

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

Центр післядипломної освіти, заочного та дистанційного навчання

Кафедра практичної психології

ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ АТРАКТИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

кваліфікаційна робота

здобувача вищої освіти
освітнього ступеня «бакалавр»

Мар'яни ЖУЛИНЕЦЬ

4 курсу заочної форми навчання
спеціальність 053 «Психологія»
ОПП «Психологія»

Науковий керівник

старший викладач кафедри
практичної психології

Наталія КАЛЬКА

Рецензент:

доктор педагогічних наук, доцент

Галина ЛЯЛЮК

Кваліфікаційна робота допущена до захисту

«10» квітня 2022 р., протокол № 10

Завідувач кафедри практичної психології

кандидат психологічних наук

_____ **Галина ОДИНЦОВА**

Львів
2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ.....	5
1.1.Характер та поняття соціальної перцепції.....	5
1.2.Механізми соціальної перцепції.....	7
Висновок до Розділу I.....	10
РОЗДІЛ II. ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН.....	11
2.1. Соціально-психологічне визначення терміну привабливості(атракції) та її особливості.....	11
2.2. Фактори формування позитивного емоційного ставлення.....	19
2.3. Привабливість як зовнішня особливість та підходи до її сприйняття.....	25
Висновок до Розділу II.....	34
РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНО- ПЕРЦЕПТИВНОЇ УСТАНОВКИ.....	35
3.1.Характеристика психологічного інструментарію та вибірки дослідження.....	35
3.2.Аналіз та інтерпретація результатів дослідження.....	36
Висновок до Розділу III.....	51
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. Одна із важливих характеристик, що відіграє важливу роль в комунікації і соціальній взаємодії є вміння налаштовувати і притягувати до себе інших людей. Маємо на увазі привабливість, що значимою у процесі соціальної перцепції і забезпечує позитивне сприйняття особистості. Привабливість, що є естетичною частиною сприйняття є складним явищем, що обумовлене історично і змінюється відповідно до пануючої думки в соціумі.

Зовнішня привабливість впливає не тільки на комунікативний аспект стосунків, а торкається глибинних пластів психіки. Концепт краси поєднує у собі дві протилежні тенденції: самобутність особистості та залежність від соціуму. Сприймання зовнішності як естетичного елемента є ключовим у соціальній перцепції і значним чином впливає на судження та емоції учасників процесу взаємодії та комунікації.

Важливим у роботі є опис різних аспектів привабливості особистості за її вмінням правильно підтримувати емпатійність, мати відчуття просторової близькості, поведінкові характеристики, доступність особистості. Це і виступає актуальністю нашого дослідження.

Об'єкт: атрактивність, як естетичний компонент соціальної перцепції.

Предмет дослідження: детермінанти атрактивності особистості.

Мета: здійснити психологічний аналіз компонентів атракції, як складної соціальної перцепції та її роль в міжособистісній комунікації.

Для реалізації, поставленої нами мети, ми виділили наступні **завдання:**

1. Описати характер та поняття соціальної перцепції.
2. Визначити механізми соціальної перцепції.
3. Охарактеризувати особливості соціально-психологічного визначення терміну привабливості(атрактивності) та її особливості.
4. Проаналізувати фактори формування позитивного емоційного ставлення.
5. Провести емпіричне дослідження прояву соціально-

перцептивної установки особистості.

Гіпотеза дослідження: соціально-перцептивна установка виявляє рівень оцінки атрактивності особистості стосовно інших людей.

Методи та методики: теоретичний аналіз наукових робіт, тестування, статистичні методи обробки даних; 16-факторний особистісний опитувальник Р. Кеттела, методика «Взаємовідносини», анкета для виявлення особливостей фізичної атракції у соціальних проявах.

Теоретична значущість дослідження полягає у вивченні особливостей аспектів привабливості особистості за її вмінням правильно підтримувати емпатійність, мати відчуття просторової близькості, поведінкові характеристики, доступність особистості.

Практична значущість полягає у визначенні особливостей прояву детермінант акт атракції у процесі соціальної взаємодії.

Теоретико-методологічною основою роботи є: Велика увага дослідженню феномену привабливості приділяли такі вітчизняні вчені як Б. Г. Ананьєв, М. А. Абалакіна, О. О. Бодальов, Л. Я. Гозман, І. С. Кон, М. М. Обозов та інші. Із зарубіжних представників таку проблематику досліджували Є. Бершайд, Р. Зайенц, Дж. Морено, Т. Ньюком та інші.

Наукова новизна полягає у вивченні психологічних особливостей детермінантів атрактивності особистості.

Надійність і вірогідність досліджень забезпечувались використанням методів, що відповідали меті, завданням, гіпотезі дослідження.

Структура роботи складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатків.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ

1.1 Характер та поняття соціальної перцепції.

Міжособистісне спілкування досягає своєї вершини лише за допомогою взаєморозуміння. Процес спілкування і є показником того, якою мірою індивіди відображають почуття і риси один до одного, розуміють один одного та сприймають. За допомогою цього сприйняття люди краще розуміють і самих себе. Отже, процес пізнання і розуміння індивідами один одного є обов'язковими компонентами спілкування. Таким процесом прийнято називати саме перцептивну сторону спілкування. Якщо брати до уваги розуміння перцепції на загально-психологічному рівні, то таке значення носить характер суб'єктивного розуміння світу і виступає елементом цілісного процесу пізнання. Саме поняття соціальна перцепція уперше використав Дж. Брунер у 1947 році, розробляючи новий погляд на сприйняття. Спершу під таким поняттям розглядали перцептивних процесів соціальну детермінацію, тобто зумовлення і залежність цих процесів. Згодом, поняття соціальної перцепції набуло дещо іншого характеру, що трактується як процес сприйняття об'єктів соціального значення (різних соціальних груп та спільнот та просто інших людей). Сприйняття людини як особистості розпочинається і формується під час спілкування. Ми, як суб'єкти пізнання, на основі аналізу та інтерпретації, пізнаємо людину за зовнішніми ознаками і ніби читаємо за словами С.Л. Рубінштейна її внутрішній світ. Усі створені на основі цього висновки є дуже важливими, адже регулюють процес спілкування та розуміння один одного. У процесі пізнання іншої людини здійснюється також її емоційний аналіз, оцінка вчинків. Здебільшого, на основі таких даних ми даємо оцінку власній поведінці і вибудовуємо нові стратегії.

Отже, досліджуючи перцептивну сторону спілкування, говорять про унікальності сприйняття об'єктів соціального значення, що характеризуються

уявленнями про емоції, здібності, певні установки, наміри та різноманітності людських думок. Загальноприйняте розуміння соціальної перцепції носить назву багатофункціонального процесу, що передбачає сприйняття та розуміння усіх зовнішніх ознак індивіда. Зовнішні ознаки людини ми часто аналізуємо зі своїми певними особливостями та характеристиками. Процес соціальної перцепції представила у своїх роботах кандидат психологічних наук М. Р. Бітянова [1, 15]. Її схема зображає наступне:

Сприйняття зовнішнього вигляду і поведінки об'єкта спостереження



Створення уявлень про психологічні особливості і стан об'єкта спостереження



Створення уявлень про причини і наслідки поведінки



Створення стратегії власної поведінки

Як ми бачимо, дослідження самого процесу соціальної перцепції обумовлена характеристикою об'єкта і суб'єкта сприйняття, вивченням механізмів процесу міжособистісної перцепції і їх ефектів. Для об'єкта сприйняття доступними є зовнішні ознаки і вигляд людини (її одяг, статура і т.д.), а також поведінка що включає в себе усі емоції та реакції особистості. На основі такого спостереження, кожен з нас здатен до аналізу та інтерпретації таких особливостей. Наступний етап перцептивної сторони відображає цілісне уявлення причини і наслідки поведінки. Суб'єкт спілкування робить висновки на підставі спостережуваних властивостей та особливостей індивідів і виокремлює стратегії власної поведінки по відношенню до суб'єкта сприйняття.

1.2. Механізми соціальної перцепції

Завдяки ряду психологічних досліджень соціальної перцепції, було виокремлено послідовності або ж схеми, за якими кожен з нас будує образ іншої людини. Вони мають назву ефектів соціальної перцепції.

Ефекти соціальної перцепції є результатом приписування чи поширення оціночного враження у процесі сприймання дій, вчинків чи інших властивостей характеру [15,с.22].

Серед цих ефектів виокремлюють наступні:

- 1) ефект ореолу (проявляється у приписуванні специфічної установки через надання певних якостей);
- 2) новизни і первинності (нова інформація і та яка була пред'явлена раніше відіграють найважливішу роль для сприймання);
- 3) ефект установки (відіграє важливу роль, адже когнітивні знання про співрозмовника є чинником формування першого враження).

Механізми соціальної перцепції – це способи, завдяки яким люди інтерпретують, аналізують і розуміють іншу людину. Ці механізми можна розділити на дві групи, залежно від об'єкта сприймання:

- 1) механізми міжособистісного сприйняття;
- 2) механізми міжгрупового сприйняття.

Найбільш поширені механізми соціальної перцепції міжособистісного сприйняття. Аналіз усвідомлення себе через іншого відбувається завдяки таким механізмам соціальної перцепції як ідентифікація й рефлексія. Виділяють механізми соціальної перцепції міжособистісного сприйняття – ідентифікація, соціальна рефлексія, каузальна атрибуція, емпатія, атракція [2, 9].

Ідентифікація є способом розуміння іншого, що виражається через уподібнення до неї самої, що відіграє важливу роль у спілкуванні і взаємодії людей. У основні цього механізму ототожнення себе з іншими, що базується на емоційному зв'язку і пов'язано із засвоєнням цінностей, ролей, моральних якостей, копіювання думок, почуттів та дій іншої людини, яка виступає

моделлю.

Ідентифікація є процесом несвідомого або свідомого ототожнення, порівняння і співставлення, намагання зрозуміти внутрішній світ іншого. Результатом ідентифікації може бути інтроспекція, що є пізнанням людиною моментів власної активності (думок, образів, почуттів, переживань тощо). Щодо проєкції, то вона є приписування іншим думок і почуттів.

Соціальна рефлексія є механізмом соціальної перцепції, що полягає у внутрішньому уявленні про тих осіб, з якими вона контактує. Це бачення того, як тебе сприймають та оцінюють інші [16, с.11].

Рефлексія характеризується пізнанням іншого через з'ясування думок інших людей про нього. Таким чином, чим більше коло спілкування особистості, тим більше уявлень про те, як індивід сприймається іншими. Отже, такий механізм соціальної перцепції передбачає не тільки знання суб'єкта про себе і свою діяльність а й уявлення про те як його сприймають інші.

Завдяки каузальній атрибуції можна зрозуміти механізми взаєморозуміння, процеси міжособистісного сприймання та пояснення причин та мотивів поведінки індивіда.

Каузальна атрибуція – інтерпретація необхідної суб'єкту інформації шляхом приписування партнеру по взаємодії можливих почуттів, причин і мотивів поведінки. Феномен цього механізму виникає тоді, коли є недостаток інформації про іншу людину, замінити яку доводиться саме приписуванням (атрибуцією).

Емпатія також визначається як особливий спосіб розуміння іншої людини, але тут мається на увазі більш емоційна реакція на проблеми інших, співпереживання. Механізм емпатії дуже схожий з механізмом ідентифікації, адже в обох прослідковується вміння поставити себе на місце партнера. Проте, поглянути на проблеми зі сторони не означає співставляти їх зі своїми.

Емпатія є афективним розумінням [14, 2]. Це усвідомлене

співпереживання емоцій інших людей. Схильність до емпатії зростає при набуванні людиною певного досвіду. Рівень емпатії залежить від того наскільки сильно людина може уявити значущість події для кожного партнера по взаємодії. Особлива роль приділяється механізму атракції, дослідженню феномену якої, будуть присвячені наступні розділи. Та, загалом, атракція особлива форма сприйняття і пізнання іншої людини, що заснована на основі формування до цієї людини позитивного ставлення. Зокрема, виділяють три рівні атракції – симпатія, дружба, любов.

Висновок до Розділу I

Таким чином, описавши характер та поняття соціальної перцепції ми дійшли висновку, що процес спілкування і є показником того, якою мірою індивіди відображають почуття і риси один до одного, розуміють один одного та сприймають. Рівень міжособистісної взаємодії та сприйняття залежить саме від властивостей та характеристик об'єкта і суб'єкта цієї дії. Сам процес взаємодії включає в себе дві сторони: зміна якихось властивостей чи характеристик один одного та оцінка один одного. Є звичайно відмінності, для кожного з нас, у ході сприймання інших, адже одні можуть більше фіксувати фізичні властивості, інші надають перевагу психологічним характеристикам індивіда.

Визначили механізми соціальної перцепції, а саме: 1) механізми міжособистісного сприйняття; 2) механізми між групового сприйняття.

Найбільш поширені механізми соціальної перцепції міжособистісного сприйняття. Аналіз усвідомлення себе через іншого відбувається завдяки таким механізмам соціальної перцепції як ідентифікація й рефлексія. Виділяють механізми соціальної перцепції міжособистісного сприйняття – ідентифікація, соціальна рефлексія, каузальна атрибуція, емпатія, атракція.

РОЗДІЛ II. ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН.

2.1. Соціально-психологічне визначення терміну привабливості (атракції) та її особливості.

Інтерактивна сторона спілкування людей передбачає в організації взаємодії між людьми, не лише обмін знаннями, ідеями а й діями. Тому, велике коло проблем стосується того, коли в міжособистісну взаємодію включається емоційний компонент. На основі цього зрозуміло, що ми не просто сприймаємо один одного, але і формуємо певні відносини стосовно інших. Важко знайти термінологічну відповідність коли дослідження вчених стосуються таких понять як: симпатія(привабливість особистості) та антипатія, дружба і ворожість, любов. Ці поняття часто позначають таким словосполученням як «емоційні відносини» [1, 21]. Говорячи про оцінку суб'єктом самої взаємодії, контакту, а також сприйняття іншого партнера (у нас з цією людиною хороші відносини чи я погано до нього ставлюся) визначають її яскраво виражений емоційний характер. Тому таку оцінку характеризують як емоційний компонент спілкування. Довгий час емоційний компонент не визначали проблематикою гідною для теоретичного обґрунтування, та згодом за її вивчення взялася велика кількість учених адже таке поняття становить механізм утворення зв'язку сімей а також суспільства в цілому.

У науковій літературі в якості терміну що позначає феномен емоційних відносин (мається на увазі їх оцінювальний компонент) від симпатії, яка виникає на першому етапі знайомства, утвердився термін «атракція» або «привабливість особистості» [4, 1].

Право на зародження цього терміну дав міжнародний довідник психологічних досліджень Psychological Abstracts у 1965 році. Термін атракція представляє собою поняття яке походить від англійського слова «attraction» і у перекладі на українську означає притягування, привернення [4, 2]. В англійських довідниках таке поняття трактується як фізичне

тяжіння, тобто особливості людини які вважаються естетично красивими для сприймання інших.

Дослідження феномену привабливості висвітлено у працях Ананьев Б. Г; Бодальова О.О., Гозмана Л.Я., Кона І.С., Обозова М.М. У рамках соціальної психології окреслився навіть новий напрямок – психологія краси і зовнішності (Н. Рамсі, Д. Харкорт, В.Суемі, А. ФернхемК. Лисецький, В. Барабанщиков).

Атракція у психології означає дружелюбний тип відносин а також вираження симпатії один до одного. Інші джерела трактують це як виникнення привабливості в процесі сприйняття індивіда іншою людиною. Розвиток прив'язаності проходить у суб'єкта внаслідок результату емоційного специфічного відношення, оцінка якого породжує ті ж самі почуття неприязності, симпатії і любові. Оцінка виражається у вигляді соціальної установки однієї людини на іншу. Специфічною особливістю симпатії є саме те, що вона представляє собою атитюд (соціальну установку, ставлення) на поодинокий об'єкт, на індивіда, а не на деякий клас об'єктів.

Загалом феномен симпатії - механізм формування уподобань, приятельських відчуттів, любові [13, с.41]. У соціальній психології дослідження привабливості (атракції) є досить новою галуззю. Її поняття трактується як особливий вид соціальної установки на іншу людину, у якій переважає все ж емоційний компонент [18]. Дослідження зокрема у цій галузі характеризуються вивченням чинників які призводять до появи позитивних емоційних відносин між людьми [4, 21].

Атракція як компонент міжособистісної взаємодії входить в структуру спілкування створюючи певним чином емоційний фон. Досить велике значення має вивчення феномену привабливості на основі спостереження взаємодії у групах. Це надає широкі перспективи на нову інтерпретацію функцій атракції, зокрема функції емоційної регуляції міжособистісних взаємин у групі. Такі роботи лише починаються, але

мають майбутнє у своїх подальших дослідженнях щодо феномену привабливості особистості.

За Г. Андрєєвою, атракція – це процес формування привабливості будь-якого індивіда для спостерігача, та ще і продукт цього процесу, тобто якість взаємин [2, 4-5]. Такі поняття визначають як емоційне ставлення, так і феномен взаємодії. Трактують поняття симпатії на фоні емоційного ставлення вважали правильним представники зарубіжної психологічної школи, а представники вітчизняної школи схилилися до феномену взаємодії. Для прикладу, В.Семиденко визначає привабливість як специфічне емоційне ставлення, що зумовлює прихильність однієї людини для іншої. Саме на цьому ґрунтується відданість один одному [8, 1]. Визначає феномен за психологічними показниками також Ніна Казарінова. Вона вважає, що симпатія- це надання переваги тій чи іншій людині, взаємна симпатія та тяжіння один до одного на основі привабливості особистості. За її словами:

«Симпатія, що виникає на основі привабливості – емоція» [8, 2]. Пов'язуючи симпатію із соціальним феноменом, Н. Казарінова визначає її як оцінну реакцію, яка надає перевагу процесу взаємодії з іншою людиною. Тобто симпатія – це певна соціальна установка. Схожим поняттям керувався також Т. Ньюком, який під привабливістю розумів певну соціальну установку, яка характеризується термінами знаку та інтенсивності.

Загалом, поняття привабливості розглядали у багатьох аспектах. Зокрема, багатозначності такому феномену надає Г. Гозман, визначаючи привабливість (атракцію) як механізм, що базується на почуттях однієї людини до іншої, ставленні однієї людини до іншої на основі соціальної установки та оцінці людини к складової міжособистісного сприйняття.

Схожими аспектами керувався також І. Кон, характеризує складові привабливості як:

- когнітивна складова;

- соціальна установка;
- емоційний фон міжособистісного сприйняття.

Загальноприйнята схема аналізу привабливості особистості характеризується такими пунктами:

1. Якості об'єкту атракції;
2. Співвідношення властивостей суб'єкта і об'єкта;
3. Особливості взаємодії;
4. Властивість суб'єкта;
5. Особливості ситуації;
6. Культурний контекст;
7. Час [2, 54].

