитувані чоловіки оцінювали за мірою привабливості. Найбільш привабливою виявилася героїня східних казок Шахерезада. Вона, на думку опитаних, вирізняється мудрістю, терплячістю, відданістю, що формується східним вихованням і чого бракує європейським жінкам. Другою за привабливістю була Попелюшка, яка привертає до себе своєю ширістю і хазяйновитістю. Василиса Прекрасна подобається тим, що вона і розумна, і красива, і хазяйновита. Багатьом імпонує також Мар'я-рукодільниця, яка вміє все робити, а тому й чоловіка марно не турбує. Сніжну Королеву хочуть здебільшого “розтопити”. Спляча Красуня гарна тим, що завжди вдома і ніколи не здимає галасу, дає чоловікові повну свободу і не контролює його.

*Висновки.* Дослідження показало, що наразі існують різні тлумачення феномена жіночої привабливості. Завдяки опитуванню на сайті знайомств було виявлено, що в міжстатевих стосунках чоловіки оцінюють насамперед рівень сексуальної привабливості жінки та жіночі характеристики, які вони визначають як “традиційно жіночі”, натомість сучасні жінки тяжіють здебільшого до партнерства та рівності з чоловіками. Найбільш привабливими для чоловіків типами жінок є коханка і господиня, найбільш відразливими – гладкі і недоглянуті жінки. Для формування привабливого образу жінки динамічні, поведінкові характеристики більш важливі, ніж фізичні, тобто її зовнішність. Не викликають, утім, симпатій у чоловіків жінки, які не дбають про свій зовнішній вигляд, товсті і недоглянуті. Не подобаються їм також жінки, які зверхньо ставляться до чоловіків – намагаються домінувати, повчати і завжди чимось невдоволені.

Завданням подальшого дослідження є створення власної типології привабливих жіночих образів.

### *Л і т е р а т у р а*

1. *Майерс Д.* Социальная психология: пер. с англ. / Дэвид Майерс. – 7-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 794 с. – (Серия “Мастера психологии”).
2. *Суэми В.* Психология красоты и привлекательности / Суэми В., Фернхем А. – СПб. : Питер, 2009. – 240 с.
3. *Бодалев А. А.* Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.
4. *Горностай П. П.* Личность и роль: Ролевой подход в социальной психологии личности / П. П. Горностай. – К. : Интерпресс ЛТД, 2007. – 312 с.
5. *Обозов Н. Н.* Межличностные отношения / Н. Н. Обозов. – Ленинград : Изд-во Ленингр. ун-та, 1979. – 149 с.

6. *Berscheid E.* Interpersonal attraction / E. Berscheid, I. Walster. – Reading, Massachusetts : Addison-Wesley, 1969.
7. *Huston T.* Foundations of interpersonal attraction / T. Huston. – New York : Holt, 1974.
8. *Winch R.* Mate-selection: a study of complementary needs / R. Winch. – New York : Academic Press, 1958.
9. *Заев С. В.* Взаимосвязь супружеских сценариев и гендерных характеристик личности в процессе семейного самоопределения молодежи: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / Заев Сергей Валерьевич. – Краснодар, 2006. – 185 с.
10. *Клецина И. С.* Психология гендерных отношений : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.05 / Клецина Ирина Сергеевна. – СПб., 2004. – 460 с.
11. *Шнейдер Л. Б.* Психология семейных отношений. Курс лекций / Л. Б. Шнейдер. – М. : Апрель-Пресс : ЭКСМО-Пресс, 2000. – 512 с.
12. *Липовецкий Ж.* Третья женщина. Незыблемость и потрясение основ женственности : пер. с фр. / Жиль Липовецкий. – СПб. : Алетейя, 2003. – 499 с.
13. Женщины в обществе: Реалии, проблемы, прогнозы. – М. : Наука, 1991. – 125 с.

