

*Косенко А. В.,**кандидат філологічних наук,**асистент кафедри комунікативної лінгвістики та перекладу
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

РОЛЬ МІЖСОБИСТІСНОЇ АТРАКЦІЇ У СПІЛКУВАННІ

Анотація. У статті розглядаються поняття міжособистісної атракції. Виокремлено основні підходи до визначення міжособистісної атракції, її чинники.

Ключові слова: атракція, комунікація, емоція, ставлення, привабливість, індивід.

Постановка проблеми. Емоційний світ людини – складний та багатогранний. Серед тих, хто нас оточує, дехто подобається більше, дехто – менше, а дехто взагалі не викликає жодних емоцій. Саме у цьому полягає оцінне ставлення людей один до одного. Прагнення подобатись іншим і взаємні почуття є важливим складником життя кожного індивіда і відіграють важливу роль у міжкультурних контактах людей. Саме це явище науковці визначили як міжособистісну атракцію. За своєю суттю міжособистісна атракція є оцінною реакцією однієї людини, що спонукає її поводитись певним чином при взаємодії з іншими. Таким чином, атракцію можна вважати різновидом сприйняття, що визначає зміст, характер та стиль міжособистісної комунікації [5]. Актуальність дослідження полягає в тому, що у сучасному суспільстві повсякчас змінюються відносини, що супроводжується зміною ціннісних орієнтацій та культурних норм. Окрім того, у процесі всього життя симпатії й антипатії постійно супроводжують людину, формують певне ставлення до себе, інших, до життя і світу в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зважаючи на актуальність питання атракції у житті людей, досить велика кількість науково обгрунтованих робіт була винесена на розгляд вітчизняними та зарубіжними психологами. Досліджували феномен атракції Г.М. Андреева, Ю.Е. Альошина, Л.Я. Гозман, Б.Г. Ананьєв, М.А. Абалакіна, О.О. Бодальов, В.К. Вілюнас, В.А. Лабунська, В.О. Лосенков, М.М. Обозов, Т.М. Трапезникова, Л.Б. Шнейдер та інші.

Метою статті є виокремлення підходів до визначення міжособистісної атракції та факторів, що на неї впливають.

Виклад основного матеріалу. Поняття привабливості особистості досить містке. Воно містить у собі широке коло складників: фізичну привабливість, комунікативну компетентність та низку інших характеристик. Атракція – це і процес формування привабливості якоїсь людини для спостерігача, і продукт цього процесу, тобто деяка якість 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 і формування прихильності або, навпаки, ворожості при сприйнятті іншої людини, а з іншого – яка роль цього явища (як процесу і результату) у структурі спілкування в цілому. Складниками взаємної привабливості є симпатія і притягання. Симпатія – це емоційна позитивна установка на об'єкт. При взаємній симпатії емоційні установки створюють стан задоволення взаємодією (безпосередньо або опосередковано). Притягання, як один зі складників міжосо-