Ці пункти відіграють важливу функцію у формуванні позитивного емоційно- оцінного ставлення однієї людини до іншої. Важливе також у цьому контексті вміння правильно оцінити співбесідника, адже сформувати симпатію означає викликати позитивне ставлення на основі його привабливості. Тому, важливим є виокремлення двох законів привабливості:

1) Зрозуміти – це не означає прийняти. Потрібно щоб ваші інтереси, цілі, мотиви дещо поєднувалися з позиціями вашого співрозмовника. Умовами прийняття виступають: а)несуперечливість до думки інших людей, їх бажанням та інтересам; б)необхідність показати те, що реалізація позитивної взаємодії сприятиме задоволенню потреб співрозмовника; в)хороше та позитивне ставлення до висловлювання об'єкта взаємодії.

2) Другий закон привабливості говорить про те, що у рівних умовах люди легше приймають позицію людини, до якої відчують симпатію, любов, прихильність, дружбу і важче сприймають люди, до яких є негативне ставлення

Сутність механізму формування симпатії полягає в тому, що при спілкуванні наші сигнали повинні: мати для партнера емоційне значення і таке значення повинне бути для нього позитивним; найкращим буде те, якщо сигнали для партнера будуть неусвідомленими, адже збільшується

вірогідність позитивного ставлення. У книзі Дейла Карнегі «Як завоювати друзів і впливати на людей» розглянуто сутність прийомів привабливості. Характеризуючи такі прийоми, можна виокремити важливість їхнього впливу на хороше сприйняття.

Отже, американський педагог-психолог розглядав такі прийоми привабливості особистості:

1. «Власне ім'я». Психологічний механізм прийому: а) ім'я людини супроводжує її усе життя, ім'я та особистість нероздільні; б) коли до людини звертаються не називаючи імені – це знеособлене звернення; в) прояв уваги до даної людини – це твердження його як особистості; г) якщо у людини є підтвердження того що вона особистість виникає почуття задоволення; г) людина завжди прагне до того, що викликає у неї позитивні емоції; д) якщо хтось викликає у нас позитивні емоції він притягує до себе тобто формує симпатію.

2. «Золоті слова». Психологічний механізм прийому: а) людина чує комплімент; б) виникає ефект навіювання; в) як наслідок навіювання це задоволення потреби виглядати не гірше за інших; г) задоволена потреба - позитивні емоції; г) прихильність до того хто ці почуття навіює.

3. «Жести». Важливим є розуміння невербальної комунікації співрозмовника, адже за її розумінням ви схильні співпереживати, копіюючи потрібні жести самостійно.

4. «Терплячий слухач». Що потрібно кожній людині при розмові? Інша людина, яка здатна вислухати розмову до кінця. У цьому секрет успіху.

5. «Приватне життя». Ви станете цікавим співрозмовником і викликатимете позитивне ставлення тоді, коли зацікавлено будете реагувати на нову інформацію, запам'ятовуючи деякі факти. Уважне ставлення також формує прихильність.

6. «Відстань». Важливим є розуміння межі вашої зони стосовно співрозмовника. Щоб не викликати зайвої агресії варто завжди надавати йому тримати свою зону комфорту.

7. «Просторове розташування». Психологи говорять про те, що важливо надати іншій людині простір для повної реалізації а тому найкращою є позиція знаходитися збоку один від одного, а не на одному щаблі.

8. «Дзеркало душі» Психологічний механізм прийому: а) привітне обличчя сповіщає людині про те, що ви її друг; б) у друга кожна людина вбачає прихильність та захист; в) однією з потреб людини є потреба в безпеці; г) коли потреба задовільняється це супроводжується позитивними емоціями; г) людина завжди прагне до того, що викликає у неї позитивні емоції; д) якщо хтось викликає позитивні емоції то він свідомо чи мимоволі формує атракцію [5, 51].

Ці механізми дозволяють встановити хороший зв'язок з іншою людиною, а також навчають правильності індивідуального підходу для кожної особистості. В.М. Куніцина вважає, що серед чинників які впливають на привабливість слід виокремити зовнішні та внутрішні, тобто ті які виникають у процесі взаємодії як міжособистісні визначники привабливості [9, 53].

До зовнішніх відносяться:

- ступінь вираженості у людини потреби в афіліації; емоційний стан партнерів спілкування;
- просторова близькість. У внутрішніх розглядаються: фізична привабливість партнера;
- стиль спілкування;
- схожість між партнерами по спілкуванню;
- прояв особистого ставлення до партнера у процесі спілкування.

Якщо розглядати чинники запропоновані зарубіжними психологами, то вони, окрім вищесказаних чинників виділяють ще самооцінку, рівень тривожності, мотиваційний статус, ситуативні властивості та стани, позитивні та негативні переживання, особистісні характеристики, особливості вербальної та невербальної поведінки, освіта, статус, рівень

інтелекту та інші.

Зокрема, слід зазначити що саме питання про вплив до себе на відношення до інших знайшло своє відображення і в психології, адже неодноразово підлягав дослідженню і спостереженню. Це питання вважається на сьогодні є досить актуальним, тому що не змогли і донині вчені пояснити сутність впливу самооцінки на привабливість особистості. Вважається що підвищення рівня міжособистісної атракції впливає на підвищення рівня самооцінки особистості. Самооцінка відіграє досить велику роль в управлінні об'єкта своєю поведінкою, визначення ним свого рівня домагань, забезпечує впевненість у собі та успішність своїх дій. Процес встановлення самооцінки не є кінцевим, адже людина схильна до постійної самоактуалізації та вдосконалення. Самооцінка – це вияв оцінного ставлення до себе. Вона є саморегулятором поведінки [11, 72]. І взагалі кожному з нас доводилося переживати відчуття сильного потягу до будь-якої людини. А тому, важливим є питання про те, на чому ґрунтується таке почуття сильного збудження!? Можна припустити що воно буває викликане лише фізичною привабливістю партнера, але результати соціально-психологічних досліджень показують що це не так. Така прихильність насправді може виступати лише страхом або тривогою, або іншою емоцією [7, 13]. Але якщо в таких ситуаціях є присутнім об'єкт для висловлення любові то таке визначення трактується як «сексуальна атракція». Є досить велика кількість даних, які свідчать про те, що коли людина відчуває сильні емоції, то сексуальна атракція виникає частіше та інтенсивніше. Спостереження доказують, що любов до протилежної статі пов'язана із ненавистю та болем. В роботі Тінбергена підтверджується зв'язок між агресією та сексуальною привабливістю. Він досліджував тварин і виявив, що в їх поведінці переплітаються залицяння та агресія. Аналогічне підтвердження є про людей у проведених експериментах Барклі. Ейрон висунув гіпотезу про те, що у присутності прийняттого об'єкту, сильні емоції завжди позначаються як формування симпатії або прихильного ставлення, причому індивід не

обов'язково повинен звертати свою увагу на обставини, які є причиною цих емоцій.

Згідно того, що привабливість виступає досить багатоаспектним явищем, досліджують її функції та чинники. З'ясувалося, що привабливість є першою ланкою у рівнях становлення позитивного емоційного ставлення, яка виявляється у симпатії. Тому, складниками формування позитивного атитюду є:

- 1) Симпатія;
- 2) Дружба;
- 3) Любов.

Отже, термін «привабливість» або «атракція» є досить новим феноменом. Його трактування характеризується як психологічними так і соціальними чинниками. Найзагальніше поняття визначає привабливість як оціночне ставлення стосовно інших людей на основі загальних понять про певні їх особистісні властивості. Такий процес ставить перед собою досить велике завдання, а тому супроводжується такими механізмами як: «власне ім'я», «дзеркало душі», «золоті слова», «жести», «терплячий слухач», «приватне життя», «відстань», «просторове розташування». Зокрема, на привабливість мають вплив як зовнішні так і внутрішні чинники. Вагомим чинником, як оцінне ставлення, виступає і самооцінка особистості. Також, з'ясувалося, що привабливість є першою ланкою у рівнях становлення позитивного емоційного ставлення, яка виявляється у симпатії. Рівнями становлення позитивного атитюду є: симпатія, дружба, любов.

2.2. Фактори формування позитивного емоційного ставлення.

Виникнення симпатії на основі привабливості особистості є особливою тематикою для емпіричних досліджень стосовно такого феномену. А що тоді сприяє виникненню позитивного емоційного ставлення до людини? Ці причини прийнято називати факторами формування позитивного емоційного ставлення. Привабливість може охоплювати великий спектр своїх ознак і формуватися оцінково стосовно інших людей. А що тоді може включати у себе феномен привабливості? Для одних це зовнішність, інші керуються певними духовними характеристиками особистості. Для нас важливим є зацікавити інших, сформуванню об'єктивну оцінку наших особливостей і доказати свою «привабливість». Фактори, що сприятимуть цьому доказу, є такими: фізична привабливість, поведінкові характеристики, просторова близькість, знайомство, доступність, очікування продовження взаємодії, подібність, взаємодоповнюваність, емпатія, сприяння досягненню особистісно значущих цілей, особистісна гармонія. Ці фактори тісно переплітаються із вищесказаними прийомами привабливості згадувані Дейлом Карнегі [9, 43].

Отже, фактори привабливості характеризуються наступним:

Фізична привабливість. В. Н. Панферов досліджуючи позитивний зв'язок між оцінною зовнішністю людини і його психологічними якостями, зробив висновок про те, що оцінка психологічних якостей яка дається однією людиною іншій на перших стадіях спілкування, у 84% випадків базується саме на основі оцінки зовнішності. Це дає підставу виокремити фізичну привабливість людини як одного із найвизначніших чинників формування позитивного емоційного ставлення. Цілком очевидним є те, що вплив зовнішньої привабливості кожного з нас є досить великим саме на етапі встановлення тісних взаємин. Зовні приваблива людина, на думку багатьох людей, наділена хорошими властивостями та якостями. І часто,

аналізуючи лише зовнішнє, ми вибудовуємо цілісну характеристику індивіда як особистості, вважаючи що ця особистість є привабливою у всіх аспектах життєдіяльності. Безумовним є той факт, що потрібно велику увагу приділяти зовнішнім ознакам кожному з нас, адже це сприятиме формуванню міцних стосунків. Фізична привабливість є підсилювачем формування позитивного емоційного ставлення[21, 3]. При відсутності такого фактору, мало кому захочеться приділити увагу нашому внутрішньому «Я». Фізична привабливість характеризується такими ознаками як: гарна зовнішність, чарівність, жіночність, приємна тілобудова і т.д.

Поведінкові характеристики. Звичайно що важливими є анатомічні ознаки які визначають фізичний вигляд людини, але слід виокремити і його функціональні ознаки і відмітити як окремий фактор чи ознаку привабливості. До них відносяться: жести, міміка, експресивність, імпульсивність, жестикуляція, хода, постава, голос і також мова. Складні психологічні утворення динамічно виражаються у зовнішньому вигляді і поведінці людини. Вони включають в себе конкретні характеристики міміки, пантоміміки, інтонації, темпу рухів, якості діяльності що є сигналами, які інформують іншу людину про психічні процеси особистості чи її стан. Важливим є одночасне і гармонійне використання цих функціональних ознак, адже непослідовність чи неправильність їх використання призводить до непорозуміння партнерів. Умовою успіху виступає розуміння особливостей психічних процесів іншої людини. Цей успіх передбачає формування вищих рівнів атракції.

Просторова близькість або дистанція спілкування. Чотири зони міжособистісного спілкування дають підстави для розуміння гармонізованої просторової близькості. Формування позитивного емоційного ставлення також визначається просторовою дистанцією між партнерами. Таким чином, констатуємо факти нашого життя, можна сказати про те, що саме зі збільшенням або наближенням від одного рівня

до іншого форм атракції змінюється також і дистанція нашого спілкування. Підбираючи особисту зону комфорту для спілкування людині стає комфортніше продовжувати взаємодію. Для прикладу, на третьому рівні атракції кожна людина відчуває комфорт із включенням в інтимну зону свого партнера. 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 в полі контролю і, навпаки, чим менш позитивні відносини тим більше джерел інформації необхідно контролювати на випадок негативного розвитку взаємин. І у загальному, перетинаючись з людиною у просторі кожен з нас має можливість на розвиток взаємовідносин з нею. Більшість людей схильні вважати, що:

«Якщо особистість дає мені простір, не тисне на мене, тоді мені ще більше хочеться з нею спілкуватися. Мені цікаво, це притягує...І така людина прекрасна та особлива».

Знайомство. Отже, знайомство є також одним із факторів привабливості. Адже відомо, що повторне надання багатьох стимулів може призвести до більш позитивного ставлення стосовно них. До прикладу, розглядання фотографій і реакція на зображуваних осіб стає більш позитивною при систематичному перегляданні цих фото. Невизначеність людини стосовно партнера ставить її у безвихідь адже з'являється одночасно почуття тривожності та зацікавленості як недостача інформації про особу. Задовільнивши потребу в інформації про особу, людина відчуває контрольованість у стосунках і це сприяє подальшому розвитку позитивного емоційного ставлення.

Доступність. Такий фактор передбачає відкритість людини до спілкування з іншими. Спілкування з людьми, яке не вимагає зусиль та напруженості звісно що сприймається більш позитивно. Таким прийомом формування привабливості чи прихильності часто користуються політичні діячі напередодні передвиборних компаній. Це сприймається людьми як вияв прихильності та відкритості, а тому формується і відповідно певна

симпатія. Та, слід пам'ятати про те, що якщо людина проявляє надмірну доступність і довгий час, то відповідно і рівень атракції стає нижчим.

Очікування продовження взаємодії. Звісно що такий фактор є визначальним, адже плани на майбутній розвиток взаємин підтримуються очікуваннями на кожні наступні зустрічі між особами. Здогадки про майбутні рівні розвитку стосунків збільшують привабливість особистості, звичайно якщо наміри і здогадки є позитивними.

Взаємність. Принцип взаємності характеризується проявом симпатії або антипатії. Відповідно принципу взаємності нам подобаються ті люди, яким подобаємося ми і навпаки. Та, все ж така універсальність не завжди дієва, адже зовсім не всі люди, що симпатизують нам можуть викликати позитивні емоції, як і не всі люди яким не подобаємося ми викликають виключно негативне ставлення. Багато досліджень стосовно взаємності доводять що особи з високою самооцінкою більш самодостатні, а люди у яких вона занижена більш схильні до дії цього фактора. Можна говорити про те, що вплив взаємності на формування привабливості може детермінуватися у прояві різних ситуацій. Якщо вплив взаємності ґрунтується саме на основі величини заохочення, то результат буде в більшій мірі залежати від ставлення до цього заохочення.

Подібність. Такий фактор характеризується і виявляється у позитивному ставленні до людей у схожості уподобань, вчинків, переконань. У рамках цього фактору дослідження стосувалися у схожості атитюдів, цінностей і певних переваг у будь-яких справах. Варто зазначити, що саме етап міжособистісного спілкування включає у себе факт виявлення подібності між особинами і має досить вирішальне значення для продовження розвитку позитивних взаємовідносин. Кожен з нас може погодитися що для кожної зустрічної людини під час прогулянки важливою задачею є знаходження спільної теми для розмови. Саме такий компонент робить великий вклад у наші стосунки з іншими людьми. Механізмом схожості виступає саме відповідність власного світогляду

особистості із світоглядом інших людей. Кожному з нас є властива необхідність у підтримці стосовно власних уявлень, принципів і важливий сам зворотній зв'язок взаємності. Підтвердження такої особливості збільшує привабливість людей, які приймають його. У випадку збігу наших поглядів з іншими людьми збільшується зона комфорту ваших відносин. Зокрема, у випадку поділу ваших уявлень та поглядів, виступає протилежний процес – формування негативних емоцій. Фактор подібності є універсальним у ознаках привабливості.

Взаємодоповнюваність. Противага теорії подібності стосується теорії яка доповнюється потребами. Дослідженнями було сформульовано твердження що люди часто виявляють схильність до встановлення тісних стосунків з тими, за допомогою яких вони отримують можливість бути більш пристосованими до певних умов чи вирішенням будь-яких важливих завдань. Це твердження виходило з гіпотези про те, що найчастіше ми у своїх стосунках прагнемо і шукаємо таких особистостей, які сприяють задоволенню наших найбільш значимих потреб для життя. На думку багатьох вчених, для більшості людей, така позитивна оцінка є компенсацією наших недоліків, які ми не схильні проявляти на зовні. Саме таким механізмом керується взаємодоповнюваність як доповнення актуальних потреб особистості іншими властивостями об'єкта відносин.

Емпатія. Недарма такий компонент є важливим для сприяння позитивних відносин під час спілкування. Емпатія являє собою співпереживання стосовно інших людей. Під час вияву емпатійних здібностей об'єкт відносин відчуває себе насамперед захищеним. А тому, наділяє вас усіма позитивними ознаками. Такі відносини дають змогу претендувати на більш високі рівні атракції, адже апатія знищує негативну напругу. Отримувати емпатійний зв'язок для більшості людей означає бути вдячним і взаємним у своїх вчинках. Хоча, емпатія не виявляє універсальності у факторах привабливості, тому що ефект буде позитивним лише тоді, коли вона буде очікуваною.

Сприяння досягненню особистісно-значущих цілей. Людина яка сприятиме досягненню ваших основних цілей у житті викликати досить високий рівень симпатії і стане авторитетом привабливості. Взаємодопомога і спільна праця надає зростання міжособистісним мотивам і цілям. Очевидно, що потенціал іншої людини стосовно досягнення значущих цілей надихає на результат а тому формує високу атракцію. Та, знову ж таки цей фактор може сприяти і негативному емоційному ставленню до об'єкта, адже захоплення компетентністю інших ставить під питання свої власні можливості. А тому, люди зазвичай не схильні звертатися за порадою до ідеалу лідерства і це не сприяє позитивному розвитку ставлення.

Особиста гармонія. Над таким фактором працював вчений Shultz, який представив потреби для гармонійних відносин. Він вважав, що гармонійне поєднання таких потреб як: включеність, прихильність і контроль сприяє розвитку високого рівня привабливості. Потреба включеності характеризується почуттями необхідності бути потрібними для інших, контроль має на увазі важливість у прийнятті визначних позицій, цілей, а потреба прихильності включає у себе потребу у соціальній афіліації та прийнятті суспільством людини як особистості. Shultz розробив методика яка визначає рівень фундаментальних міжособистісних відносин. Зокрема, вчений доказував необхідність взаємних зусиль для розвитку стосунків. За його словами, якщо один із партнерів не є зацікавленим у розвитку ваших відносин, то про вищий рівень міжособистісної взаємодії говорити не варто. Високий потенціал зацікавленості у взаєминах варто враховувати під час вибору партнера при спілкуванні, адже тільки так може гарантуватися позитивний розвиток емоційних відносин [8, 34].

Стосовно виявлених найбільш значимих факторів привабливості, є ймовірність, що наступні роки їх досліджень вноситимуть певні зміни. Адже помітними є дискусії вчених відносно універсальності кожного з цих

факторів.

Більшість чинників мають свої форми прояву залежно від ситуацій. Підстави прояву привабливості особистості є важливими факторами її вияву і підлягають соціально-психологічним дослідженням. Це такі фактори як: фізична привабливість, поведінкові риси, просторова близькість, знайомство, доступність, очікування продовження взаємодії, доступність, знайомство, подібність, взаємодоповнюваність, емпатія, сприяння досягненню особистісно значущих цілей, особистісна гармонія.