#### *Reference*

1. Mayers, D. (2007). *Socialnaya psihologiya* [Social Psychology]. St. Petersburg : Piter Publ. (rus).
2. Sujemi, V. and Fernhem, A. (2009). *Psihologiya krasoty i privlekatelnosti* [Psychology of beauty and attractiveness]. St. Peterburg : Piter Publ. (rus).
3. Bodalyov, A. A. (1982). *Vospriyatie i ponimanie cheloveka chelovekom* [Perception and understanding of a human person]. Moscow : Publ. of Moscow University (rus).
4. Gornostay, P. P. (2007). *Lichnost i rol: Rolevoy podhod v socialnoy psihologii lichnosti* [Person and role: role approach in social psychology and personality]. Kyiv : Interpress LTD Publ. (rus).
5. Obozov, N. N. (1979). *Mezhlichnostnye otnosheniya* [Interpersonal relationship]. St. Petersburg: Publ. of Leningrad University (rus).
6. Berscheid, E. and Walster, E. (1969). *Interpersonal attraction*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley.
7. Huston, T. (1974). *Foundations of interpersonal attraction*. New York: Holt.
8. Winch, R. (1958). *Mate-selection: a study of complementary needs*. New York: Academic Press.
9. Zaev, S. V. (2006). *Interrelation of spouses' scenarios and personal gender traits in the process of youth's family self-determination*. Ph. D. Thesis, Kuban state university, Russia.
10. Kjocina, I. S. (2004). *Psychology of gender relations*. D. Sc. Thesis, St. Petersburg university, Russia.

11. Shneyder, L. B. (2007). *Psikhologiya semeynyh odnosheniy. Kurs lekciy* [Psychology of family relationships. Course of lectures]. Moscow: Aprel-Press; Jeksmo-Press (rus).
12. Lipoveckiy, Zh. (2003). *Tretya zhenshhina. Nezyblemost i potryasenie osnov zhenshtvennosti* [Third woman. The firmness and upheaval the foundations of femininity]. St. Petersburg: Aleteya (rus).
13. *Zhenshhiny v obshchestve: Realii, problemy, prognozy* (1991). [Women in Society: Realities, Problems and forecasts]. Moscow : Nauka (rus).

#### **Хлаповская Т. Г. Привлекательная женщина глазами пользователей сайтов знакомств**

Рассмотрены основные подходы к изучению феномена женской привлекательности в психологической литературе. Выделены два основных направления определения привлекательности: первый объясняет привлекательность сходством социальных характеристик, второй – комплиментарностью личностно-ролевых характеристик партнеров по взаимодействию. Установлены основные факторы аттракции в межличностном взаимодействии, среди которых: физическая привлекательность, близость в пространстве, ряд личностных характеристик, таких как уровень интеллектуального развития, уровень самооценки; динамические характеристики: позитивная обратная связь, или подкрепление; поведенческая стратегия кооперации; взаимное самораскрытие в общении. Проведен анализ теоретических и эмпирических исследований, показавший, что привлекательность партнера по межличностному взаимодействию рассматривается в рамках двух основных моделей – партнерской и доминантно-зависимой, в которых мужчина и женщина могут занимать или равноправные, или дополняющие позиции. Выявлено, что партнерские отношения привлекают преимущественно женщин, а среди мужчин сторонников традиционной и партнерской моделей поведения приблизительно поровну. Исследованы характеристики и ролевые позиции женщины, являющиеся привлекательными для мужчин во время взаимодействия на сайтах знакомств. Среди основных характеристик женской привлекательности оказались такие: внешность женщины, ее телосложение (стройность) и умение следить за собой, а отталкивает, наоборот, стремление женщины доминировать над мужчиной и поучать его, то есть высокомерная позиция женщины в отношениях с мужчиной.

*Ключевые слова:* привлекательность, аттракция, взаимодействие, ролевые позиции.

#### **Khlapovska T. H. Attractive woman in the view of dating websites users**

Main psychological approaches to the phenomenon of attractive nessare reviewed in the paper. Two basic directions of the attractiveness definitions are evolved: one direction explains attractiveness via the similarities of the social characteristics, and the second refers attractiveness to the complementarity of the interaction partners' personal and role characteristics. Main factors of attractiveness in interpersonal interaction are explicated: physical attractiveness, proximity in the field; set of personal traits, such as degree of intellectual development, level of self-appraisal; dynamic characteristics: positive feedback or positive reinforcement; be-

havioral strategy of cooperation; mutual self-openness in communication. Analysis of theoretical and empirical researches has shown, that partners' attractiveness in interpersonal interaction is considered in the frame of two key models: partner model and dominant-dependent one, where man and woman can take either equal or supplemental positions. It is revealed that partner relationship is mostly attractive for women. And among men there are almost equal number of traditional and partner models supporters. Characteristics and role positions of a woman that are attracted men at the dating websites were studied. Among main woman attractive characteristics there were following revealed: woman appearance, gracefulness and the ability to take care of herself. Female attempts to dominate over a man and teach him as a contemptuous position of a woman in relationship with a man are spurning.

*Key words:* attractiveness, attraction, interaction, role positions.

© Хлаповська Т. Г.