бистісної привабливості, в основному пов'язане з потребою людини бути разом, поруч із іншою людиною. Притягання найчастіше (але не завжди) пов'язане із симпатією, що переживається, тобто симпатія і притягання можуть іноді проявлятися автономно, незалежно. У широкому сенсі під атракцією розуміють позитивні почуття, які відчуває одна людина до іншої. Виникає вона внаслідок оцінки суб'єктом свого емоційного ставлення до іншого, яке породжує гаму почуттів у діапазоні від неприязні, антипатії до симпатії, любові, та проявляється у вигляді особливої соціальної установки щодо іншої людини. Люди, що відчувають взаємну симпатію та притягання один до одного, під час залучення до спільних дій беруть до уваги упевненість і слабкість, притаманні кожному з них, вони схильні до поблажливості, а звідси – і до значної згоди між собою. Притягання та взаємні симпатії, у свою чергу, не можуть виникнути без певних спільних думок та оцінок [2]. Атракцію, з одного боку, визначають як емоційне ставлення, а з іншого – як феномен взаємодії. Атракція (притягання, привернення) – виникнення при сприйманні індивіда індивідом взаємної привабливості, розуміння і прийняття один одного у взаємодії, коли не тільки узгоджуються дії, а й установлюються позитивні взаємини. Атракцію визначають як процес формування привабливості певної людини для того, хто сприймає, і як продукт цього процесу, тобто певну якість ставлення [1, с. 25]. На думку інших науковців, атракція – це специфічне емоційне ставлення, яке зумовлює привабливість однієї людини для іншої. На його основі формується інтегральне стійке почуття прихильності до іншої людини [6, с. 2]. Міжособистісну атракцію також визначають як процес надання переваги одними людьми іншим, взаємного тяжіння між людьми, взаємної симпатії. Атракція – це 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) [5 с. 46]. Професор психології Маркветського університету (США) С. Франзой міжособистісну атракцію розглядає як прагнення особистості зблизитися з іншою людиною [5, с. 51]. Деякі вчені характеризують це поняття багатоаспектно, зокрема І. Кон виокремлює такі компоненти атракції, як: а) когнітивний (пізнавальний компонент) емоційного ставлення до іншої людини; б) певна соціальна установка; в) емоційний компонент міжособистісного сприймання. З позицій міжособистісної атракції він розглядав такий феномен, як дружба [4]. Л. Гозман визначає атракцію як: 1) почуття однієї людини до іншої (атракція як окремий випадок у низці емоційних явищ); 2) ставлення до іншої людини (належність атракції до класу соціальних установок); 3) оцінку людини (атракція як певний компонент міжособистісного сприймання) [1]. Атракція може проявлятися на кількох рівнях, таких як симпатія, дружба, любов. Симпатія – це стійке позитивне емоційне сприйняття людини людиною, схвальне ставлення людини до інших людей, що проявляється

у приязні, привітності, доброзичливості, захопленні, прагненні допомогти, виявленні уваги, підвищеного інтересу. Вона є одним із факторів інтеграції людей і збереження психологічного комфорту [1, с. 19]. Дружба – вид стійких, добровільних, індивідуально-вибіркових міжособистісних взаємин, що характеризується взаємною прихильністю їх учасників, симпатією, посиленням процесів афіліації (приналежності), взаємними очікуваннями відповідних почуттів і наданням переваги. Такі стосунки передбачають не тільки взаємодопомогу, але і внутрішню близькість, відвертість, довіру, любов. Вони засновані на просторовій та духовній близькості, взаємній прихильності, спільній діяльності та інтересах [4, с. 5]. Любов – високий рівень позитивного емоційно-чуттєвого ставлення, що виділяє його об'єкт серед інших і поміщає у центр життєвих потреб, інтересів суб'єкта [5, с. 14]. Це ніжність, яку ми відчуваємо до тієї людини, життя якої тісно переплетене з нашим власним [8, с. 34]. Найзагальнішим визначенням атракції, що лягло в основу багатьох досліджень, є визначення Т. Ньюкома, де під атракцією розуміється установка щодо іншої людини, яка виражається у термінах знаку та інтенсивності [2; 10].

