

УДК 316.474.012:316.472.3

Кінаш І. П.

аспірантка кафедри психології

філософського факультету

Львівського національного університету імені Івана Франка

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ АТРАКЦІЇ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ФЕНОМЕНУ

Зроблено теоретичний аналіз атракції як соціально-психологічного феномену. Проаналізовано поняття атракції з точки зору різних соціально-психологічних підходів та вчень. Визначено складові міжособистісної атракції опираючись на такі феномени емоційних відносин як привабливість, симпатія, любов, дружба, альтруїзм.

Ключові слова: атракція, міжособистісна атракція, міжособистісна взаємодія, дружба, симпатія, любов, альтруїзм.

Вступ. Проблема близьких взаємин між людьми є центральною проблемою соціальної психології. На сьогоднішній день вченими достатньо вивчені та висвітлені питання міжособистісних та міжгрупових взаємин, їхньої структури та факторів, що впливають на якість цієї взаємодії. Одним із таких феноменів, що визначає сутність міжособистісних взаємин, є атракція. Її різновидами є такі почуття як любов, дружба, симпатія. Рівень атракції визначається емоційною оцінкою та окреслює ставлення та вчинки щодо іншої людини. В українській психологічній науці атракція вивчалася не досить повно. Раніше вважали, що вивчення феноменів емоційних відносин не може бути остаточним предметом наукового аналізу. Тому відчутною є недостатність експериментального матеріалу про атракцію як психологічний феномен та її значимість у взаємовідносинах, які зумовлюють актуальність обраної проблеми.

Вихідні передумови. Дослідження факторів міжособистісної атракції в зарубіжній психології розпочалося в 1930-х рр. Російський радянський психолог Б. Бодальова вивчала проблему в праці «Сприйняття та розуміння людини людиною» (1964), відомі роботи психологів А. Богословського [3], М. Обозова [12], В. Семечинко [13]. За останні роки розроблялися різні підходи та напрямки вивчення проблеми атракції. Атракція розглядається як емоція, що має своїм предметом іншу людину. Відтак атракція стає проблемою загальної психології, тісно пов'язаною з розроблюваною на той час тематикою емоцій та людських взаємин. Увага до феномена атракції призвела до появи численних експериментальних досліджень різних ефектів міжособистісної атракції. Ряд експериментів провели психологи: Киплінг Вільямс з колегами (2001) вивчав ситуації, коли остракізм (неприйняття або ігнорування оточуючими) позбавляє людей можливості реалізувати свою потребу в причетності [5, с. 201], Д. Майерс аналізував, як імітація остракізму заважала роботі, перешкоджала нормальним соціальним кон-

тактам і викликала тимчасове хвилювання, нервозність учасників експериментального дослідження [11, с. 411], П. Левіцкі (1985) проводив експеримент, який стосувався феномену «асоціативної симпатії» [5, с. 208]. Також дослідженням феномену привабливості займалися: Ю. Е. Альошина, Б. Г. Ананьєв, М. А. Абалакіна, О. О. Бодальов, В. К. Вілюнас, Л. Я. Гозман, Я. Л. Коломийський, І. С. Кон, О. О. Хронік, В. А. Табунська, В. О. Лосенков, М. М. Обозов, Т. М. Трапезникова, Л. Б. Шнейдер, Н. І. Сердюк та інші.

Метою даної статті є аналіз атракції як соціально-психологічного феномену, підходів до вивчення проблем атракції, складових міжособистісної атракції.

Емоційні взаємини є одночасно об'єктивним процесом взаємодії, обміну інформацією між людьми та оцінювання ними одне одного. Привабливість особистості, на нашу думку, можна розглядати як особливий феномен емоційних відносин, який включає в себе симпатію, прихильність та інші елементи. В останні роки у вітчизняній та зарубіжній психології отримало вжиток поняття атракції. Це поняття застосовують для позначення широкого кола феноменів емоційних відносин, від симпатії, що виникає на першому етапі знайомства, до любовних переживань. В короткому психологічному словнику атракція розглядається як поняття, що визначає виникнення при сприйнятті людини людиною привабливості одної з них для іншої, виникає в суб'єкта як результат його специфічного відношення, оцінка якого породжує різноманітну гаму почуттів (від неприязні до симпатії і навіть кохання) [4]. Англomовний словник визначає атракцію як собливість об'єкта, яка сприяє залученню людини в спільну з цим об'єктом активність. Атракція — це почуття однієї людини до іншої. Тут зауважується, що атракція є певним ставленням до іншої людини й характеризується як соціальна установка [2].