2.3. Привабливість як зовнішня особливість та підходи до її сприйняття

Приваблива зовнішність – це прекрасний подарунок долі, що допомагає досягти життєвого успіху. Проте більшість людей народжуються зі звичайною, нічим не примітною зовнішністю. І, тим не менш, вони нерідко добиваються в житті більшого, ніж ті, хто від природи наділений бездоганними зовнішніми даними. І навколо безліч тому прикладів. Ніхто не стане заперечувати, що для досягнення життєвого успіху необхідна віра в себе, в свої сили, впевненість в собі, як в особистості [28]. Приваблива зовнішність істотно допомагає знайти подібну впевненість, а це, в свою чергу, сприяє просуванню по шляху успіху. Імовірність досягнення успіху особливо велика у тих людей, які навчилися максимально виграшно подавати себе і оволоділи мистецтвом підносити себе як цікаву, варту уваги особистість. Як тільки ви вступаєте у взаємодію з яким-небудь людиною, і навіть раніше, як тільки ви потрапляєте в поле його зору, він відразу ж певним чином сприймає вас і свідомо, а частіше несвідомо, дає вам ту чи іншу оцінку. І це, найперше враження, програмує його подальше ставлення до вас, формує в його свідомості модель ваших майбутніх взаємин.

Якщо жінка від природи не наділена особливою красою, але зі смаком

одягнена і причесана, виглядає доглянутою, випещеною та елегантною, то в такому випадку весь її вигляд говорить про те, що вона ставиться до себе з повагою. Це виражається в її небайдуже ставлення до того, як вона виглядає, і визначається поважних словосполученням «стежить за собою». У такому випадку і навколишні буду ставитися до неї відповідно. Адже те, як сама людина до себе ставиться, завжди передається оточуючим. Відомо, що люди не стежать за собою, не користуються повагою з боку оточуючих. Всі ми знаємо приклади, коли деякі персони, цілком віддаються своїм захопленням або професійним заняттям (наприклад, науковим дослідженням і т.д.), не цікавляться модою, стежать за собою недостатньо ретельно. В очах оточуючих вони нерідко виглядають диваками. І тільки лише після того, як їм вдається домогтися значних успіхів у своїй справі, після того, як вони завойовують громадське визнання, навколишні перестають помічати недоліки їхньої зовнішності.

Привабливий, доглянутий вигляд сам по собі ще не гарантує життєвого успіху. Але він у великій мірі допомагає досягти його, причому у всіх областях: в особистому житті, в роботі (кар'єрі), у взаєминах з оточуючими. Якщо ви не шкодуєте зусиль і завжди постаєте перед людьми в привабливому вигляді (доглянутому, акуратному, елегантному і т.д.), то люди відчують, що ви ставитеся до них з повагою, зважаєте на їх думкою, коротше кажучи, вони розуміють, що вони вам небайдужі. І, природно, відповідають вам тим же [8, 34]. Неважливо, висловлюють вони це чи ні, але вони, без сумніву, дають вам позитивну оцінку і виділяють вас серед оточуючих. Треба відзначити, що зараз люди стали особливо чітко розуміти, наскільки важливий зовнішній вигляд для досягнення життєвого успіху. В останні роки жінки і чоловіки, які стрімко просуваються по суспільній драбині (наприклад, в кар'єрі, бізнесі і т.д.), усвідомили, наскільки важливий їхній зовнішній вигляд. Вони готові на багато чого, щоб удосконалювати свою зовнішність, наприклад, займаються спортом, скидають зайву вагу, відвідують салони краси тощо.

Можна поглянути на наших естрадних зірок (я наводжу їх у приклад тому, що вони знаходяться на виду, і їх зусилля по самовдосконаленню всім добре помітні). Люди зрозуміли, що зовнішня привабливість – це суттєвий компонент конкурентоспроможності на життєвому ринку, де всі ми є свого роду товаром.

У дослідженнях К.Фоменко визначено два підходи до сприйняття людиною власної зовнішності:

Перший – тіло (об'єкт, що має форму та розміри) і пов'язаний з когнітивним сприйняттям зовнішності (якісні характеристики сприйняття тіла).

Другий – тіло як носій особистих та соціальних сенсів, в основі якого емоційне ставлення до власної зовнішності. [3, с.15].

Часто у психологічній літературі вживають термін bodyage (феномен тілесного образу), що складається з трьох компонентів:

- перцептивного (уявлення про власну зовнішність);
- оцінкового (установки щодо свого тіла)
- поведінкового (відображає міру впливу сприйняття свого тіла на поведінку індивіда).

Дослідження тілесного образу доводять, що 70% дівчат підліткового віку незадоволені хоча б одним аспектом власної зовнішності, у підлітковому віці незадоволеність своєю зовнішністю у хлопчиків збільшується, а дівчат – навпаки Існує зв'язок між самооцінкою і об'єктивними оцінками привабливості людини. Варто зазначити, що тілесний образ є динамічним утворенням, особливо різка зміна тілесного ідеалу відбувається в період вагітності у жінок, а мінливість його відстежується у тих, хто активного займається вдосконаленням зовнішності.

Варто зазначити, що пік незадоволення власною зовнішністю у жінок припадає на 18-21 рр., а в чоловіків 18-21 рр.

А. А. Демідовим та Д. А. Дівеєвим визначено чотири основні підходи до точності сприйняття людини за виразом її обличчя: фізіономічний,

диспозиційний, конфігураційний, системний.

Фізіогномічний підхід склався понад 2500 років тому та представлений мистецтвом фізіономіки, яка і в наш час не втрачає своєї актуальності, хоча і вийшла за рамки наукових досліджень. Сутність фізіогномічного підходу полягає у тому, що існує взаємозв'язок між елементами обличчя та рисами характеру. Представниками даного підходу є античні філософи (Піфагор, Платон, Плутарх, Аристотель, Тацит, Гален, Гіппократ), середньовічні вчені (Авіценна, І. Д. Скотт, Леонардо да Вінчі, Ф. Бекон та інші), однак розквіт фізіономіки припадає на 18-19 століття, коли Ч.Беллом, Ч. Дарвіном, Г. Дюшеном, І. Г. Лафатером, І. О. Сікорським було систематизовано досвід вивчення співвідношення між рисами обличчя та якостями характеру.

Диспозиційний підхід стверджує, що прямого зв'язку між рисами обличчя та рисами особистості не існує. Сприйняття психологічних властивостей комунікатора здійснюється шляхом ментального конструювання його образу. Як головні детермінанти побудови образу іншої людини виступають соціальні установки, стереотипи, атрибуції, проекції особистості, що спостерігає. Прикладами встановлених диспозиційним підходом здобутків є наступні психологічні закономірності: наприклад, людина в окулярах виглядає більш освіченою та розумною, або чоловік, що має бороду, виглядає більш мужнім, агресивним, маскулітним, домітантним, сильним, самовпевненим.

У конфігураційному підході як фізичні характеристики особистості розглядаються не окремі елементи та співвідношення між ними, а інтегральні характеристики, або гештальти, такі як привабливість, патерн «дитячого обличчя», маскулітність/фемінність обличчя. Зокрема у дослідженні Л. МакАртура показано, що рисами дитячого обличчя є високе чоло, високо розташовані брови, великі очі, маленьке підборіддя, а дорослі з дитячим обличчям сприймаються як молодші, слабкіші, привабливіші, ніж дорослі зі звичайними обличчями [21]. У дослідженні М. Каннінгема показано, що людина з квадратними щелепами сприймається як замкнута, відчужена, має

велику фізичну силу, незалежна, а людина з мигладевидними очима – як фемінна, має низьку агресивність [5, 16].

Системний підхід представлений дослідженнями, спрямованими на вивчення засобів пізнання складноорганізованих об'єктів. Представники системного підходу розглядають психологічну оцінку іншої людини за виразом її обличчя як функцію особистісних особливостей спостерігача та фізичних характеристик особи- комуніканта. Вираз обличчя у цьому підході розглядається як складна динамічна система, що має різні «фізіогномічні» прошарки, які взаємодіють один з одним та передбачають закономірну динаміку розвитку. Під виразом обличчя представники даного підходу розуміють не лише експресію, що належить до поверхового фізіономічного прошарку, а й характерологічний вираз, тобто глибинний прошарок, представлений формою обличчя, співвідношенням та розташуванням його внутрішніх структур, які найбільшою мірою виражають темпераментно-характерологічні властивості людини. Стійкі патерни обличчя, які формуються протягом багатьох років, утворені його деформаціями, виражають серединний фізіономічний прошарок (зморшки, вираз очей, характерні лінії чола тощо). Фоновий прошарок – це вираз обличчя, який підкреслює або маскує психологічні особливості індивідуальності та зумовлений етнічною належністю, хворобою, дефектами обличчя, макіяжем, татуваннями, оздобленням обличчя тощо.

Другий підхід до вивчення сприйняття людиною власної зовнішності сфокусований на цінності, яку люди приписують різним частинам свого тіла. Вивченню «цінності» тіла та його частин присвячені такі експерименти, в яких, наприклад, досліджуванним потрібно було оцінити в доларах вартість кожної частини тіла або класифікувати відповідно до їх значимості частини тіла. В результаті серії подібних досліджень були отримані такі дані [7, 23]:

- люди найвище оцінюють такі частини тіла, як нога, око і рука;
- психічно хворі суб'єкти «дешевше» оцінювали тіло, ніж нормальні випробовувані;

- жінки оцінюють тіло «дешевше», ніж чоловіки;
- цінність тіла не залежить від економічного статусу досліджуваних;
- фізична хвороба або каліцтво значно змінюють суб'єктивну цінність різних частин тіла, зміна цінності залежить від ступеня пошкодження частини і від її колишньої суб'єктивної значущості;
- цінність окремих тілесних якостей може змінюватися під впливом суспільних процесів.

Інша частина робіт в межах емоційно-ціннісного підходу до тіла спрямована на аналіз зв'язку між емоційно-ціннісним ставленням до своєї зовнішності і різними змінними Я-концепції. Для вирішення цього завдання використовуються методики, запропоновані С. Журардом і Р. Секорд: «Шкала ставлення до тіла» і «Шкала самоствавлення». У першій випробувані повинні оцінити за семибальною шкалою «подобається – не подобається» 46 частин і якостей власного тіла. Сумарний показник задоволеності тілом порівнюється із загальним показником задоволеності собою, отриманим за допомогою другої методики, в якій піддослідним необхідно було оцінити власні психологічні якості [5, 314].

Серія подібних досліджень показала, що:

- 1) існує висока позитивна кореляція між задоволеністю зовнішністю і задоволеністю собою;
- 2) певні зони тіла впливають на самооцінку і ступінь самоповаги особистості;
- 3) існує висока міра залежності між рівнем особистісної депресії і мірою незадоволеності зовнішністю;
- 4) існує прямий зв'язок між задоволеністю тілом і відчуттям особистісної захищеності, а також між успішністю самореалізації та оцінкою власної зовнішності [8, 5-12].

У межах емоційно-ціннісного підходу до зовнішності особливий інтерес викликає проблеми оцінки привабливості та визначення

психологічного змісту поняття атрактивності.

У психологічних словниках, зокрема у В. П. Зінченка та Б. Г. Мещерякова психологічна атрактивність визначається як властивість об'єкта привертати, притягати увагу до себе та викликати інтерес або як властивість об'єкта, що викликає до себе симпатію й довіру інших людей. Т. В. Данильченко визначає атрактивність особистості як комплексну характеристику зовнішності, що помічається суб'єктами при формуванні першого враження, поряд із зовнішнім виглядом, експресивними проявами, особистісними рисами та характеристиками, що проявляються у взаємодії з людьми. Атрактивність автор пов'язує з чарівністю, сексуальністю, вродою та показує кореляційні зв'язки між цими та іншими параметрами особистості.

У дослідженні А. М. Кленчу подано декілька підходів до визначення атрактивності у психологічній науці [9]. Перший підхід полягає у лінгвістичному аналізі цього поняття, оскільки проблема визначення його змісту ускладнена неоднозначністю тлумачення у слов'янських мовах. Наприклад, близьке до атрактивності російське слово «обаятельность» не має прямого та однозначного еквівалента перекладу українською мовою (чарівність, привабливість, принадність, вродою тощо), а під час перекладу це

Слово ототожнюється, скоріше, з привабливістю. У ході дослідження А. М. Кленчу для еквівалента атрактивності було обрано українське слово «принадність» і було встановлено, що у латинській мові для досліджуваного явища існує поняття – «*attractio*», у французькій мові – «*attractivité*», у німецькій – «*Attraktivität*», в англійській – «*attractiveness*» (атрактивність). Досліджуване поняття є похідним і безпосередньо семантично пов'язаним з терміном «атракція» (лат. *atrahere*, англ. *attraction*).

У межах другого підходу атрактивність розглядається як неусвідомлювані буденні уявлення про наділеність певних індивідів надприродними якостями (чарівністю, принадністю, вродою, загадковістю, зворушливістю) [7, 273]. Цей підхід має міфологічне коріння, оскільки

відображає несвідому матрицю суспільної свідомості і підтверджується дослідженнями психодинамічного напрямку. У дослідженнях О. І. Агеїчевої та Л. Я. Гозман [4] поняття атрактивність відноситься до «імпліцитної теорії особистості», яка описує даний феномен на рівні буденних уявлень про взаємозв'язок між властивостями та рисами особистості, що функціонують як неусвідомлені інтуїтивні установки (очікування) індивідів. Л. Я. Гозман вказує, що «звертаючись до самого змісту феномена атракції, ми орієнтуємось спочатку на інтуїтивні, «позанаукові» уявлення про неї, бо, зрештою, саме факт присутності атракції в реальному житті до її вивчення й визначення та незалежно від цього є стимулом до наукових досліджень» [12, 4].

По-третє, атрактивність ототожнюється із зовнішньою привабливістю, яка невербальними особливостями невербального аспекту міжособистісного сприймання класиків психології соціальної перцепції Г. М. Андрєєвої, В. О. Лабунської, В. П. Морозова, П. М. Якобсона, П. Екмана розкрили провідне значення експресивності у детермінації привабливості. У дослідженнях С. Васильова [3] та В. І. Кочнєва [10] підкреслено, що привабливою є людина, фізична краса якої посилюється одухотвореним поглядом, виразною мімікою та емоційністю голосу. Авторами на рівні теоретичного узагальнення робиться висновок, що привабливість відноситься до соціального продукту, а при сприйнятті привабливої людини важливим є невербальний компонент.

Четвертий підхід розглядає атрактивність як характеристику особистості, що притягує до себе оточуючих людей, повертає до себе увагу та прихильність (властивість об'єкта атракції). Даний підхід, перш за все, ґрунтується на соціально-перцептивних особливостях взаємодії: феноменах атракції, міжособистісної привабливості, симпатії та прихильності, розкритих у дослідженнях О.О. Бодальова, Л.Я. Гозман, М. Карлінса, З.О. Кіреєвої, Я.Л. Коломінського, І.С. Кона, В.Ф. Моргуна, О.О. Нікітіної, М.М. Обозова, Ю.О. Приходько, В.А. Семиченко, В.В. Століна, В.М. Фомічової, Дж. Шафера та інших зарубіжних і вітчизняних психологів. У межах цього

підходу окрема увага приділяється феномену атракції, яка за аналізом багатьох зарубіжних авторських концепцій (Е. Аронсон, Е. Бершейд, Д. Бірн, Д. Клор, К. Дайон, С. Дак, Д. Левінгер, М. Лернер, А. Лотт, Б. Лотт, Т. Ньюком, З. Рабін, П. Розенблат, У. Стробе, Т. Хьюстон та ін.) може розглядатись як установка щодо привабливості особистості.

Отже, приваблива зовнішність – шлях до успіху, можливість реалізації у всіх сферах життєдіяльності. У психологічній науці існує два основні підходи до вивчення сприйняття людиною власної зовнішності, перший з яких присвячений вивченню точності сприйняття свого тіла. У межах цього підходу в оцінці точності сприйняття людини за виразом її обличчя визначено фізіономічний, диспозиційний, конфігураційний, системний наукові напрями досліджень. Другий підхід до вивчення сприйняття людиною власної зовнішності – емоційно-ціннісний – сфокусований на цінності, яку люди приписують різним частинам свого тіла. Інша частина досліджень в межах цього підходу спрямована на аналіз зв'язку між емоційно-ціннісним ставленням до своєї зовнішності і різними змінними Я-концепції, а також визначення факторів привабливості, розуміння психологічного змісту поняття атрактивності.

Висновок до Розділу II

Охарактеризували особливості соціально-психологічного визначення терміну привабливості (атракції) та її особливості. «Привабливість» або «атракція» є досить новим феноменом. Його трактування характеризується як психологічними так і соціальними чинниками. Найзагальніше поняття визначає привабливість як оціночне ставлення стосовно інших людей на основі загальних понять про певні їх особистісні властивості. Такий процес ставить перед собою досить велике завдання, а тому супроводжується такими механізмами як: «власне ім'я», «дзеркало душі», «золоті слова», «жести», «терплячий слухач», «приватне життя», «відстань», «просторове розташування». Зокрема, на привабливість мають вплив як зовнішні так і внутрішні чинники. Вагомим чинником, як оціночне ставлення, виступає і самооцінка особистості. Також, з'ясувалося, що привабливість є першою ланкою у рівнях становлення позитивного емоційного ставлення, яка виявляється у симпатії. Рівнями становлення позитивного атиюдю є: симпатія, дружба, любов.

Проаналізували фактори формування позитивного емоційного ставлення, а саме: фізична привабливість, поведінкові риси, просторова близькість, знайомство, доступність, очікування продовження взаємодії, доступність, знайомство, подібність, взаємодоповнюваність, емпатія, сприяння досягненню особистісно значущих цілей, особистісна гармонія.

Розкрили привабливість як зовнішню особливість та підходи до її сприйняття. Приваблива зовнішність – шлях до успіху, можливість реалізації у всіх сферах життєдіяльності.

Психологічна наука розглядає атрактивність з позиції сприйняття людиною своєї зовнішності і сприйняття зовнішності, що базується на емоційно-ціннісному компоненті.

РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНО-ПЕРЦЕПТИВНОЇ УСТАНОВКИ

3.1. Характеристика психологічного інструментарію та вибірки дослідження.

З метою детального дослідження прояву феномену атракції, фізичних показників привабливості у залежності від індивідуально-психологічних особливостей особистості ми провели емпіричне дослідження. Вибірка дослідження складала 30 людей, з яких 15 дівчат і 15 хлопців. Вік досліджуваних сягав 19-23р.

Для нашого емпіричного дослідження ми використали наступні методики:

1. 16-факторний особистісний опитувальник Р. Кеттела. Мета-виявлення індивідуально-психологічних особливостей особистості.
2. Методика «Взаємовідносини». Мета-діагностика соціально-перцептивної установки особистості стосовно інших людей.
3. Анкета для виявлення особливостей фізичної атракції у проявах «ідеальна жінка» та «ідеальний чоловік». Мета – дослідити фізичні показники зовнішності ідеального чоловіка та ідеальної жінки.