Далі було би доцільно, на нашу думку, розглянути чинники міжособистісної атракції. Цілком очевидно, що вплив зовнішньої привабливості досить великий на етапі встановлення взаємин. Емоційно позитивний образ починає позитивно добудовуватися. Зовні приваблива людина наділяється низкою позитивних властивостей і якостей – емоційністю, теплотою, успішністю тощо. Підтвердження цьому може бути знайдено і в народних казках, у яких позитивний герой завжди привабливий або стає таким, а негативний персонаж наділений неприємною зовнішністю. Безумовним є лише те, що необхідно, особливо на початковому етапі, приділяти увагу своїй зовнішності як підсилювачу продуктивності майбутніх взаємин. При відсутності привабливої форми мало у кого виникне інтерес до змісту, нехай навіть і багатющого. Міжособистісна атракція визначається також і просторовою дистанцією між партнерами як у буквальному, так і в переносному сенсах. Зі збільшенням привабливості змінюється і дистанція спілкування. Чим ближче один до одного люди в особистісному сенсі, тим комфортніше вони себе відчувають у спілкуванні на просторово ближчій дистанції. У цьому разі не спрацьовує ефект негативної реакції на вторгнення в особистісну зону. Будь-яке ж наближення у цю зону людини, що не викликає позитивних емоцій, може викликати зростання дискомфорту. Зокрема, це явище пов'язане і з полем контролю за партнером – чим більше знайомий і приємний партнер, тим менше джерел інформації про нього людина утримує у полі контролю (закоханому достатньо фіксувати в полі уваги очі партнерки), і, навпаки, чим менш позитивні відносини, тим більше джерел інформації необхідно контролювати на випадок негативного розвитку взаємин. Знайомство з людиною також може бути чинником атракції. Повторне подання багатьох стимулів приводить до більш позитивного ставлення до них. Це ж відбувається і з фотографіями незнайомих людей під час їх повторного розглядання. Цьому може бути багато пояснень. Одне із них полягає у тому, що невизначеність прогнозу щодо об'єкта, людини або події часто підвищує рівень тривожності, тоді як наявність інформованості про них приводить до підвищення відчуття контрольованості. Легко доступні люди, стосунки з якими не вимагають надзусиль, сприймаються більш позитивно. На цьому моменті, зокрема, нерідко будуються так звані «виходи в народ» політичних діячів у період перед-

вборчих кампаній, хоча в цьому разі треба мати на увазі, що факт доступності починає набувати сили лише після вихідної недоступності. Постійна ж доступність із плином часу знижує привабливість об'єкта. За логікою вже відомої теорії балансу антиципація майбутнього розвитку позитивних взаємовідносин збільшує привабливість людини, звичайно, за умови, що ці стосунки мають позитивний характер. Симпатія чи антипатія до людини часто підпорядковується принципу взаємності, відповідно до якого нам подобаються ті люди, яким подобаємося ми, і навпаки. Тим не менше, прояви цього чинника не мають універсального характеру. Аж ніяк не всі люди, що симпатизують нам, викликають позитивні емоції, як і не всі люди, яким не подобаємося ми, викликають виключно негативне ставлення. Вплив взаємності може бути детерміновано і природою конкретної ситуації. Якщо вплив взаємності ґрунтується на величині заохочення, то результат буде багато в чому визначений ставленням до цього заохочення. Чинник взаємності має низку контекстів, облік яких важливий для розуміння соціально-психологічної феноменології. Зокрема, він може лежати в основі пояснення «раціонально незрозумілої» тяги дитини до бомжів, у яких вона отримує те, чого не дають батьки. Чинник подібності виявляється у тенденції позитивного ставлення до людей схожих поглядів, вчинків, переконань. Не викликає сумнівів, що для етапу встановлення міжособистісних стосунків факт виявлення подібності партнера має чи не вирішальне значення. Навіть для початку розмови з незнайомцем у транспорті необхідно знайти спільну тему діалогу, що сприяє швидкому розвитку взаємин та формуванню позитивного емоційного фону. Людям властива необхідність у підтримці зворотного зв'язку з іншими людьми для уточнення вірності власних уявлень. Отримання таких підтверджень збільшує привабливість людей. Інше пояснення припускає, що атрактивність подібних людей пов'язана з тим, що взаємини з ними комфортніші. Однак цей же чинник лежить і в основі «помилки репрезентативності», коли люди, перебуваючи у стані сумніву з будь-якого питання, починають звертатися за порадою до значущих інших. При цьому часто не враховується, що вони, як правило, дотримуються подібних поглядів і оцінок (власне кажучи, чому вони і вибираються як значущі) і не відображають всього спектру думок. Викладене зовсім не означає, що чинник подібності універсальний у формуванні атракції. Швидше, він є домінуючим на ранніх стадіях розвитку відносин. На пізніших стадіях такими можуть бути й інші, наприклад взаємодоповнюваність. У своїх відносинах ми прагнемо до пошуку людей, здатних сприяти задоволенню наших актуальних потреб. На користь цієї гіпотези свідчить певна життєва емпірія, яка полягає в тому, що люди часто виявляють схильність до встановлення тісних взаємин з тими людьми, з допомогою яких вони отримують можливість стати пристосованішими до вирішення прагматичних завдань. Часто у подібного роду позитивній оцінці має місце і своєрідна компенсація будь-яких власних недоліків (наприклад, людина зі слабким здоров'ям ідеалізує здорових людей). Особливу роль у формуванні атракції відіграє емпатія, що визначається як співчуття, співпереживання. Вона пов'язана, насамперед, із почуттям захищеності, неоднаковості людини. Наявність подібного роду відносин дає людині змогу зменшити негативну емоційну напругу, що приводить до почуття подяки до їх носія. Очевидно, що людина, яка сприяє досягненню актуальної мети, має високий потенціал атрактивності, і навпаки, люди, що фруструють її досягнення, є менш привабливими.