У широкому сенсі атракція (від англ. attraction — привабливість, притягання) — це позитивні почуття, які відчуває одна людина у стосунку до іншої. Виникає атракція внаслідок оцінки суб'єктом свого емоційного ставлення до іншого, яке породжує гаму почуттів у діапазоні від неприязні, антипатії до симпатії, любові. Швидкість, несподіваність, спонтанність виникнення цих позитивних почуттів, на нашу думку, дозволяє розглядати атракцію як особливу соціальну установку щодо іншої людини.

Розгляд атракції як емоції — підготовлений аналізом емоцій, що відзначаються в працях Ф. В. Басіна, В. К. Вілюноса, Л. С. Виготського, С. Л. Рубінштейна, П. В. Симонова, Г. Х. Шинкарьова та ін. Специфіка атракції в порівнянні з іншими емоціями (радість, страх, здивування) полягає в тому, що це — емоція, що має своїм предметом іншу людину. Специфічною особливістю атракції є саме те, що вона представляє собою атитюд (соціальну установку, ставлення) на поодинокий об'єкт, на індивіда, а не на деякий клас об'єктів [3].

Атракція (лат. *attrahere* — приваблювати) — це процес формування привабливості людини, яка сприймається іншою. Продуктом цього процесу є певна якість міжособистісних відносин. Відтак атракція забезпе-

чує процес виникнення, підтримки та поглиблення близьких відносин між людьми. Люди мають сильну потребу бути причетними до групи, інших людей. Людям властива потреба у створенні тривалих і близьких взаємин з іншими людьми. Це притаманно як для колективістських, так і для індивідуалістських культур. Навіть люди, які сповідували життєвий стиль «яппі» (молоді міські люди, які визнають пріоритетними цінності кар'єри та матеріального статку) з плином часу почуваються нещасливими через відсутність сім'ї [5].

Поняття привабливості особистості є доволі емким. Воно містить широке коло складових елементів. Наприклад, такими елементами є: фізична привабливість, комунікативна компетентність та низка інших характеристик. Продуктом процесу формування привабливості є певна якість міжособистісних відносин. Відтак атракція забезпечує процес виникнення, підтримки та поглиблення близьких відносин між людьми. Люди мають сильну потребу бути причетними до групи, інших людей. Людям властива потреба у створенні тривалих і близьких взаємин з іншими людьми. Це притаманно як для колективістських, так і для індивідуалістських культур. Навіть люди, які сповідували життєвий стиль «яппі» (молоді міські люди, які визнають пріоритетними цінності кар'єри та матеріального статку) з плином часу почуваються нещасливими через відсутність сім'ї.

Оскільки атракція — це процес формування привабливості якоїсь людини для спостерігача, то вона також є продуктом цього процесу, визначає сутність взаємин. Цю багатозначність терміну обов'язково потрібно враховувати, коли атракція досліджується не сама по собі, а в рамках перцептивної сторони спілкування. З одного боку, постає питання про те, який механізм виникнення симпатії й формування прихильностей, або, навпаки, ворожості при сприйнятті іншої людини, а з іншого, — яка роль цього явища (як процесу і результату) у структурі спілкування в цілому. Атракцію, з одного боку, визначають як емоційне ставлення, а з іншого, — як феномен взаємодії. Перший погляд переважно властивий представникам зарубіжної психологічної школи, а другий — представникам вітчизняної [14].