16-факторний особистісний опитувальник Р.Кеттела дозволяє визначити індивідуально-психологічні особливості особистості. За допомогою нього можна діагностувати риси, які називають конституційними. Основні фактори опитувальника: Фактор «А», Фактор «В», Фактор «С», Фактор «Е», Фактор «А», Фактор «G», Фактор «Н», Фактор «I», Фактор «L», Фактор «M», Фактор «N», Фактор «O», Фактор «Q1», Фактор «Q2», Фактор «Q3», Фактор «Q4».

Методика «Взаємовідносини» спрямована на визначення соціально-перцептивної установки особистості щодо інших людей. Вона складається із 16 прислів'їв. Дана форма народної творчості завжди містить в собі певну думку, висновок, а також носить повчальний характер. Відображаючи узагальнений людський досвід, прислів'я формують

культуру поведінки та стиль життя, допомагають людині зрозуміти і пояснити поведінку інших людей, в тому числі і таку, яка не завжди є конструктивною і позитивною в очах оточуючих (наприклад: «яблуко від яблуні недалеко падає»; «на злодієві і шапка горить»), а також формують певні переконання, погляди, які можуть допомогти уникнути несподіваних неприємностей (наприклад, «від добра добра не шукають»).

Знайомство людини з прислів'ям або актуалізує у неї відповідний життєвий досвід і тоді вона погоджується з прислів'ям, або суперечить її життєвому досвіду, внутрішнім переконанням і тоді людина не погоджується з ним. Тим самим, згода з одними прислів'ями та незгода з іншими дозволяє виявити притаманні людині внутрішні установки, які зумовлюють її поведінку в певних ситуаціях.

Високі показники (від 22 до 32 балів) свідчать про те, що випробуваному властиві по відношенню до інших людей (в відповідність з функціями соціально-перцептивної установки) властива емпатія, бачення лише позитивного в інших.

Середні показники (від 11 до 21 балів) говорять про відкритість, довірливість і доброзичливість до інших людей.

Низькі показники (від 0 до 10 балів) свідчать про підозрливість та ігнорування інших людей, їх емоційне неприйняття.

3.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження.

Дослідження проводилося серед хлопців та дівчат віком від 19 до 23 років. Інтерпретація результатів дослідження дозволила сформулювати наступні положення.

Отримані дані особистісного 16-факторного особистісного опитувальника Р.Кеттела на виявлення індивідуально-психологічних особливостей особистості свідчать про те, що у досліджуваних найбільш вираженими є фактори А (M=19,89); Н (M=17,32); L (M=17,11) та фактор N (M=16,87). На другій сходинці фактори Q4 (M=14,83); Q3 (M=13,32); O

($M=12,43$). Третій сходинці належать фактори I ($M=10,88$); G ($M=10,34$); C ($M=9,87$). Найменш вираженими виявилися фактори Q1 ($M=8,45$) $M(M=7,78)$ та фактор В ($M=6,34$). Нижче наведені результати відсоткового значення індивідуально-психологічних особливостей у факторах.

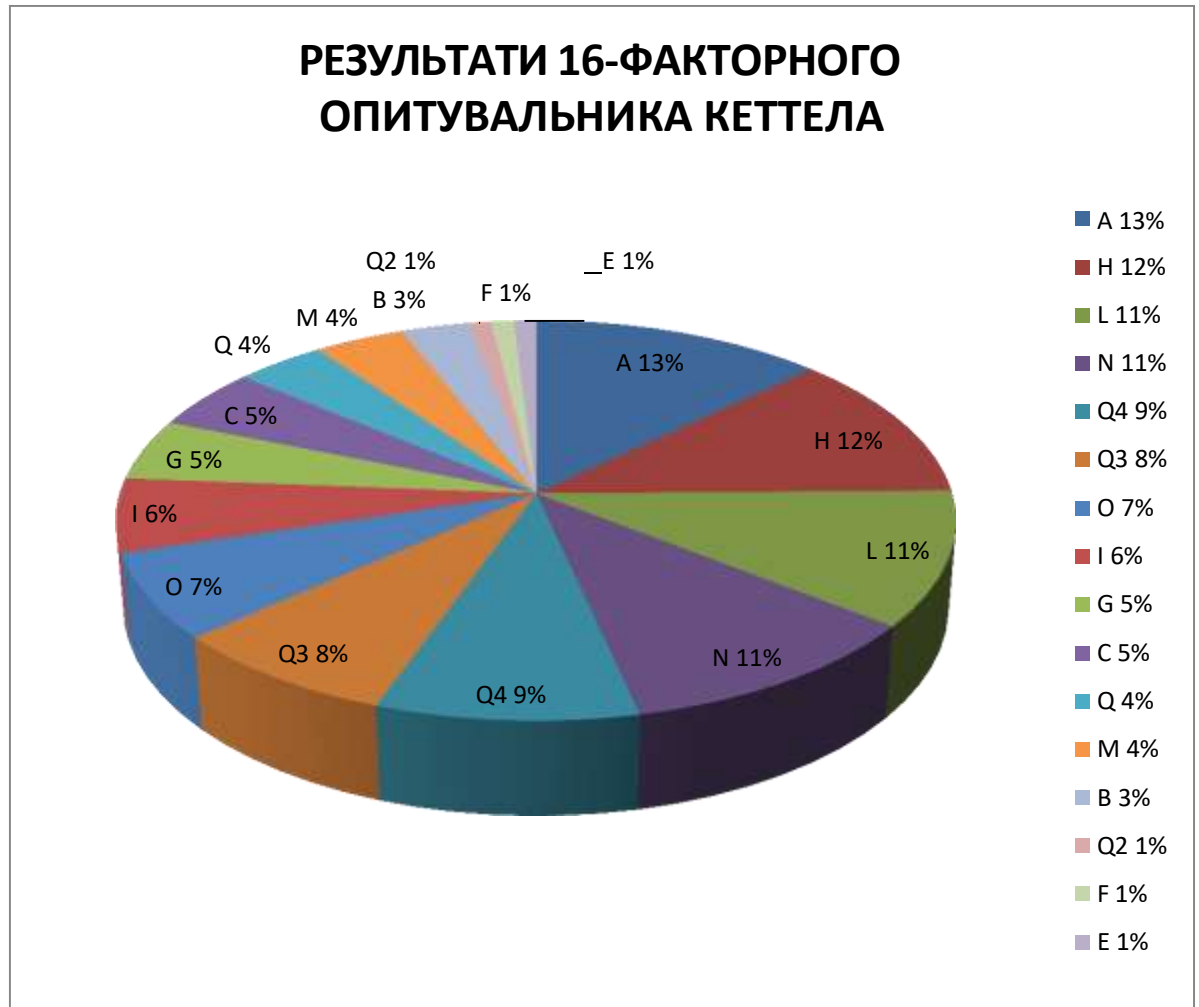


Рис.3.1. Діаграма Кеттела

Отримані результати свідчать про те, що серед досліджуваних домінуючими характерними особливостями виступають: комунікативність, сміливість, домінантність, підозрілість. Це пов'язано із тим, що такі особистості є легкими у спілкуванні і пристосованими. Вони є багатими на емоційні прояви, природність та невимушеність поведінки. Люди на полюсі афектотимії добре уживаються в колективі, їм подобається працювати з людьми. Вони з готовністю беруть участь у громадських заходах. Особистості є чуйними і люблять бути соціально включеними. Така людина вважає всіх інших добрими та хорошими, відверто розповідає про себе,

навіть малознайомим людям, легко довіряє їм власні потаємні мрії та матеріальні цінності. У колективі завжди весела, не заздрісна, лагідна, щиро турбується про своїх друзів, не прагне конкурувати з ними, виділитися.

Найменш виражені фактори в особистісному опитувальнику говорять про те, що особа наділена: практичністю, радикальністю і високим інтелектом. Такі особливості пов'язані з тим, що вона є зібраною, кмітливою, не довіряє, а намагається перевірити. У людей наявні інтелектуальні і аналітичні думки. Вони люблять експериментувати і втілювати свої ідеї, а також важливим є те, що особистість має терплячість до усяких незручностей.

Визначення соціально-перцептивної установки особистості

Отже, у визначенні соціально-перцептивної установки особистості також взяли участь 30 людей. Отримані дані методики «Взаємовідносини», показали наступні результати.

Отримані результати свідчать про те, що у 60% опитуваних- середній рівень установки, що зумовлює її поведінку у тих чи інших ситуаціях. У 25% опитуваних високий рівень і 15% людей проявляють низький рівень соціально- перцептивної установки.(Див. Рис.3.4)

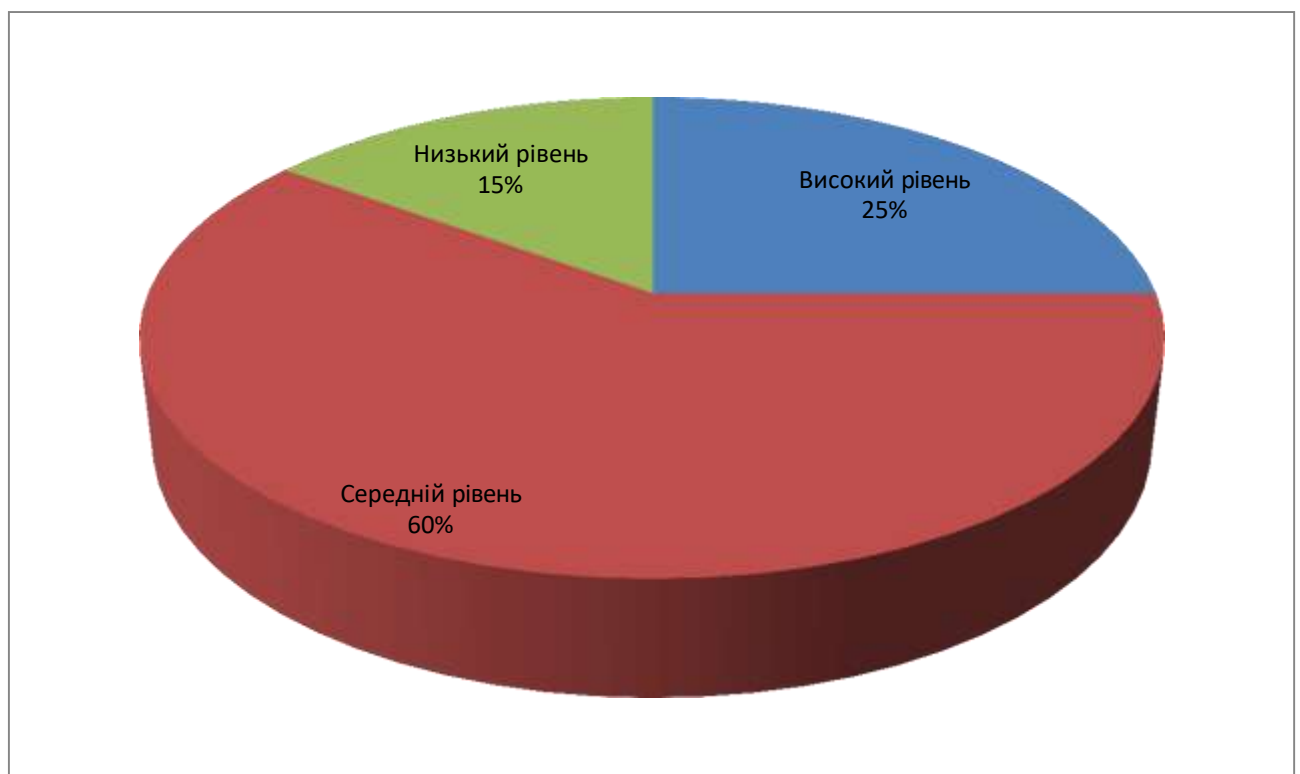


Рис.3.4. Діаграма рівня соціально-перцептивної установки

Середній рівень соціально-перцептивної установки тісно пов'язаний і корелює з наступними факторами, які були виявлені в результаті проведення особистісного опитувальника Р. Кеттела: Фактори А($r=0,878$), F($r=0,762$), Н($r=0,754$), L($r=0,454$), N($r=0,344$). На підставі таких результатів, були побудовані кореляційні матриці.



Тому, у відповідності до прямого кореляційного зв'язку, даних факторів, середній показник говорить нам:

- 1) про прагнення випробуваного до близьких і довірчих відносин, співпраці, щирості;
- 2) старанні зрозуміти іншу людину;
- 3) прагнення враховувати індивідуально-психологічні особливості інших людей;
- 4) протиріччя з іншими або відсутні, або конструктивно вирішуються.

Кореляція, яка була виявлена у низькому рівні соціально-

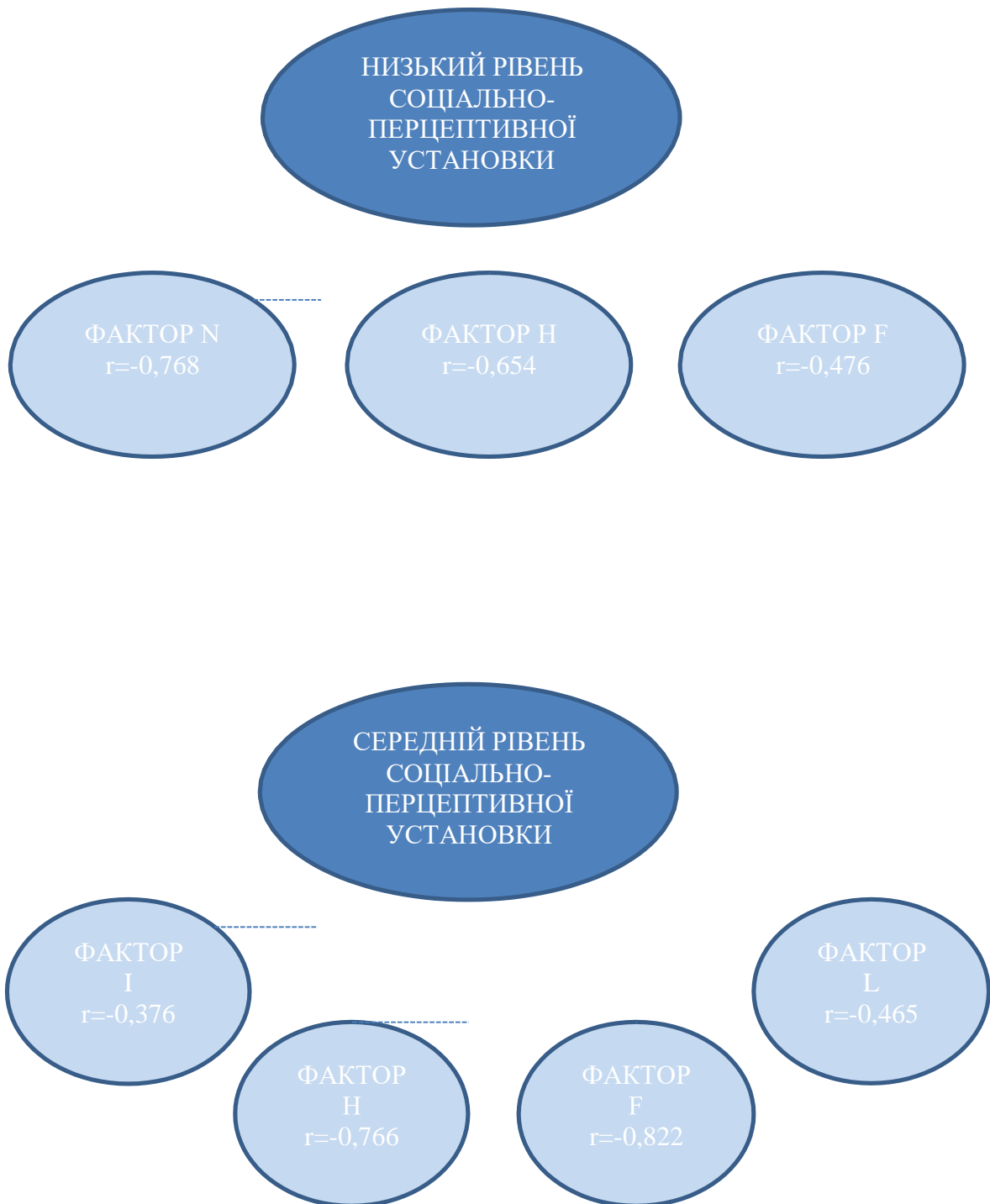
перцептивної установки стосується наступних факторів-А($r=0,832$), F($r=0,822$), Н($r=0,345$), L($r=0,579$), О($r=0,323$). На підставі таких результатів, були побудовані кореляційні матриці.



У відповідності до прямого кореляційного зв'язку даних факторів, низький показник свідчить про те, що випробуваному властиві по відношенню до інших людей:

- 1) підозрілість, очікування негативного ставлення до себе, готовність бачити перш за все негативні прояви в поведінці оточуючих, ігнорування їхніх успіхів і досягнень;
- 2) навішування негативних ярликів, приниження рівня здібностей;
- 3) емоційне неприйняття, критика, іронія, зловтіха;
- 4) звинувачення на адресу інших використовуються для обґрунтування і виправдання своїх негативних дій (агресії) щодо них.

Зворотній кореляційний зв'язок для низького показника соціально-перцептивної установки прослідковується у факторах N($r = -0,768$), H($r = -0,654$), F($r = -0,476$). Середній показник описує зворотній кореляційний зв'язок у таких факторах як F($r = -0,822$), H($r = -0,766$), I($r = -0,376$), L($r = -0,465$). На підставі таких результатів, були побудовані кореляційні матриці.



Такі результати виступають наслідком того що, маючи високий рівень соціально-перцептивної установки, особистість не наділяється такими характеристиками як: підозрілість, інтровертованість, презирство. Низький же рівень установки свідчить про те, що людина бачить негативізм у інших особистостях, є підозрілою і байдужою стосовно інших. Тому, для такої особистості не є характерними: емпатійність, контактність, відкритість, готовність до співпраці.

Дослідження зовнішніх проявів атракції

Досліджуючи феномен атракції я виділяла особливість фізичної привабливості, а тому вирішила дослідити «ідеального чоловіка» та «ідеальну жінку» в очах протилежної статі на основі зовнішніх ознак. Важливим у складеній самостійно, анкеті є фактор соціально-перцептивної установки. Адже, саме він є ключовим у формуванні ідеалу як для чоловіків, так і для жінок. Установка дає можливість пізнати і прийняти особистість з усіма індивідуально-психологічними особливостями. Отже, у вибірці із 30 досліджуваних було 15 хлопців і 15 дівчат. Тому результати анкетування є наступними:

Щодо особливостей фізичної привабливості чоловіків для жінок

Для 40% опитуваних жінок колір волосся не є важливим і їм без різниці, та 40 % жінок обрали брюнетів. Найнижчими показниками характеризуються хлопці у яких волосся є фарбоване в інший колір (Див. Рис.1).