Досить очевидно, що якщо хто-небудь, хто володіє необхідним потенціалом, надає вам сприяння у досягненні значимої мети, то його атрактивність буде високою. Тим не менше, цей чинник також спрацьовує не завжди. Дослідники встановили своєрідну диференціацію на апатію і захоплення чисею компетентністю та симпатію до соціо-емоційних якостей.

Висновки. Отже, в результаті проведеного дослідження було виокремлено основні підходи до визначення міжособистісної атракції, її чинники. Результати можуть бути використані для поглиблення теоретичних підвалин теорії комунікації, комунікативної лінгвістики, психолінгвістики.

Література:

1. Гозман Л.Я., Ажгихина Н.Н. Психология симпатии / Л.Я. Гозман, Н.Н. Ажгихина. – М., Знание, 1998. – 96 с.
2. Киреева З.А. Личностные и поведенческие характеристики как свойства объекта, детерминирующие аттракцию / З.А. Киреева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Психологические науки». – №3. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – С. 216–223.
3. Коваленко О.Г. Атракція як феномен міжособистісного спілкування / О.Г. Коваленко // Практична психологія та соціальна робота. – К.: СОЦИС-ПРЕС, 2007. – № 2. – С. 44–48.
4. Кон И.С. Дружба: Этико-психологический очерк / И.С. Кон. – 3-е издание. – М.: Политиздат, 1989. – 350 с.
5. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. –

СПб.: Питер, 2002. – 457 с. 6. Максименко С.Д. Особистість починається з любові / С.Д. Максименко// Практична психологія та соціальна робота. – К.: СОЦИС-ПРЕС, 2004. – № 9. – С.1–8.

6. Психологический словарь / Под общ. ред. Петровского А.В., Ярошевского М.Г. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
7. Сердюк Н.І. Атракція як психолого-педагогічна проблема // Збірник наукових праць (Психологічні науки), – № 4, – Бердянськ: БДПУ, 2007. – С. 31–36.
8. Huston T. Foundations of Interpersonal Attraction / T. Huston. – N.Y: Academic Press, 1974. – 422 p.
9. Newcomb T. The acquaintance process / T. Newcomb. – New York: Holt, 1961. – 303 p.

Косенко А. В. Роль межличностной аттракции в общении

Аннотация. В статье рассматриваются понятия межличностной аттракции. Выделены основные подходы к определению межличностной аттракции, ее причины.

Ключевые слова: аттракция, коммуникация, эмоция, отношение, привлекательность, индивид.

Kosenko A. The role of interpersonal attraction in communication

Summary. The article deals with the concept of interpersonal attraction. The main approaches to the definition of interpersonal attraction and its factors have been singled out.

Key words: attraction, communication, emotion, attitude, attractive, individual.