Останнім з феноменів, який ми розглядаємо у відношенні до атракції, є міжособистісне сприймання. Воно вивчалось багатьма дослідниками. Перш за все, необхідно назвати роботи вітчизняного дослідника А. А. Бодальова і його співробітників. Для більшості дослідників міжособистісного сприймання предметом вивчення були такі когнітивні компоненти, як точність сприймання, приписування особистісних рис на основі особливостей зовнішності, спотворення в сприйманні іншої людини тощо. Емоційні компоненти образу іншої людини досліджувались значно рідше, у всякому випадку, зазвичай вони не виділялися в окрему наукову проблему [1]. Разом з тим на рівні констатації емоційна оцінка об'єкту міжособистісного сприймання фігурувала в дослідженні і її наявність очевидна. Так, цій проблемі присвячена значна частина робіт з невербальних експресивних засобів спілкування, як, наприклад, роботи В. А. Табунської з вивчення експресивних рухів. Можна припустити, що саме ці, ще недостатньо

вивчені емоційні компоненти міжособистісного сприйняття, і складають зміст міжособистісної атракції.

Міжособистісну атракцію як процес надання переваги одними людьми над іншими, взаємного тяжіння між людьми, взаємної симпатії розглядає Н. Казарінова. Атракція — це, перш за все, емоція, що має своїм предметом іншу людину, а також — стійка оцінна реакція, яка примушує взаємодіяти з конкретною людиною певним чином (тобто атракція як соціальна установка) [10].

Емоційні відносини виступають ніби в трьох іпостасях: емоція, що має своїм предметом іншу людину, аттитюд (ставлення) до іншої людини і емоційний компонент міжособистісного сприймання. Специфіка емоційних відносин у порівнянні з іншими явищами породжує свої питання. Головне з них — у проблемі детермінації емоційних відносин в парі на різних етапах розвитку цих відносин. Формування міжособистісних стосунків пов'язане з рядом проблем. Одна з них полягає у визначенні умов та особистих якостей, які роблять одну людину привабливішою за іншу. Наступною проблемою виступає дослідження емоційних уподобань та симпатій на різних рівнях взаємодії. Види інтерперсонального уподобання можуть бути поділені відносно того, чи є міжособистісні відносини в цілому оціночними (захоплення або популярність), чи взаємодіють одне з одним (дружба). Перший вид уподобання є односпрямованим, а другий обов'язково передбачає взаємність міжособистісних уподобань. Парні міжособистісні симпатії завжди передбачають взаємодію конкретних осіб. Вони завжди взаємні та конкретні, що створює свою специфіку [6]. Загальна схема аналізу міжособистісної атракції має такий вигляд: 1. Особливість об'єкту атракції. 2. Співвідношення властивостей суб'єкту і об'єкту. 3. Особливості взаємодії. 4. Властивість суб'єкту. 5. Особливості ситуації. 6. Культурний контекст. 7. Час.

Атракція може викликатися дією наступних чинників: відносинами між суб'єктом і об'єктом; мірою схожості; особливостями взаємодії між ними; ситуацією, в якій відбувається спілкування; культурним контекстом, в який включені індивіди, що спілкуються. Нарешті, оскільки емоційні стосунки є не лише стан, але й процес, вплив на них має і фактор часу [13]. У відповідності з приведеною схемою аналізу в якості однієї з детермінант виникнення атракції виступають властивості її об'єкта. Буденна свідомість також приділяє особливу увагу цій групі характеристик. Зовнішні дані, соціально-демографічні характеристики, поведінкові паттерни людини традиційно вважають головною причиною симпатії і антипатії до неї з боку інших людей. Однією з наукових праць, де найбільш детально пояснені закономірності виникнення і розвитку емоційних відносин, можна вважати роботу Л. Я. Гозмана «Психологія емоційних відносин». Дослідник вказує на багатоаспектність емоційних відносин (атракції). Привабливість особистості залежить від різних причин, серед яких автор вказував ступінь схожості між партнерами, особливості взаємодії між ними, ситуацій, в яких відбувається спілкування, якості самого суб'єкта атракції, культурний контекст і часову детермінанту розвитку відносин. Основними