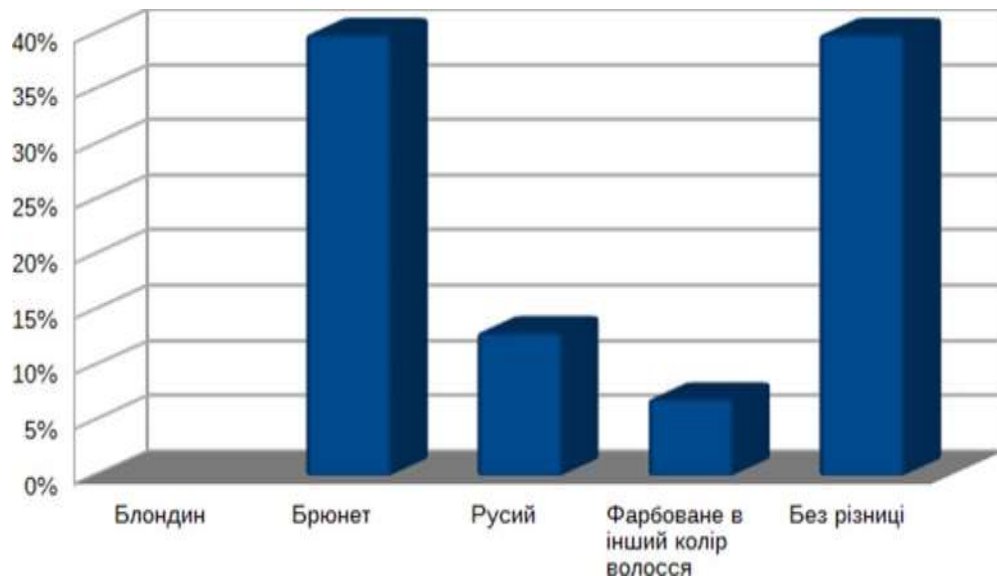


Рис. 3. 1. Колір волосся

60% жінок надають перевагу вищим за них чоловікам і 33% без різниці (Див рис.3.2).

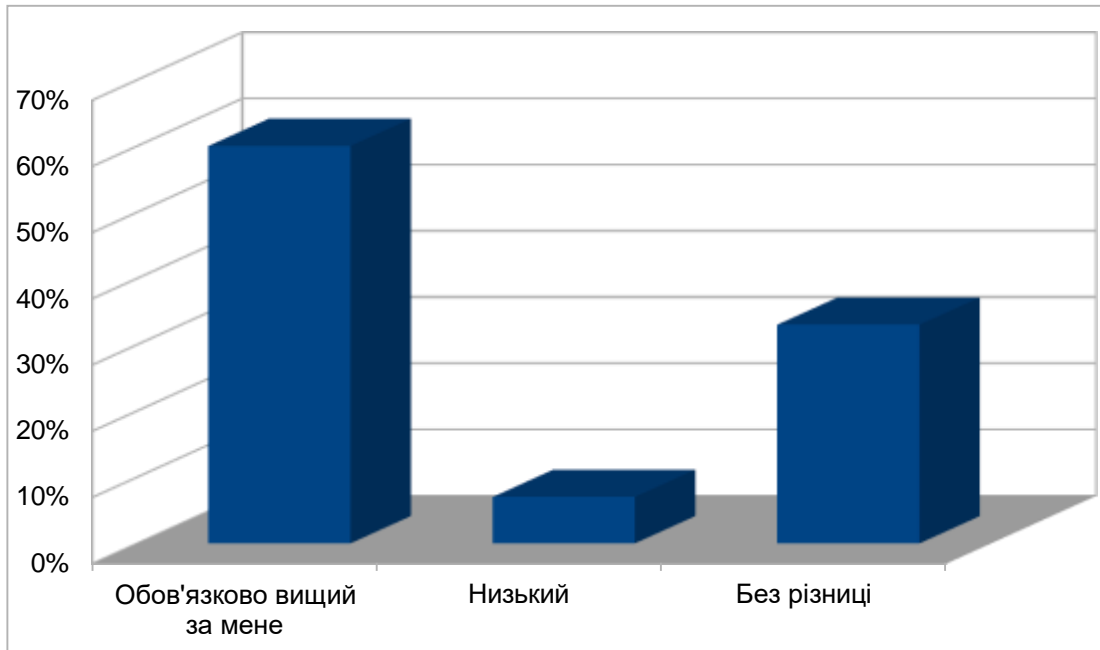


Рис. 3.2 Ріст

Однозначними є відповіді щодо особливостей чоловічої тілобудови, адже 100% опитуваних жінок обрали широкоплечих, з добре розвинутими м'язами і середньою вагою хлопців (Див рис.3.3).

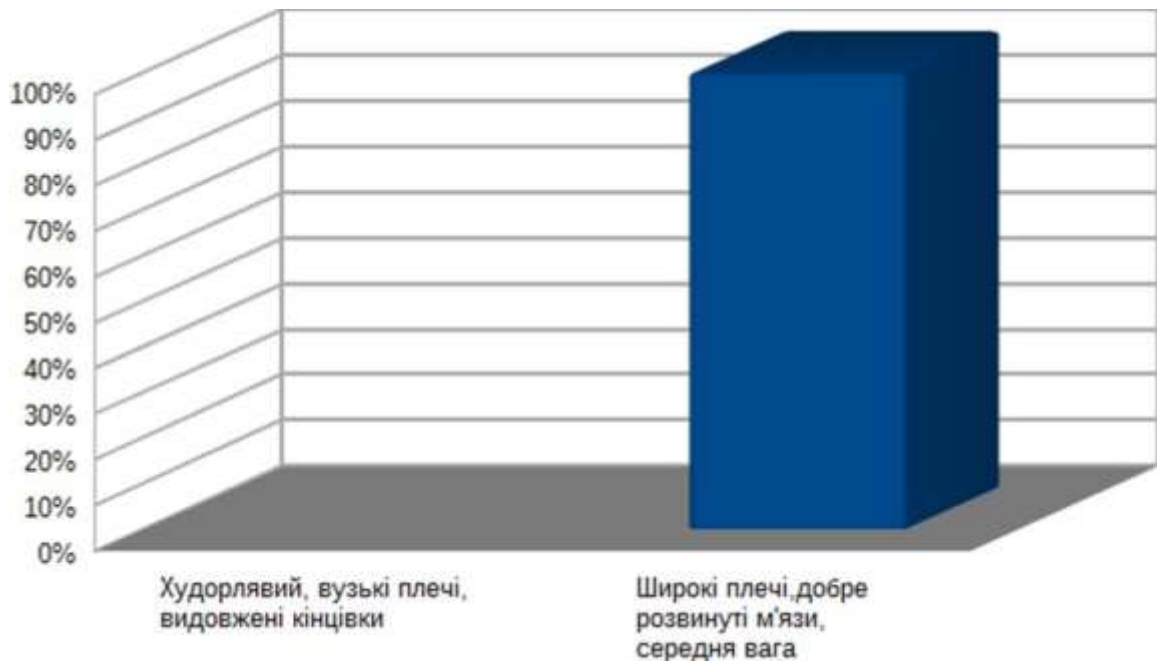


Рис. 3.3 Тілобудова

73% жінкам подобається овальний тип обличчя, і 13% надають перевагу круглому типу (Див рис.3.4).

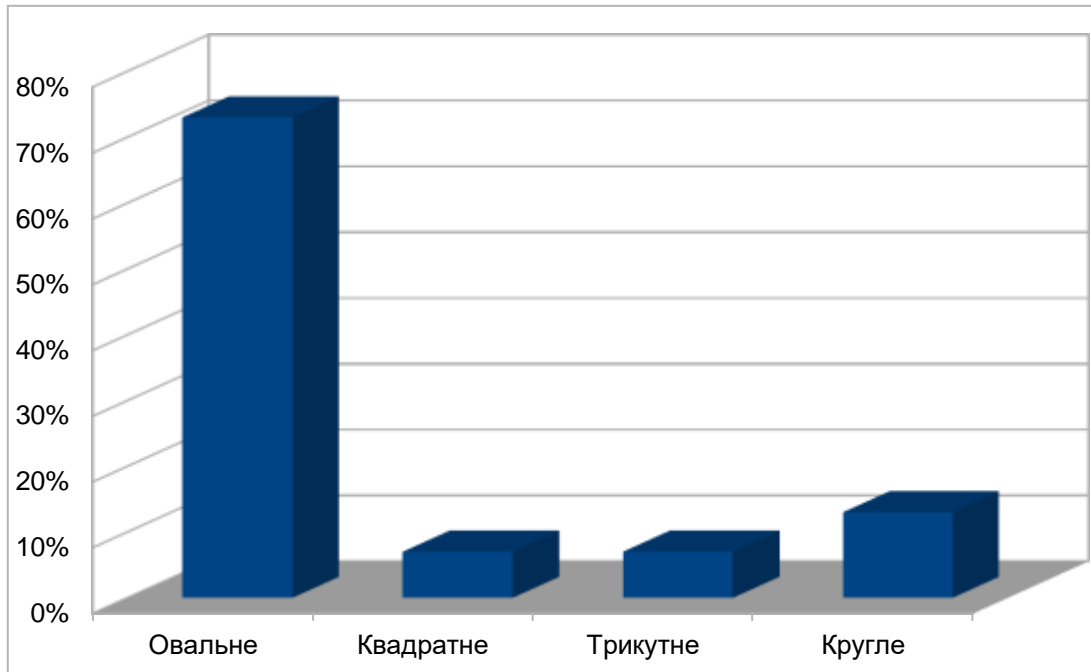


Рис.3.4 Форма обличчя

Кольору очей жінки не надають великого значення, тому 67% опитуваним без різниці і 20 % подобаються кароокі (Див рис.3.5).

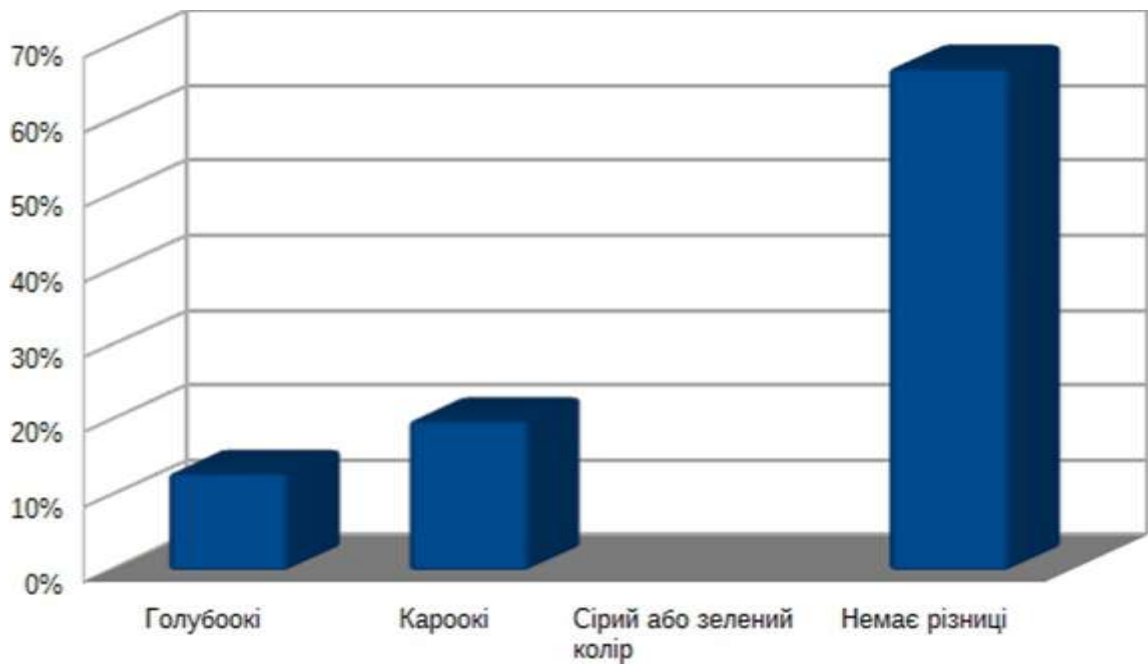


Рис.3.5 Колір очей

73% жінок надають перевагу стилю, який є зручним для кожного чоловіка і для 20% особливим є класичний стиль одягу (Див рис.3.6).

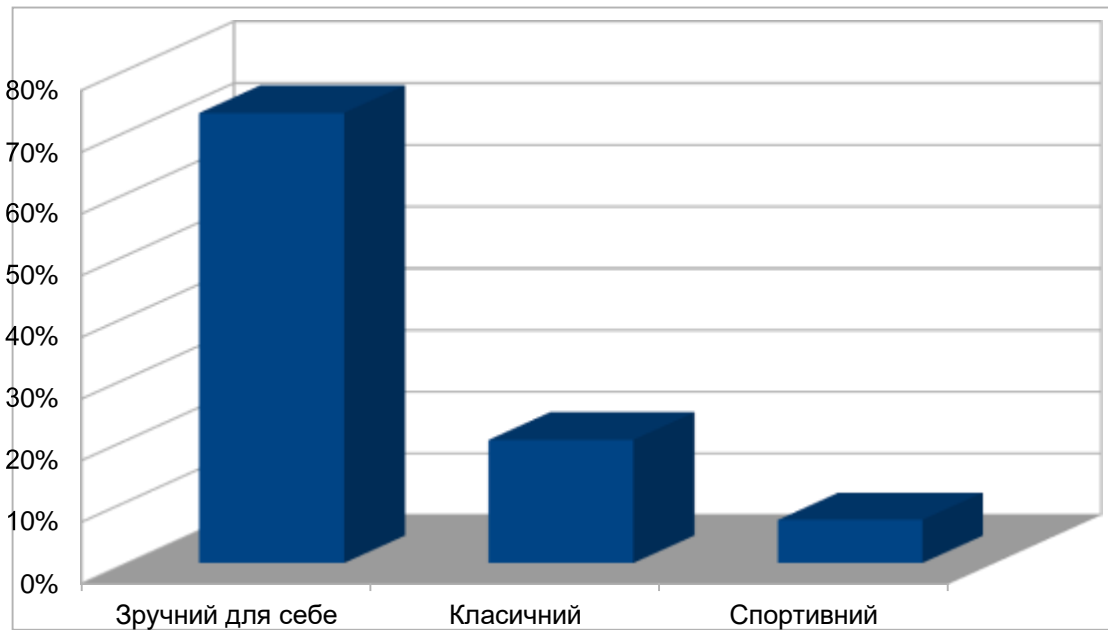


Рис.3.6 Стиль одягу

Найважливішими рисами характеру жінки вважають у чоловіках – доброзичливість, співчутливість, почуття гумору та цінують їхні інтелектуальні здібності.

Особливість фізичної привабливості жінок для чоловіків характеризується наступним:

33% чоловіків подобаються брюнетки і 33% - русяві жінки (Див рис.3.7).

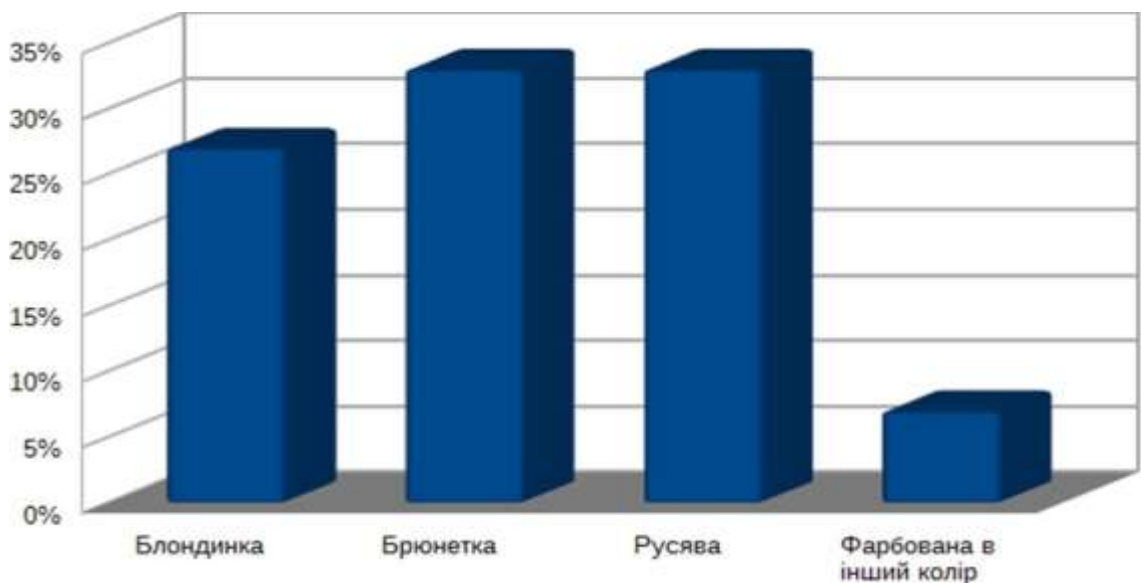


Рис.3.7 Колір волосся

У 80% випадках чоловіки надають перевагу нижчим за себе жінкам (Див рис.3.8).

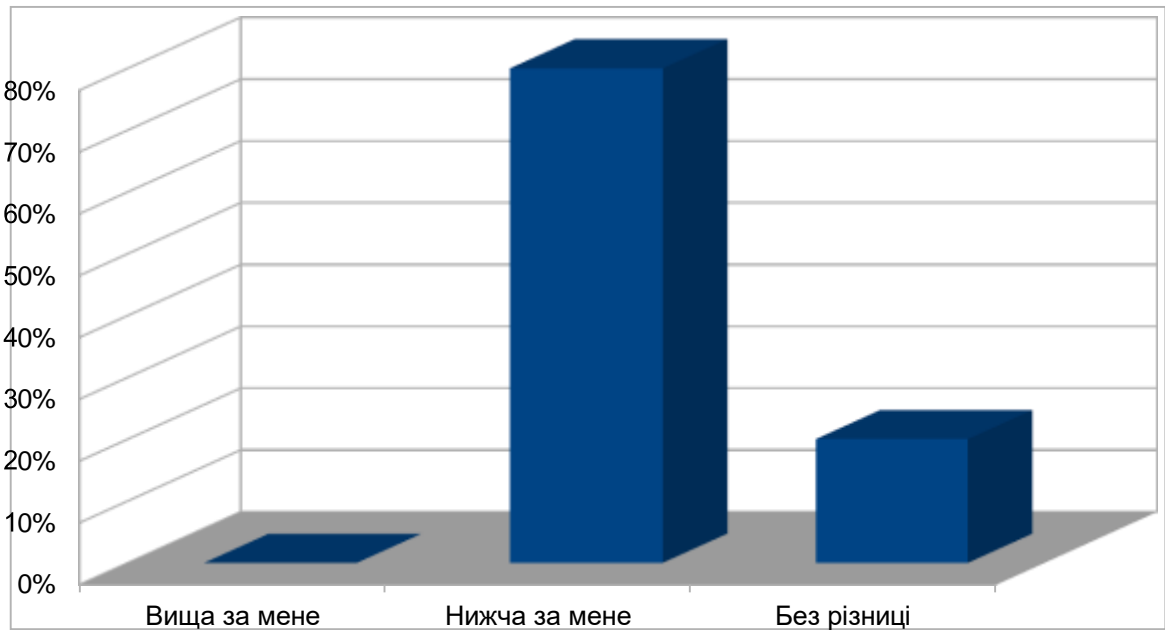


Рис.3.8 Ріст

Ідеал тілобудови 53% чоловіків вбачають у - вузьких плечах, талії і широкому тазі (Див рис.3.9).



Рис.3.9 Тілобудова

Однозначними є відповіді щодо овального типу обличчя – 100% (Див рис.3.10).

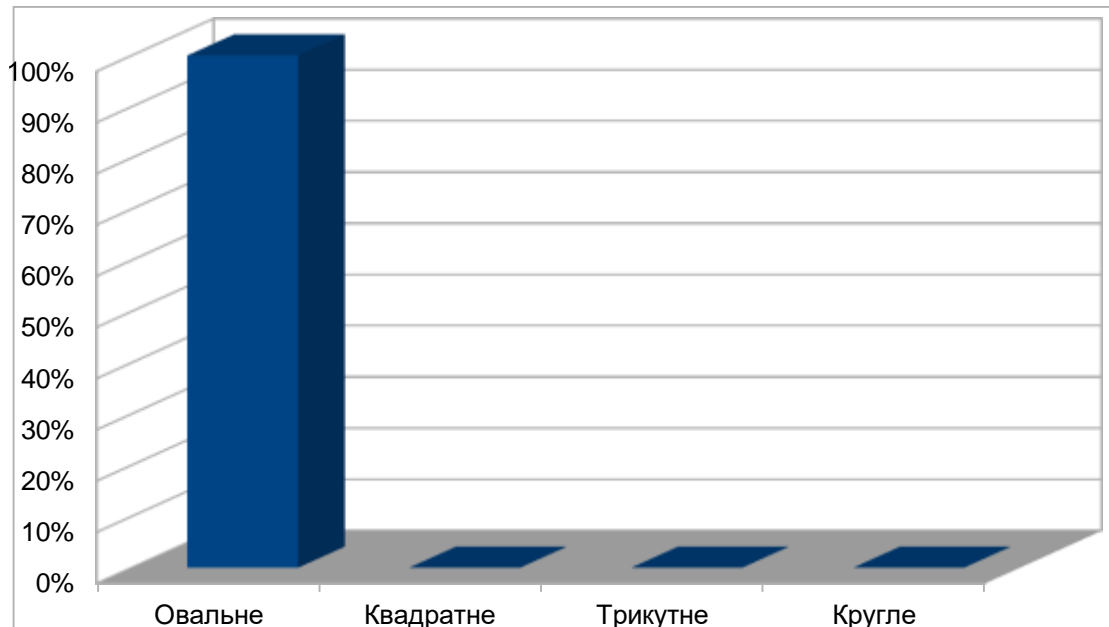


Рис.3.10 Форма обличчя

Колір очей для чоловіків також не відіграє важливої ролі, адже 53% обрали варіант – без різниці, а кароокі подобаються 27% чоловікам (Див рис.3.11).

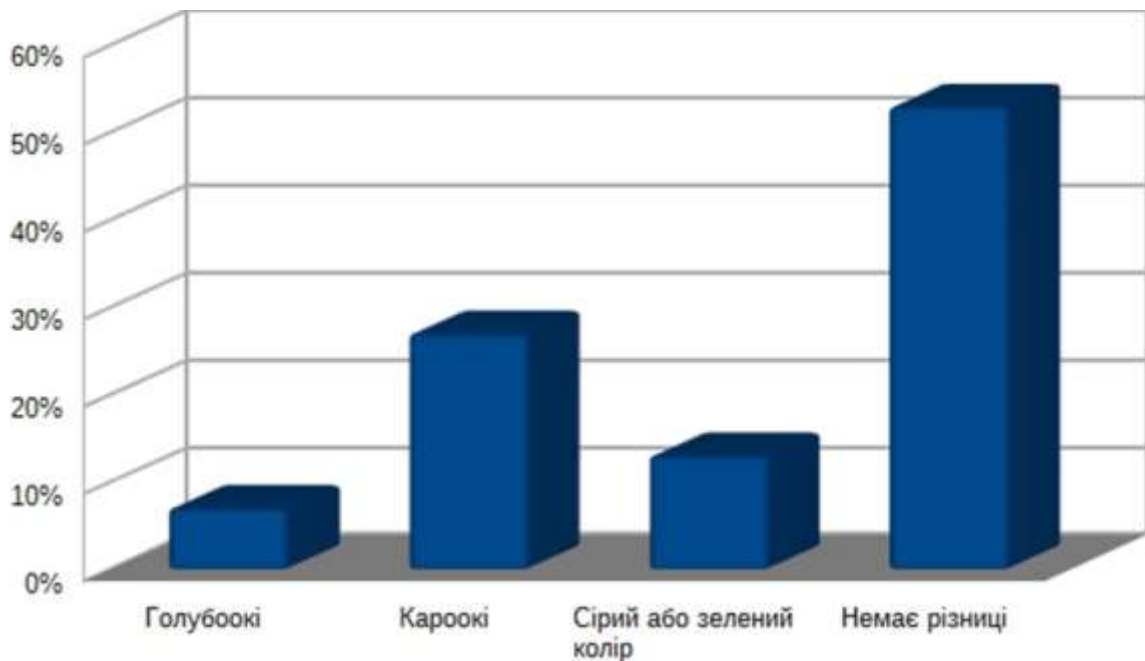


Рис.3.11 Колір очей

66% чоловіків надали перевагу зручному одягу для жінок, і 27% подобається все ж класичний стиль (Див рис.3.12).

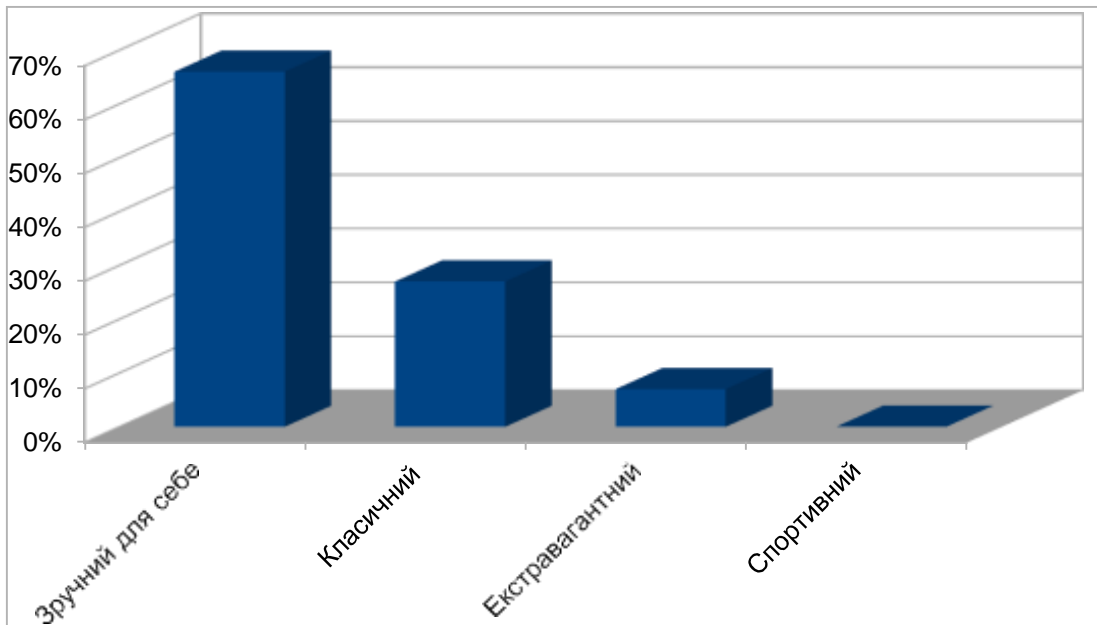


Рис.3.12 Стиль одягу

Якщо макіяж виглядає легко і ніжно – це подобається більшій частині чоловіків, адже 73% опитуваних обрали такий варіант і лише 7% категорично проти макіяжу (Див рис.3.13).

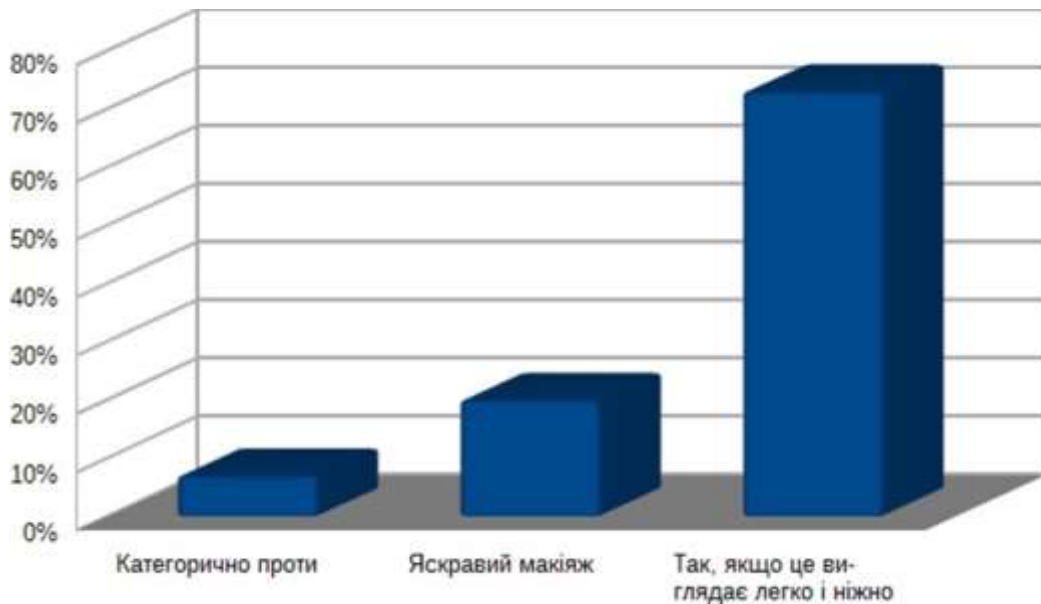


Рис.3.13 Відношення до макіяжу

Найбільш важливими рисами характеру у жінок чоловіки вважають: доброзичливість; чуйність і турботливість; ввічливість.

В результаті проведеного нами емпіричного дослідження ми з'ясували, що у досліджуваних найбільш вираженими є фактори А (М=19,89); Н (М=17,32); L (М=17,11) та фактор N (М=16,87). Найменш вираженими виявилися фактори Q1 (М=8,45) М (М=7,78) та фактор В (М=6,34). Характерними особливостями найбільш виражених факторів є комунікативність, сміливість, домінантність, підозрілість що являють собою соціальну активність та відкритість на взаємодію з іншими. Найменш виражені фактори характеризуються тим, що особа наділена: практичністю, радикальністю і високим інтелектом. Саме такі риси зумовлюють скритість, недовірливість у стосунках. Кореляція (пряма), яка була виявлена у низькому рівні соціально-перцептивної установки з факторами опитувальника, характеризує особистість, в якій є: підозрілість, очікування негативного ставлення до себе, готовність бачити перш за все негативні прояви в поведінці оточуючих, ігнорування їхніх успіхів і досягнень. А кореляція(пряма) середнього рівня установки з факторами говорить нам про прагнення випробуваного до близьких і довірчих відносин, співпраці, щирості. Зворотні коефіцієнти кореляції говорять про те, що маючи низький рівень установки людина не наділяється такими рисами як відкритість та емпатія. Тоді ж як, для особистості що має середній рівень установки не є притаманними презирство, підозрілість і апатія до інших. Результати анкети показали результати: ідеальний чоловік-брюнет; високий на зріст; широкоплечий, з добре розвинутими м'язами і середньою вагою; з овальним обличчям; кароокий; який надає перевагу зручному стилю одягу. Ідеальна жінка-брюнетка або руса; нижча за свого хлопця; з вузькими плечами і талією та широким тазом; з овальним типом обличчя; кароока; яка надає перевагу зручному для себе одягу.

Висновок до Розділу III

Провели емпіричне дослідження прояву соціально-перцептивної установки особистості. З метою детального дослідження прояву феномену атракції, фізичних показників привабливості у залежності від індивідуально-психологічних особливостей особистості, ми провели емпіричне дослідження. У результаті дослідження ми з'ясували, що у досліджуваних найбільш вираженими є фактори А, Н, L та фактор N. Найменш вираженими виявилися фактори Q1, M та фактор В. Характерними особливостями найбільш виражених факторів є комунікативність, сміливість, домінантність, підозрілість що являють собою соціальну активність та відкритість на взаємодію з іншими. Найменш виражені фактори характеризуються тим, що особа наділена: практичністю, радикальністю і високим інтелектом. Саме такі риси зумовлюють скритість, недовірливість у стосунках. Кореляція(пряма), яка була виявлена у низькому рівні соціально-перцептивної установки з факторами опитувальника, характеризує особистість, в якій є: підозрілість, очікування негативного ставлення до себе, готовність бачити перш за все негативні прояви в поведінці оточуючих, ігнорування їхніх успіхів і досягнень. А кореляція(пряма) середнього рівня установки з факторами говорить нам про прагнення випробуваного до близьких і довірчих відносин, співпраці, щирості. Зворотні коефіцієнти кореляції говорять про те, що маючи низький рівень установки людина не наділяється такими рисами як відкритість та емпатія. Тоді ж як, для особистості, що має середній рівень установки, не є притаманними презирство, підозрілість і апатія до інших. Результати анкети показали результати: ідеальний чоловік - брюнет; високий на зріст; широкоплечий, з добре розвинутими м'язами і середньою вагою; з овальним обличчям; кароокий; який надає перевагу зручному стилю одягу. Ідеальна жінка - брюнетка або руса; нижча за свого хлопця; з вузькими плечами і талією та широким тазом; з овальним типом обличчя; кароока; яка надає перевагу зручному для себе одягу.

Гіпотеза нами підтвердилася. Адже, виявилось, що соціально-перцептивна установка виявляє рівень оцінки привабливості особистості стосовно інших людей. Ми надаємо перевагу іншим особистостям у залежності від наших індивідуально-психологічних особливостей. Соціально-перцептивна установка може виникати через будь-які життєві обставини досвіду у певних ситуаціях.

Компоненти привабливості є складною соціальною перцепцією та відіграють важливу роль в міжособистісній комунікації. Наша установка стосовно інших людей виступає оціночним судженням, а тому привабливість вважається естетичним компонентом соціальної перцепції.

ВИСНОВКИ

Таким чином, описавши характер та поняття соціальної перцепції ми дійшли висновку, що процес спілкування і є показником того, якою мірою індивіди відображають почуття і риси один до одного, розуміють один одного та сприймають. Рівень міжособистісної взаємодії та сприйняття залежить саме від властивостей та характеристик об'єкта і суб'єкта цієї дії. Сам процес взаємодії включає в себе дві сторони: зміна якихось властивостей чи характеристик один одного та оцінка один одного. Є звичайно відмінності, для кожного з нас, у ході сприймання інших, адже одні можуть більше фіксувати фізичні властивості, інші надають перевагу психологічним характеристикам індивіда.

Визначили механізми соціальної перцепції, а саме: 1) механізми міжособистісного сприйняття; 2) механізми між групового сприйняття.

Найбільш поширені механізми соціальної перцепції міжособистісного сприйняття. Аналіз усвідомлення себе через іншого відбувається завдяки таким механізмам соціальної перцепції як ідентифікація й рефлексія. Виділяють механізми соціальної перцепції міжособистісного сприйняття – ідентифікація, соціальна рефлексія, каузальна атрибуція, емпатія, атракція.

Охарактеризували особливості соціально-психологічного визначення терміну привабливості (атракції) та її особливості. «Привабливість» або «атракція» є досить новим феноменом. Його трактування характеризується як психологічними так і соціальними чинниками. Найзагальніше поняття визначає привабливість як оціночне ставлення стосовно інших людей на основі загальних понять про певні їх особистісні властивості. Такий процес ставить перед собою досить велике завдання, а тому супроводжується такими механізмами як: «власне ім'я», «дзеркало душі», «золоті слова», «жести», «терплячий слухач», «приватне життя», «відстань», «просторове розташування». Зокрема, на привабливість мають вплив як зовнішні так і внутрішні чинники. Вагомим чинником, як оціночне ставлення, виступає і самооцінка особистості. Також, з'ясувалося, що привабливість є першою ланкою у рівнях становлення позитивного емоційного ставлення, яка виявляється у симпатії. Рівнями становлення позитивного атияду є: симпатія, дружба, любов.

Проаналізували фактори формування позитивного емоційного ставлення, а саме: фізична привабливість, поведінкові риси, просторова близькість, знайомство, доступність, очікування продовження взаємодії, доступність, знайомство, подібність, взаємодоповнюваність, емпатія, сприяння досягненню особистісно значущих цілей, особистісна гармонія.

Розкрили привабливість як зовнішню особливість та підходи до її сприйняття. Приваблива зовнішність – шлях до успіху, можливість реалізації у всіх сферах життєдіяльності.

У науковій психологічній літературі виокремлюють два підходи до сприймання людиною власної зовнішності: перший – присвячений сприйманню свого тіла, а другий – зовнішності (емоційно-ціннісний). Важливим є визначення зв'язку між ставленням до зовнішності і різними змінними Я-концепції.

Провели емпіричне дослідження прояву соціально-перцептивної установки особистості. З метою детального дослідження прояву феномену атракції, фізичних показників привабливості у залежності від індивідуально-психологічних особливостей особистості, ми провели емпіричне дослідження. У результаті дослідження ми з'ясували, що у досліджуваних найбільш вираженими є фактори А, Н, L та фактор N.

Найменш вираженими виявилися фактори Q1, M та фактор B. Характерними особливостями найбільш виражених факторів є комунікативність, сміливість, домінантність, підозрілість що являють собою соціальну активність та відкритість на взаємодію з іншими. Найменш виражені фактори характеризуються тим, що особа наділена: практичністю, радикальністю і високим інтелектом. Саме такі риси зумовлюють скритість, недовірливість у стосунках.

Кореляція(пряма), яка була виявлена у низькому рівні соціально-перцептивної установки з факторами опитувальника, характеризує особистість, в якій є: підозрілість, очікування негативного ставлення до себе, готовність бачити перш за все негативні прояви в поведінці оточуючих, ігнорування їхніх успіхів і досягнень. А кореляція(пряма) середнього рівня установки з факторами говорить нам про прагнення випробуваного до близьких і довірчих відносин, співпраці, щирості. Зворотні коефіцієнти кореляції говорять про те, що маючи низький рівень установки людина не наділяється такими рисами як відкритість та емпатія.

Тоді ж як, для особистості, що має середній рівень установки, не є притаманними презирство, підозрілість і апатія до інших. Результати анкети показали результати: ідеальний чоловік - брюнет; високий на зріст; широкоплечий, з добре розвинутими м'язами і середньою вагою; з овальним обличчям; кароокий; який надає перевагу зручному стилю одягу. Ідеальна жінка - брюнетка або руса; нижча за свого хлопця; з вузькими плечами і талією та широким тазом; з овальним типом обличчя; кароока; яка надає перевагу зручному для себе одягу.