координатами міжособистісних відносин є статусно-рольові відмінності, валентність (спрямованість) характеру відносин, вільний чи вимушений спосіб створення пари [6]. Автор підкреслював, що атракція пов'язана з альтруїзмом, з бажанням високо оцінювати один одного. В своєму дослідженні Л. Я. Гозман виділив такі етапи і їх детермінанти. Перший етап пов'язаний з властивостями об'єкту, як-то зовнішні параметри, соціально-демографічні характеристики, поведінкові паттерни. Згодом, в процесі розвитку і по мірі пізнання, стають значимими соціально-психологічні характеристики людини. На наступних етапах важливе значення починають відігравати особисті якості. Питання дискутується з приводу того, що є більш привабливим: схожі якості чи протилежні. Л. Я. Гозман виділяв просторову близькість, частоту контактів, співробітництво, позитивне підкріплення в якості факторів, що сприяють виникненню і закріпленню симпатій [7].

Психолог І. С. Кон здійснив спробу класифікувати фактори, які визначають значення схожості і контрасту між людьми. Всі чотири його положення узгоджуються з дослідженнями М. М. Обозова з проблеми виникнення і розвитку симпатії. З точки зору рівнів дослідження всі фактори схожості /відмінності можна представити наступним чином: — соціологічний (соціально-психологічний статус, професія, освіта); — психологічний (ціннісні орієнтації, спільність ідей і позицій, міжособистісний статус тощо); — психологічний (характер і інші властивості особистості, інтелект та ін.); — психофізіологічний (темперамент, емоційність, реактивність організму). І. Кон пропонує цілу систему факторів аналізу міжособистісної привабливості і головним, що зближує чи відштовхує людей, він визнає фактор подібності і контрасту. Другий по значущості фактор — це ієрархія якостей людини як суб'єкту праці, пізнання, спілкування. Вікові/статеві відмінності виявляються пов'язаними з першими двома факторами і фактично є іншою важливою координатою, яка визначає характер міжособистісної привабливості. Потреба в психологічній близькості зростає із віком і досягає свого апогею у 18–19 років. Причому у дівчат ця потреба у різному віці виражена значно сильніше, ніж у юнаків.

Статеві відмінності позначаються на характері міжособистісної привабливості. І. Кон підкреслював, що жінки більш тонко сприймають людські взаємовідносини, більш тонко реагують на їх нюанси, ніж чоловіки [8]. Що стосується значення індивідуально-типологічних особливостей для утворення емоційних міжособистісних відносин, то тут робляться лише перші кроки. В. А. Лосенков, зокрема, пише, що «нестримані, імпульсивні люди повідомляють друзям більш інтимну інформацію про себе і взагалі більш інтенсивно спілкуються ними». В іншому дослідженні В. А. Лосенков і Л. Я. Гозман зіставили типи спілкування і ступінь психологічної близькості з деякими індивідуальними особливостями досліджуваних [7]. Комплексність дослідження дозволила вивчити складну природу людини як індивіда і особистості. В роботі М. М. Обозова [12] була здійснена спроба об'єднати ці два підходи у вивченні міжособистісної привабливості. Досліджувалось, на якому рівні індивідуально-особистісних характеристик

виявляється схожість/контраст двох людей, які відчують взаємну привабливість. Вступаючи у взаємодію, люди шукають згоди. Причому на перших етапах контакту такими точками є думки про менш значущі для особистості події, факти. По мірі поглиблення взаємодії, в силу збільшення тривалості і значущості спільної діяльності та спілкування роль інтересів і ціннісних орієнтацій посилюється. Необхідне не лише і не стільки співвідношення схожості периферійних інтересів, скільки ціннісно-орієнтаційна єдність, що усуває один із сумнівів відносно того, схожість чи різність/доповнення ціннісних орієнтацій визначає міжособистісну привабливість (К. Ісарт, М. Рейлі, П. Секарт, С. Бекмен).

Атракція може вбирати в себе широку гаму почуттів, розгортаючись від простої симпатії до любові. Визначити складові міжособистісної атракції можна спираючись на такі феномени емоційних відносин, як привабливість, симпатія, любов, дружба, альтруїзм.