Гіпотеза нами підтвердилася. Адже, виявилось, що соціально-перцептивна установка виявляє рівень оцінки привабливості особистості стосовно інших людей. Ми надаємо перевагу іншим особистостям у залежності від наших індивідуально-психологічних особливостей. Соціально-перцептивна установка може виникати через будь-які життєві обставини досвіду у певних ситуаціях. Компоненти привабливості є складною соціальною перцепцією та відіграють важливу роль в міжособистісній комунікації. Наша установка стосовно інших людей виступає оціночним судженням, а тому привабливість вважається естетичним компонентом соціальної перцепції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агачева Ю. А. Рефлексія міжособистісної атракції як механізм регулювання діяльності : дис. на здоб. наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології». К, 2015. 213 с.
2. Андреева Г. М. Соціальна психологія. М.: Вид-во. Моск.Унив-та, 2004. 380 с.
3. Атракція як соціально-психологічний феномен.[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://bo0.net/index.php?p=achapter&bid=16901&chapter=1>
4. Богословский А. А. Как возникает симпатия? *Практична психологія та соціальна робота*. 1998. №4, с 30-33.
5. Гозман Л. Я. Психология эмоциональных отношений. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://transyoga.ru/assets/files/books/psychology/gozman_psih_emc_otnoshenij.pdf
6. Гозман Л.Я., Ажгихина Н.Н. Психология симпатий. М.: Знание, 1998 96с.
7. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. [Електронний ресурс]. Режим доступу:URL; http://psychology.vuzlib.net/Book_o018_page_76.
8. Канчук В.А. Міжособистісна атракція і її чинники. *Навчання*. 1998. № 5.С 53-61.
9. Карнегі Д. Як завойовувати на друзів і впливати на людей. Мінськ, Білорусь. 1990. 112 с.
10. Киреева З. А. Социально-психологическая структура аттракции и ее влияние на социометрический статус личности : автореф. дис. на стиск. ученой степени канд. психол. наук : 19.00.05 «Социальная психология». Курган, 2008. 24 с.
11. Коваленко О. Г. Розвиток емпатії та атракції майбутнього педагога як умов професійного спілкування : дис. на здобуття наукового ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Олена Григорівна Коваленко. – Київ, 2004. – 226 с. 6.
12. Куницына В. Н. Межличностное общение : [учеб. для вузов].СПб. : Питер, 2001. 544 с.
13. Коган М.С. Мир общения: Проблема межсубъективных отношений. М.: Политиздат, 1988. 319с.
14. Кон И.С. Дружба: Этико-психологический очерк. 3-е издание. М.:

Политиздат, 1989. 35с.

15. Коваленко О.Г. Атракція як феномен міжособистісного спілкування. *Практична психологія та соціальна робота*. 2007. № 2. с.44-48.
16. Куницынат В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. Уч. СПб.: Питер, 2002. 457с.
17. Лагейда І.І., Тименко В.М. Як ми оцінюємо людей, а люди нас. *Практична психологія та соціальна робота*. 2000. №5. с. 38-41.
18. Максименко С. Д. Особистість починається з любові. *Практична психологія та соціальна робота*. К.: 2004. № 9. С. 46-54.
19. Максименко С.Д., Соловієнко В.О. Загальна психологія: Навч. Посібник. К.: МАУП, 2000. 256с.
20. Практикум по социальной психологии. Спб.:Питер, 2001. 421 с.
21. Прийоми атракції та їх застосування. URL: Режим доступу: <http://ulit.inf.ua/ist-4-idz-ax250-nf-18.html>
22. Соловійова О.Д. Зворотній зв'язок в міжособистісному спілкуванні. М.: Изд-во МГУ, 1992. 52 с.
23. Спиллейн М. Имидж женщины. Словакия: Икар, 1996. 158 с.
24. Кочюнас Р. Основы психологического консультирования. М. : Академический проект, 1999. 240 с.
25. Никитин В.Н. Психология телесного сознания. М.: Алетена, 1999. 478 с.
26. Столин В. В. Самосознание личности.М. Изд-во МГУ, 1984. – 284 с.
27. Фоменко К.І., Філенко І.О., Шукалова О.С. Х.Психологія краси в культурно-історичному контексті. Психосоматика: культурно-історичний підхід: навч.-метод. посібник К.: «Дисаплюс»,2015. С.73-80.
28. Фомічова В. М. Індивідуально-психологічні особливості атракції як фактора психологічної сумісності : дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології». К., 1998. 181 с.
29. Філоненко М.М. Психологія спілкування. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 224 с.
30. Фізична привабливість (PHYSICAL ATTRACTIVENESS). URL: Режим доступу: http://psih.pp.ua/05159_%D1%84%D1%96%D0%B7%D0%B8%D1%87%D0%BDD0

%B0_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%B1%D0%BB%

D0%B8%D0%B2%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_physical_attractiveness.ht ml

31. Чернова Г. Р., Слотина Т. В. Психология общения: Учебное пособие. Спб.: Питер, 2012. 240с.

32. Feingold A. Good-looking people are not what we think. Psychological Bulletin. 2000. Vol. 111. P. 304-341.

33. Johnson K.L. Interpersonal metaperception: The importance of compatibility in the aesthetic appreciation of bodily cues. The body beautiful: Evolutional and socio-cultural perspectives ; K.L. Johnson, L.G.

34. Langlois J.H. Maxims and myths of beauty: A meta-analytic and theoretical review/ J.H. Langlois, L.E. Kalakanis, A.J. Rubenstein, A.D. Larson, M.J. Hallam, M.T. Smoot. Psychological Bulletin. 2000. Vol.126. P.390-423.

35. Newcomb T. The acquaintance process / T. Newcomb. New York : Holt, 1961.

36. Tassinary, V. Swami, A. Furnham (Eds.). London : Macmillan, 2007. P.346.

Додатки

ДОДАТОК А

Вік_____ Стать_____

МЕТОДИКА ВЗАЄМОВІДНОСИН

Інструкція

Вам пропонується перелік прислів'їв, які по-різному характеризують людей.. Уважно прочитайте кожне прислів'я і висловіть свою «згоду» або «не згоду» з висловом, поставивши навпроти знак, відповідний вашій думці:

- + - згоден, відповідає моїй думці;
- - не згоден, не відповідає моїй думці;
- ? - важко сказати.

(У разі необхідності щодо перекладу або інших незручностей зверніться до того, ким дана ця методика).

№ ПРИСЛІВ'Я Знак згоди

№	ПРИСЛІВ'Я	Знак згоди
1	Есть люди, а есть людишки	
2	Своя рубаха дороже чужой шкуры	
3	Любовь к людям — лучшее богатство	
4	Много в людях милости, а больше лихости	
5	Не верь брату родному — верь своему глазу кривому	
6	Горбатого исправит могила, а упрямого дубина	
7	Сам себя не хаю, да и людей не хвалю	
8	Глядит лисой, а пахнет волком	
9	Все доброты, а в нужде помочь нет охоты	
10	От живого человека добра не жди, а от мертвого и подавно	
11	К людям ближе — счастье крепче	
12	К хорошему человеку плохое слово не пристанет	
13	Кто людей любит, тот долго живет	
14	Посмотришь — человек, всмотришься — сатана	
15	Тихий человек крепко кусает	
16	Позаботишься о человеке — голова будет в крови, позаботишься о скотине — во рту будет масло	

КЕТТЕЛ

Вік _____ Стать _____

Вам пропонується дати відповідь на ряд запитань опитувальника, метою якого є визначення особливостей Вашого характеру, нахилів та інтересів. Не існує запитань, на які можна дати "правильну" або "неправильну" відповіді, тому що вони відображають лише особливості, притаманні різним людям. Якщо ж Ви бажаєте отримати рекомендації, що правильно відображали б особливості проявів Вашого характеру у різних ситуаціях, намагайтеся відповідати більш точно та правдиво. Коли відповідаєте на запитання, Ви можете вибрати один із трьох запропонованих варіантів відповідей. Номер відповіді на бланку повинен відповідати номеру запитання.

Пам'ятайте:

- питання надто короткі, щоб містити в собі усі необхідні подробиці, уявляйте типові ситуації, не замислюйтесь
- над деталями;
- не втрачайте багато часу на роздуми, давайте першу відповідь, що спадає Вам на думку;
- намагайтеся за хвилину дати відповіді на декілька запитань, тоді Ви завершите роботу приблизно за 35
- хвилин;
- намагайтеся уникати "невизначених" відповідей, окрім тих випадків, коли визначено відповіді дійсно
- неможливо (але не більше однієї "невизначеної" відповіді на 5-6 запитань);
- відповіді давайте на всі запитання підряд, не пропускаючи жодного;
- не намагайтеся своїми відповідями справити приємне враження. Вільно висловлюйте власну думку.

1. Я добре зрозумів інструкцію до цього опитувальника:

- а - так,
- б - не впевнений,
- в - ні.

2. Я готовий щиро відповісти на запитання:

- а - так,
- б - не впевнений,
- в - ні.

3. Я хотів би мати дачу:

- а - у людному дачному селищі,
- б - надав би перевагу чомусь середньому,
- в - усамітно в лісі.

4. Я можу знайти у собі достатньо сил, щоби справитися з життєвими труднощами:

- а - завжди,
- б - зазвичай,
- в - рідко.

5. Коли я бачу диких звірів, мені стає трохи ніяково, навіть якщо вони надійно замкнені у клітках:

- а - так,
- б - не впевнений,
- в - ні.

6. Я утримуюсь від критики людей та їх поглядів:

- а - зазвичай,
- б - іноді,
- в - ні.

7. У мене є такі якості, за якими я маю перевагу над іншими людьми:

- а - так,
- б - важко відповісти,
- в - ні.

8. Я люблю заздалегідь планувати свої справи та діяти згідно з прийнятим планом:

а - так,

б - важко відповісти,

в - ні.

9. Якби я побачив двох сусідських дітей, які б'ються:

а - надав би їм можливість самим з'ясувати свої стосунки,

б - не знаю, що зробив би,

в - спробував би розібратись у їхній суперечці.

10. На зборах та у компаніях:

а - легко виходжу вперед,

б - вірно щось середнє,

в - я тримаюсь осторонь.

11. Як на мене, цікавіше бути:

а - інженером-конструктором,

б - не знаю чому віддати перевагу,

в - драматургом.

12. Мені легко підкорятися наказам, навіть якщо вони видаються мені не зовсім розумними:

а - так, я розумію, що без цього не буде порядку,

б - щось середнє,

в - ні, мені важко, навіть коли знаю, що потрібно.

13. Зазвичай я спокійно ставлюся до самовдоволених людей, навіть якщо вони вихваляються або іншим чином

показують, якої високої думки про себе:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

14. Коли я розглядаю хмари на небі:

а - я думаю про погоду,

б - не знаю, що відповісти,

в - я бачу в них різні образи.

15. Я вважаю, що найнуднішу щоденну роботу завжди треба доводити до кінця, навіть якщо видається, що у цьому

немає необхідності:

а - згідний,

б - не впевнений,

в - не згідний.

16. Я хотів би взятися за роботу:

а - де можна працювати багато, навіть із ризиком невдачі (втрати в грошах),

б - не знаю, в - з твердим, середнім за розмірами окладом.

17. Людина, яка здатна не показувати свої почуття оточенню, видається мені:

а - виверткою,

б - важко сказати,

в - вихованою.

18. Зрідка у мене виникає почуття раптового страху або невизначеного хвилювання, сам не знаю, від чого:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

19. Коли мене несправедливо критикують за те, у чому я не винен:

а - ніякого почуття вини у мене не виникає,

б - вірно щось середнє,

20. На роботі у мене буває більше труднощів із людьми, які:

а - відмовляються застосовувати сучасні методи роботи,

б - не знаю, що вибрати,

в - намагаються щось змінити в роботі, яка й так іде нормально.

21. Коли я приймаю рішення, то керуюся більше:

а - серцем,

б - щось середнє,

в - розумом.

22. Люди були би щасливими, якби вони більше часу проводили у товаристві своїх друзів:

а - так,

б - вірно щось середнє,

в - ні.

23. Коли я складаю плани на майбутнє, я часто розраховую на те, що мені пощастить:

а - так,

б - важко відповісти,

в - ні.

24. Коли я розмовляю, то схильний:

а - висловлювати свої думки зразу, як тільки вони приходять в голову,

б - вірно щось середнє,

в - спочатку добре зібратися з думками.

25. Навіть якщо я чимось дуже розгніваний, я заспокоююсь досить швидко:

а - так,

б - вірно щось середнє,

в - ні.

26. За однакового робочого дня та зарплатні, я хотів би працювати:

а - столяром або кухарем,

б - не знаю, що вибрати,

в - офіціантом у гарному ресторані.

27. У мене було:

а - дуже мало виборних посад,

б - декілька,

в - багато виборних посад.

28. "Лопата" так відноситься до "копати", як "ніж" до:

а - гострий,

б - різати,

в - точити.

29. Іноді якась нав'язлива думка не дає мені заснути:

а - вірно,

б - не впевнений,

в - невірно.

30. У своєму житті я, як правило, досягаю тієї мети, яку ставлю перед собою:

а - так, вірно,

б - не впевнений,

в - невірно.

31. Застарілий закон потрібно змінювати:

а - тільки після детального обговорення,

б - вірно щось середнє,

в - негайно.

32. Мені стає ніяково, коли хтось вимагає від мене швидких дій, які певним чином впливають на інших людей:

а - так,

б - дещо середнє,

в - ні.

33. Більшість знайомих вважає мене веселим співрозмовником:

а - так,

б - не впевнений,

в - ні.

34. Коли я бачу неприємних, неохайних людей:

а - це мене не хвилює,

б - щось середнє,

в - вони викликають у мене неприязнь і відразу.

35. Я трохи розгублююсь, якщо несподівано опиняюсь у центрі уваги:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

б

36. Я завжди радий приєднатися до великої компанії, наприклад, зустрітися з друзями, піти на танці, взяти участь у цікавих заходах:

а - так, б - щось середнє, в - ні.

37. У школі я надавав перевагу:

а - урокам музики (співів),

б - важко відповісти,

в - заняттям у майстернях, ручній праці.

38. Якщо мене призначають відповідальним за щось, я вимагаю, щоби мої розпорядження чітко виконувались, бо

інакше відмовляюся від доручення:

а - так,

б - іноді,

в - ні.

39. З деяких питань я займаю непохитну позицію:

а - завжди,

б - іноді,

в - ні.

40. Мені цікаві люди, які багато в чому зі мною не погоджуються, з якими можна зав'язати дискусію:

а - так,

б - важко сказати,

в - ні.

41. Якщо у новій компанії хтось багато і голосно сміється, це говорить про те, що він:

а - людина життєрадісна,

б - важко сказати,

в - не вміє себе стримувати.

42. Я надав би перевагу спілкуванню з людьми ввічливими, аніж із прямолінійними:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

43. Коли мене критикують на людях, це мене вкрай пригнічує:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

44. Якщо мене викликає до себе начальник, то я:

а - користуюся нагодою попросити те, що мені потрібно,

б - щось середнє,

в - непокоюся, що зробив щось не так.

45. Я ніяковію, якщо моя думка щодо прочитаної книги, переглянутого фільму розійшлась із загальноновизнаною:

а - так,

б - важко сказати,

в - ні.

46. Перш, ніж висловити свою думку:

а - я намагаюся дізнатися думку інших,

б - важко сказати,

в - я не чекаю нагоди.

47. Коли я навчався у старших класах, то брав участь у спортивному житті школи:

а - досить часто,

б - час від часу,

в - рідко.

48. Я підтримую вдома гарний порядок і майже завжди знаю, що де лежить:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

49. Коли я думаю про те, що має відбутися протягом дня, я нерідко відчуваю неспокій:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

50. Іноді я сумніваюсь, чи дійсно люди, з якими я спілкувався, цікавляться тим, що я говорю:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

51. Якби мені довелося вибирати, я хотів би бути:

а - лісничим,

б - важко вибрати,

в - вчителем старших класів.

7

52. До дня народження, до свят:

а - я люблю робити подарунки,

б - важко відповісти,

в - гадаю, що придбання подарунків - дещо неприємний обов'язок.

53. "Стомлений" так відноситься до "робота", як "гордий" до:

а - посмішка,

б - успіх,

в - щасливий.

54. Яке з наведених слів не підходить до двох останніх:

а - свічка,

б - місяць,

в - лампа.

55. Мої друзі:

а - мене не підводили,

б - зрідка,

в - підводили досить часто.

56. Я роблю людям різкі критичні зауваження, якщо мені здається, що вони на це заслуговують:

а - зазвичай,

б - іноді,

в - ніколи.

57. Коли я засмучений, я будь-що намагаюся приховувати свої почуття від інших:

а - так,

б - скоріше щось середнє,

в - ні.

58. Я хотів би ходити у кіно або інші місця розваг:

а - частіше, ніж один раз на тиждень,

б - раз на тиждень (як більшість),

в - рідше одного разу на тиждень (рідше, ніж більшість).

59. Я вважаю, що особиста свобода у поведінці більш важлива, ніж гарні манери та дотримання правил етикету:

а - так,

б - не впевнений,

в - ні.

60. У присутності людей більш поважних, ніж я (старших за мене, або з великим досвідом чи вищих за статусом), я

схильний триматися скромно:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

61. Мені важко розповісти щось великій групі людей або виступати перед великою аудиторією:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

62. Я добре орієнтуюся на незнайомій місцевості, легко можу сказати, де північ, південь, схід і захід:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

63. Якщо хтось розгнівався би на мене:

а - я спробував би його заспокоїти,

б - не знаю, що зробив би,

в - це викликало б у мене роздратування.

64. Якщо з людиною говорити відверто, на чистоту, вона ніколи не образиться, навіть якщо не все почуте буде їй

приємно:

а - вірно,

б - важко сказати,

в - не вірно.

65. У наш час потрібно:

а - більше дисциплінованих, сумлінних людей,

б - щось середнє,

в - більше витончених романтиків, ентузіастів.

66. Іноді я говорю стороннім речі, які видаються мені важливими, навіть якщо вони мене про це не запитують:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

67. Я вважаю, що невимушеність у поведінці важливіша за дотримання правил гарного тону:

а - правильно,

б - не впевнений,

в - ні.

68. Буває так, що я уникаю зустрічей із кимось, бо почуваюся боржником, який не виконує обіцянок:

а - дуже рідко,

б - буває,

в - досить часто.

69. Іноді мені говорять, що мій голос і вигляд часто виказують моє хвилювання:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

70. Коли я був підлітком і моя думка не збігалася з батьківською, я зазвичай:

а - залишався при власній думці,

б - середнє між "а" і "в",

в - поступався, визнаючи їх авторитет.

71. Я хотів би працювати в окремій кімнаті, а не разом із колегами:

а - так,

б - не впевнений,

в - ні.

72. Я волів би жити тихо, так, як мені самому подобається, аніж бути предметом захоплень завдяки моїм успіхам:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

73. У багатьох відношеннях я вважаю себе достатньо зрілою людиною:

а - вірно,

б - не впевнений,

в - ні.

74. Критика у тому вигляді, в якому її здійснюють люди, скоріше вибиває мене з колії, ніж допомагає:

- а - часто,
- б - зрідка,
- в - ніколи.

75. Я завжди в змозі контролювати прояви своїх почуттів:

- а - так,
- б - щось середнє,
- в - ні.

76. Мене дратують люди, які "літають у хмарах":

- а - сильно,
- б - посередньо,
- в - майже не дратують.