Стереотип фізичної привабливості є визначальним для дружніх стосунків та зародження любові. Фізична привабливість молодій жінці корелює з її успіхом у чоловіків. Приваблива зовнішність молодих чоловіків менш тісно корелює з їхнім успіхом у жінок, які більшу увагу звертають на їхній характер та соціальний статус. Експерименти підтверджують також факт існування феномену відповідності. Люди зазвичай вибирають особу, чия фізична привабливість приблизно відповідає власній [5].

Симпатія — це емоційна позитивна установка на об'єкт. При взаємній симпатії емоційні установки створюють стан задоволення взаємодією (безпосередньо або опосередковано). Соціальні психологи після вивчення особливостей взаємної симпатії між людьми звернулись до вивчення тривалих близьких відносин. Адже любовні відносини не є простим посиленням взаємної симпатії, що виникла під час знайомства. Любов є також складнішим почуттям, ніж прив'язаність. Соціальні психологи напрацювали теоретичне підґрунтя досліджуваного феномену. Психолог Роберт Стернберг (1988) запропонував концепцію, згідно з якою любов є поєднанням трьох засадничих компонентів, це — пристрасть, близькість (симпатія) та вірність зобов'язанням. Відтак, індивідуальні стилі любовних взаємин розглядаються ним як комбінації цих трьох компонентів любові [5]. Найбільшою інтимністю міжособистісна взаємодія набуває у любові. Любов можна визначити як високий ступінь емоційно-позитивного ставлення до іншої людини, стан сильного потягу до єднання з нею.

Закохана людина виявляє стійкі почуття (за психологічною природою вони суттєво відрізняються від дружніх почуттів), які фізіологічно, емоційно і морально засвідчують її бажання всіма своїми особистісно-значущими рисами бути представленою в життєдіяльності іншого, спонукати його до відповідних реакцій і потреб. Любов, кохання як глибоко інтимні почуття супроводжуються емоціями ніжності, захоплення, ревності, які кожен індивід залежно від індивідуально-психологічних особливостей переживає по-своєму. Психологи по-різному трактують структурні складові феномену кохання. Одні розглядають його як трикутник, сторонами якого є відданість, пристрасть, інтимність, інші — як прив'язаність, турботу, інтим-

ність. Усі вони стверджують, що взаєморозуміння, взаємопідтримка, задоволення від взаємного спілкування характеризують закохані пари.

Дружба — особлива форма міжособистісної взаємодії, яка характеризується індивідуально-вибірковими стосунками, взаємною прихильністю учасників спілкування, посиленням процесів афіліації, високим рівнем задоволеності міжособистісними контактами, взаємними очікуваннями позитивних почуттів. Дружні стосунки відрізняються від фрагментарних контактів тим, що індивід намагається бути представленим у життєдіяльності інших значущими для себе і для них особливостями своєї індивідуальності [9]. Дружня взаємодія вважається найвищим рівнем кооперації індивідів. Одним із найважливіших чинників, що сприяє формуванню дружніх відносин, є територіальна близькість людей. Соціологам відомо, що більшість людей знаходять свою «другу половину» серед сусідів, колег або однокласників. Вірогідність того, що дві людини потоваришують, якщо живуть по сусідству або в одній кімнаті гуртожитку, є вельми великою [5].

Альтруїзм (лат. alter — інший) — надання допомоги, не пов'язане свідомо із власними егоїстичними інтересами; вчинки, спрямовані на благо іншої людини; допомога іншому, що здійснюється без винагороди, без свідків, ціною можливих власних втрат. Альтруїстична поведінка у взаємодії. Альтруїзм особистості набуває смислу тільки в соціальній діяльності, оскільки лише широкий соціальний контекст забезпечує його правильну інтерпретацію.