77. "Здивування" так відноситься до "незвичайний", як "страх" до:

- а - сміливий,
- б - неспокійний,
- в - жахливий.

78. Який із наведених дробів не підходить до двох інших:

- а - $\frac{3}{7}$,
- б - $\frac{3}{9}$,
- в - $\frac{3}{11}$.

79. Мені здається, що багато людей не помічають або уникають мене, хоч я і не розумію, чому:

- а - так,
- б - не впевнений,
- в - ні.

80. Люди ставляться до мене менш доброзичливо, ніж я того заслуговую своїм добрим до них ставленням:

- а - дуже часто,
- б - іноді,
- в - ніколи.

81. Коли мені дістається роль керівника:

- а - я ніяковію та розгублююся,
- б - вірно щось середнє,
- в - я відчуваю піднесення.

82. Я маю, безумовно, менше друзів, аніж більшість людей:

- а - так,
- б - щось середнє,
- в - ні.

83. Я люблю бувати там, де гучно та весело:

- а - так,
- б - не знаю,
- в - ні.

84. Люди називають мене легковажним, хоча і вважають приємною людиною:

- а - так,
- б - не впевнений,
- в - ні.

85. У звичайних ситуаціях у товаристві я відчуваю хвилювання, тільки не таке, яке відчуває актор перед виходом на сцену:

- а - досить часто,
- б - зрідка,
- в - навряд чи коли.

86. Коли я перебуваю серед невеликої групи людей, я задовольняюся тим, що тримаюся осторонь і частіше надаю

можливість говорити іншим:

- а - так,
- б - не впевнений,
- в - ні.

87. Мені більше подобається читати:

а - реалістичні описи гострих воєнних та політичних конфліктів,

б - не знаю, що вибрати,

в - роман, що збуджує уяву, почуття.

88. Коли намагаються мною керувати, я навмисне роблю все навпаки:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

89. Якщо керівництво або члени сім'ї у чомусь докоряють мені, то це, як правило, заслужено:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

90. Мені не подобається манера деяких людей "втупитися" та безцеремонно дивитись на людину в магазині або на

вулиці:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

91. Під час спільної подорожі:

а - я можу так захопитися спілкуванням зі співрозмовником, що перестану помічати, куди та як ми їдемо,

б - важко відповісти,

в - я завжди слідкую за тим, куди ми їдемо.

92. У жартах про смерть немає нічого поганого чи такого, що суперечить доброму смаку:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

93. Якщо мої знайомі погано поводяться зі мною і не приховують своєї неприязні:

а - це ніскільки мене не пригнічує,

б - щось середнє,

в - я занепадаю духом.

94. Я почуваюся ніяково, коли мені говорять компліменти або хвалять:

а - вірно,

б - щось середнє,

в - ні.

95. Людина не має права виходити з колективу, якщо колектив проти цього:

а - так,

б - важко сказати,

в - ні.

96. Мені легше вирішувати складне питання чи проблему:

а - якщо я обговорюю їх з іншими,

б - щось середнє,

в - якщо я обдумую їх на самоті.

97. Я із задоволенням беру участь у громадському житті, в роботі різних комісій:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

98. Коли я виконую якусь роботу, я не заспокоюся, доки не будуть враховані навіть найнезначніші деталі:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

99. Іноді зовсім незначні перешкоди дуже сильно дратують мене:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

100. Я сплю міцно, ніколи не розмовляю уві сні:

- а - так,
- б - щось середнє,
- в - ні.

101. Якби я працював у сфері обслуговування, мені було б цікаво:

- а - спілкуватись із замовниками, клієнтами,
- б - щось середнє,
- в - вести рахунки та іншу документацію.

102. "Розмір" так відноситься до "довжини", як "нечесний" до:

- а - тюрма,
- б - порушення,
- в - злочин.

103. "АБ" так відноситься до "ГВ", як "СР" до:

- а - ПО,
- б - ОП.
- в - ТУ.

104. Коли я потрапляю у компанію людей, чиї норми поведінки дозволяють використання нецензурних слів, я розгублююся:

- а - так,
- б - щось середнє,
- в - ні.

105. Коли я слухаю музику, а поруч голосно розмовляють:

- а - це мені не заважає, я можу зосередитись,
- б - щось середнє,
- в - це псує мені задоволення та дратує мене.

106. Думаю, що про мене буде правильніше сказати, що я:

- а - ввічливий та спокійний,
- б - щось середнє,
- в - енергійний та наполегливий.

107. Я вважаю, що:

- а - жити треба за принципом "зробив діло – гуляй сміло",
- б - дещо середнє між "а" і "в",
- в - жити треба весело, не надто турбуючись про завтрашній день.

108. Краще бути обережним та вичікувати, ніж радіти наперед, у глибині душі смакуючи успіх:

- а - згоден,
- б - щось середнє,
- в - не згоден.

109. Якщо я замислююся про можливі труднощі у своїй роботі:

- а - я намагаюся заздалегідь скласти план, як їх подолати,
- б - щось середнє,
- в - думаю, що справлюся з ними, коли вони з'являться.

110. Я легко при звичаююся у будь-якому оточенні:

- а - так,
- б - не впевнений,
- в - ні.

111. Коли потрібно трохи дипломатії та вміння у чомусь людей переконати, зазвичай звертаються до мене:

- а - так,
- б - вірно щось середнє,
- в - ні.

112. Мені було б цікавіше:

- а - консультувати молодих людей, допомагати їм у виборі роботи,
- б - важко відповісти,
- в - працювати інженером-економістом.

113. Якщо я абсолютно впевнений, що людина чинить несправедливо або егоїстично, я заявляю їй про це, навіть якщо це загрожує мені деякими неприємностями:
а - так,
б - щось середнє,
в - ні.
114. Коли люди поводять себе безглуздо:
а - я спокійно думаю, що на помилках вчаться,
б - не впевнений,
в - я починаю хвилюватись і намагаюся втрутитись.
115. Я часто так задумуюсь над якоюсь новою ідеєю, що стаю розсіяним:
а - навряд чи,
б - можливо,
в - вірно.
116. Якщо мені доводиться довго сидіти на зборах, не розмовляючи та без руху, я ніколи не відчуваю потреби малювати чи соватися на стільці:
а - згоден,
б - не впевнений,
в - не згоден.
117. Якщо моїм задумам заважають тільки люди, а не об'єктивні обставини, я дію відповідно із задумами:
а - так,
б - не впевнений,
в - ні.
118. Передчуття, що на мене очікує якесь покарання, навіть якщо я не зробив нічого поганого, виникає у мене:
а - часто,
б - іноді,
в - рідко.
119. Якщо я знаю, що не виконаю своїх обіцянок з поважних об'єктивних причин:
а - я можу спокійно розповісти про ці причини,
б - не знаю, що відповісти,
в - я все одно сильно непокоюсь, оскільки про мене можуть думати, що я винен.
120. Я вважаю, що в інтересах справи людей на виборних посадах слід змінювати:
а - регулярно,
б - важко відповісти,
в - залежно від авторитету.
121. При однаковій зарплатні я хотів би:
а - брати індивідуальну роботу додому,
б - важко щось вибрати,
в - працювати в установі, на підприємстві.
122. Працюючи над чимось, я надав би перевагу зробити це:
а - у колективі,
б - не знаю, що вибрав би,
в - самостійно.
123. Бувають періоди, коли важко втриматися від почуття жалю до самого себе:
а - часто,
б - іноді,
в - ніколи.
124. Люди дуже часто виводять мене з себе:
а - так,
б - щось середнє,
в - ні.
125. Я завжди можу без особливих труднощів позбутися старих звичок і більше до них не повертатись:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

126. Урочистість та статечність обов'язково мають бути супутниками будь-якого церемоніалу:

а - так.

б - не впевнений,

в - ні.

127. "Краще" так відноситься до "найгірше", як "повільне" до:

а - швидке,

б - найкраще,

в - найшвидше.

128. Яке з наступних сполучень знаків повинно продовжити цей ряд -

XOOOXXOOOXXX:

а - OXXX,

б - OOXH,

в - XOOO.

129. Коли настає час для здійснення того, що я заздалегідь планував та очікував, я інколи почуваю себе не в змозі це

зробити:

а - згоден,

б - щось середнє,

в - не згоден.

130. Зазвичай я можу зосереджено працювати, не звертаючи уваги на те, що люди навколо дуже шумлять:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

12

131. Я говорю про свої бажання та плани:

а - рідко, тільки коли запитують,

б - щось середнє,

в - досить часто, інакше про них забудуть.

132. Я проводжу багато часу, обговорюючи з друзями ті приємні події, які ми разом пережили колись:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

133. Я отримую задоволення від ризикованих вчинків, які я роблю тільки заради потіхи:

а - так,

б - вірно щось середнє,

в - ні.

134. Мене дратує вигляд неприбраного помешкання:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

135. Я вважаю себе дуже товариською (відкритою) людиною:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

136. У спілкуванні з людьми:

а - я не намагаюся стримувати почуття,

б - щось середнє,

в - я приховую свої почуття.

137. Я люблю музику:

а - легку, жваву, холоднувату,

б - щось середнє,

в - емоційно насичену та сентиментальну.

138. Мене більше захоплює краса вірша, ніж краса та досконалість зброї:

а - так,

б - не впевнений,

в - ні.

139. Якщо моє вдале зауваження залишилося непоміченим:

а - я не повторюю його,

б - важко відповісти,

в - повторюю своє зауваження знову.

140. Мені хотілось би вести роботу серед неповнолітніх правопорушників, яких звільнено на поруки:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

141. Для мене дуже важливо:

а - зберегти добрі стосунки з людьми,

б - дещо середнє,

в - вільно висловлювати свої почуття.

142. У туристичній подорожі я волів би дотримуватися програми, складеної спеціалістами, а не планувати свій

маршрут самостійно:

а - так,

б - не впевнений,

в - ні.

143. Люди дуже часто жартують із такою легковажною недбалістю, що ображають мене:

а - часто,

б - щось середнє,

в - рідко.

144. Мені не складно придумати, як віддячити комусь:

а - вірно,

б - не знаю,

в - ні.

145. Коли необхідно швидко прийняти відповідальне рішення, я відчуваю труднощі через те, що не можу зібратися з

думками:

а - так,

б - не знаю,

в - ні.

146. Я волію планувати свої справи сам, без стороннього втручання та чужих порад:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

147. Іноді на мої вчинки впливає те, що я комусь заздрю:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

148. Мені легко примусити себе класти речі на свої місця, навіть коли я дуже поспішаю:

а - так,

б - важко відповісти,

в - ні.

149. Я починаю нервувати, коли замислююся про все, що на мене очікує:

а - так,

б - ні,

в - іноді.

150. Якщо я беру участь у якійсь грі, а присутні голосно висловлюють свої міркування, мене це виводить з рівноваги:

а - згоден,

б - не впевнений,

в - не згоден.

151. Мені здається, що цікавіше бути:

а - художником,

б - не знаю, що вибрати,

в - директором театру або студії.

152. Яке із наступних слів не підходить до двох інших:

а - якийсь,

б - декілька,

в - більша частина.

153. "Полум'я" так відноситься до "спеки", як "троянда" до:

а - шип,

б - червоні пелюстки,

в - запах.

154. У мене часто бувають такі хвилюючі сни, що я прокидаюся:

а - часто,

б - зрідка,

в - практично ніколи.

155. Навіть якщо дехто проти успіху якогось починання, я завжди вважаю, що варто ризикувати:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

156. Мені подобаються ситуації, коли я мимоволі опиняюся у ролі керівника, тому що краще за інших знаю, що

повинен зробити колектив:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

157. Я хотів би одягатися скромно, так, як усі, а не яскраво та оригінально:

а - згоден,

б - щось середнє,

в - ні.

158. Вечір, який проведено за улюбленим заняттям, приваблює мене більше, ніж жвава вечірка:

а - згоден,

б - щось середнє,

в - ні.

159. Деколи я нехтую добрими порадами людей, хоч і знаю, що не повинен був би цього робити:

а - зрідка,

б - навряд чи коли,

в - ніколи.

160. Коли я приймаю рішення, вважаю обов'язковим враховувати основні норми поведінки "що таке добре і що таке

погано":

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

161. Мені не подобається, коли люди дивляться, як я працюю:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

162. Якщо у колективі не прийнято засуджувати людей за помилки:

а - я не буду осуджувати,

б - важко відповісти,

в - я все одно буду "стояти" за вимогливість.

163. У школі я надавав перевагу (надаю перевагу):

а - українській мові,

б - важко відповісти,
в - математиці.

164. Іноді я засмучувався через те, що люди говорили про мене погано поза очі без усяких на те причин:

а - так,
б - важко відповісти,
в - ні.

165. Розмови про щоденні турботи:

а - важливіші за абстрактні розмірковування,
б - не знаю, що відповісти,
в - дратують мене своєю приземленістю та прозаїчністю.

166. Деякі речі викликають у мене такий гнів, що я намагаюся взагалі про них не говорити:

а - так,
б - щось середнє,
в - ні.

167. У вихованні важливіше:

а - оточити дитину теплом та турботою,
б - щось середнє,
в - виробити у дитини бажані навички та погляди.

168. Люди вважають мене спокійною, врівноваженою людиною, яка залишається незворушною за будь-яких обставин:

а - так, б - щось середнє, в - ні.

169. Люди, старші за мене, частіше бувають праві, бо у них більше досвіду:

а - так,
б - не знаю,
в - ні.

170. Я буду непокоїтись, якщо хтось подумає, ніби я ухиляюся від правил, які є прийнятими у колі наших знайомих:

а - дуже,
б - посередньо,
в - ні.

171. Я краще засвоюю матеріал:

а - коли читаю добре написану книгу,
б - дещо середнє,
в - коли беру участь у колективному обговоренні.

172. Я часто відхиляюся від наміченого плану, коли втрачаю інтерес до процесу його виконання:

а - так,
б - щось середнє,
в - ні.

173. Перш, ніж висловити свою думку, я намагаюся зрозуміти, наскільки я врахував усі деталі питання:

а - так,
б - не знаю,
в - ні.

174. Іноді дрібниці нестерпно діють мені на нерви, хоча я і розумію, що це пусте:

а - так,
б - щось середнє,
в - ні.

175. Я часто говорю під впливом моменту таке, про що пізніше доводиться жалкувати:

а - згоден,
б - не впевнений,
в - не згоден.

176. Якби мене попросили організувати збір грошей на подарунок комусь або взяти участь в організації ювілейних урочистостей:

а - я погодився б,

б - не знаю, що зробив би,

в - сказав би, що дуже зайнятий.

177. Яке із наступних слів не підходить до двох інших:

а - широкий,

б - зигзагоподібний,

в - прямий.

178. "Швидко" так відноситься до "ніколи", як "близько" до:

а - ніде,

б - далеко,

в - геть.

179. Якщо я зробив якийсь промах у товаристві, я досить швидко про це забуваю:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

180. Мое оточення знає, що у мене багато різних ідей і я майже завжди можу запропонувати якусь вирішення

проблеми:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

181. Я хотів би мати роботу:

а - з визначеним і постійним заробітком,

б - вірно дещо середнє,

в - із вищим заробітком, який би залежав від моїх зусиль.

182. Мене вважають дуже запальною людиною:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

183. Мені подобається робота різноманітна, пов'язана із частими змінами та поїздками, навіть якщо вона трохи

небезпечна:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

184. Я людина дуже пунктуальна і завжди наполягаю на тому, щоб усе виконувалось якомога точніше:

а - згоден,

б - щось середнє,

в - не згоден.

185. Мені приносить задоволення робота, яка потребує добросовісного ставлення, точних навичок і вмінь:

а - так,

б - щось середнє,

в - ні.

186. Я належу до енергійних людей, які завжди чимось зайняті:

а - так,

б - не впевнений,

в - ні.

187. Я добросовісно відповів на всі запитання і жодного не пропустив:

а - так, б - не впевнений, в - ні.

Анкета

Шановний Учаснику опитування, просимо Вас взяти участь у анкетному опитуванні. Заповнювати анкету потрібно шляхом підкреслення (обведенням) букв або обраних відповідей. Де потрібно обрати характеристики в міру зростання, Ви повинні ставити цифри у відведених спеціально для цього місцях. Опитування має анонімний характер, і отримані дані будуть використані тільки в узагальненому вигляді.

Вік _____ Стать _____

Яким жінкам Ви надаєте перевагу(при першому знайомстві або спілкуванні):

1. Колір волосся:

- а)блондинка
- б)брюнетка
- в)русява
- г)фарбоване в інший колір волосся

2. Ріст:

- а)вища за мене
- б)нижча за мене
- в)без різниці

3. Тілобудова:

- а)худорлява,вузькі плечі і таз
- б)вузькі плечі і талія, широкий таз
- в)широкий таз, плечі, талія

4. Тип обличчя:

- а)овальне
- б)кругле
- в)трикутне
- г)квадратне

5. Колір очей:

- а)голубоокі
- б)кароокі
- в)сірий або зелений
- г)немає різниці

6. Стиль одягу:

- а)класичний
- б)спортивний
- в)екстравагантний
- г)зручний для себе і звичний

7. Чи подобається Вам макіяж?

- а)так, але якщо це виглядає легко і ніжно
- б)категорично проти
- в)подобається яскравий макіяж який додає жіночності(червона помада, яскраво виражені очі).

8. Риси характеру. Від найбільш важливішої -1, до найменш -8

- ___добррозичливість
- ___чуйність, турботливість
- ___ввічливість
- ___комунікабельність
- ___відповідальність
- ___рішучість, самостійність
- ___інтелектуальність
- ___природність

Дякуємо за Вашу щирість та відвертість!!!

Анкета

Шановний Учаснику опитування, просимо Вас взяти участь у анкетному опитуванні. Заповнювати анкету потрібно шляхом підкреслення (обведенням) букв або обраних відповідей. Де потрібно обрати характеристики в міру зростання, Ви повинні ставити цифри у відведених спеціально для цього місцях. Опитування має анонімний характер, і отримані дані будуть використані тільки в узагальненому вигляді.

Вік _____ Стать _____

Яким чоловікам Ви надаєте перевагу(при першому знайомстві або спілкуванні):

1. Колір волосся:

- а)блондин
- б)брюнет
- в)русий
- г)фарбоване в інші кольори волосся
- г)без різниці

2. Ріст:

- а)обов'язково вищий за мене
- б)низький
- в)без різниці

3. Тілобудова:

- а)худорлявий, вузькі плечі, видовжені кінцівки
- б)широкі плечі, добре розвинуті м'язи, середня вага

4. Тип обличчя:

- а)овальне
- б)кругле
- в)трикутне
- г)квадратне

5. Колір очей:

- а)голубоокі
- б)кароокі
- в)сірий або зелений
- г)немає різниці

6. Стиль одягу:

- а)класичний, романтичний
- б)спортивний
- в)екстравагантний
- г)зручний для себе і звичний

7. Риси характеру. Від найбільш важливішої -1, до найменш -7

- ___добрий, співчутливий
- ___розумний
- ___вольовий
- ___перспективний
- ___сміливий
- ___працьовитий
- ___з почуттям гумору

Дякуємо за Вашу щирість та відвертість!!!