Висновки. Поняття атракції вивчалось з точки зору різних соціально-психологічних підходів та вчень. Проте основна суть даного поняття зводиться до того, що атракція — це процес формування привабливості людини, яка сприймається іншою. Продуктом цього процесу є певна якість міжособистісних відносин. Відтак атракція забезпечує процес виникнення, підтримки та поглиблення близьких відносин між людьми. Люди мають сильну потребу бути причетними до групи, інших людей. Їм властива потреба у створенні тривалих і близьких взаємин з іншими людьми. Специфіка атракції в порівнянні з іншими емоціями полягає в тому, що це — емоція, що має своїм предметом іншу людину. Специфічною особливістю атракції є саме те, що вона представляє собою атитюд (соціальну установку, ставлення) на поодинокий об'єкт, на індивіда, а не на деякий клас об'єктів. Атракція може вбирати в себе широку гаму почуттів, розгортаючись від простої симпатії до любові. Властиві їй близькість, прихильність виявляються як особлива установка на іншу особу, почуття дружби і любові. Основні складові міжособистісної атракції це — привабливість, симпатія, любов, дружба, альтруїзм.

Список літератури

1. Андреева Г. М. Социальная психология: Учебник для высших учебных заведений. — М.: Аспект Пресс, 1996. — 367 с.
2. Андреева Г. М. Психология социального познания: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. — Издание 2-е, переработанное и дополненное. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 288 с.

3. Богословский А. А. Как возникает симпатия? // Практична психологія та соціальна робота. — 1998. — № 4. — С. 30–33.
4. Винославська О. В., Бреусенко-Кузнецов О. А., Зливков В. Л., Апішева А. Ш., Васильева О. С. Психологія: Навчальний посібник. — К.: Фірма «ІНКОС», 2005. — 351 с.
5. Гапон Н. Соціальна психологія: навчальний посібник. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. — 366 с.
6. Гозман Л. Я., Ажгихина Н. Н. Психология симпатий — М.: Знание, 1998. — 96 с. — (Нар. университет. Пед. фак.). — № 9.
7. Гозман Л. Я. Психология эмоциональных отношений. — М.: Издательство Московского университета, 1987. — 174 с.
8. Кон И. С. Дружба: Этико-психологический очерк. — 3-е издание. — М.: Политиздат, 1989. — 35 с.: ил. — (Личность. Мораль. Воспитание).
9. Кроник А. А., Кроник Е. А. В главных ролях Вы, Мы, Он, Ты, Я: Психология значимых отношений. — М.: Мысль, 1989. — 204 с.
10. Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2001. — 544 с.
11. Майерс Д. Социальная психология. — СПб.: Питер Ком, 1997. — 654 с.
12. Обозов Н. Н. Психология межличностных отношений. — К.: Издательство «Льбидь» при Киевском университете, 1990. — 192 с.
13. Семиченко В. А. Психология социальных отношений. — К.: Магістр, 1999. — С. 38–59.
14. Сердюк Н. І. Атракція як психолого-педагогічна проблема // Збірник наукових праць. Психологічні науки. — Бердянськ: БДПУ, 2007. — № 4. — С. 31–36.

Кинаш И. П.

аспирантка кафедри психології
філософського факультета

Львовского национального университета имени Ивана Франко

АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ ПРОБЛЕМЫ АТТРАКЦИИ КАК СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ФЕНОМЕНА

Резюме

Сделан теоретический анализ аттракции как социально-психологического феномена. Проанализированы понятия аттракции с точки зрения различных социально-психологических подходов и учений. Определены составляющие межличностной аттракции, опираясь на такие феномены эмоциональных отношений как привлекательность, симпатия, любовь, дружба, альтруизм.

Ключевые слова: аттракция, межличностная аттракция, межличностное взаимодействие, дружба, симпатия, любовь, альтруизм.

Kinash I.

PhD student Department of Psychology

Philosophical Faculty

Lviv National Ivan Franko University

ANALYSIS OF THEORETICAL APPROACHES TO THE PROBLEM ATTRICTIONS HOW SOCIAL-PSYCHOLOGICAL PHENOMENON

Summary

A theoretical analysis of attraction was made socio-psychological phenomenon. Definition was made from the point of view of different social and psychological approaches and doctrines. Determined components of interpersonal attraction base on such phenomenon of emotional relationships as attractiveness, sympathy, love, friendship, altruism.

Key words: attraction, interpersonal attraction, interpersonal interaction, friendship, sympathy, love, altruism.