

12. Patynok O.P. Stanovlennya vidpovidal'nosti yak profesiyno znachushchoyi yakosti sotsial'noho pratsivnyka [Formation of responsibility as a professional significant quality of social worker] : avtoref. dys. ... kand. psykhol. nauk: 19.00.07 / Patynok Oksana Petrivna ; Nats. ped. un-t im. M.P. Drahomanova. – K., 2008. – 20p.
13. Prjadein V.P. Kompleksnoe issledovanie otvetstvennosti kak sistemnogo kachestva lichnosti : diss. ... d. psihol. nauk : 19.00.01 [Integrated Study of responsibility as systemic qualities of a personality] / Valerij Pavlovich Prjadein ; Ural. gos. ped. un-t. – Ekaterinburg, 1999. – 299 p.
14. Prjadein V.P. Psihodiagnostika lichnosti : Izbrannye psihologicheskie testy : Praktikum [Psychodiagnosics of personality] / V. P. Prjadein. – Surgut : Surgutskij gos. ped. un-t, 2014. – 215 p.
15. Chumakov M.V. Diagnostika volevyh svojstv lichnosti [Diagnosis of volitional personality traits] / M.V. Chumakov // Vopr. psihologii. – 2006. – № 1. – P. 169–178.
16. Shevchenko N.F. Kharakterystyka profesiynoyi vidpovidal'nosti fakhivtsya aviatsiynoyi ta raketno-kosmichnoyi tekhnikiy [Characteristics of the professional responsibility of a specialist of the aviation and rocket-and-space machinery] / N.F. Shevchenko, N.P. Kroshka / Problemy suchasnoyi psykholohiyi: zbirnyk naukovykh prats' Zaporiz'koho natsional'noho universytetu ta Instytutu psykholohiyi imeni H.S. Kostyuka NAPN Ukrainy / Za red. S.D. Maksymenka, N.F. Shevchenko, M.H. Tkalych. – Zaporizhzhya: ZNU, 2016. – # 2 (10) – P.137-144.
17. Shcherban T.D. Vidpovidal'nist' osobystosti yak chynnyk do profesiynoyi diyal'nosti [The responsibility of the individual as a factor to the professional activity] / T.D. Shcherban, V.V. Rayko // Zbirnyk naukovykh prats' Psykholohichni nauky. – Tom 2. – Vypusk 10(91), 2013 – P.235-341.
18. Boone C. Team locus-of-control composition, leadership structure, information acquisition, and financial performance: A business simulation study / C. Boone, W. Van Olffen, A. van Witteloostuijn // Academy of Management Journal, Vol. 48. – No. 5 (Oct., 2005). – pp. 889–909.
19. Jackson S. E. A meta-analysis and conceptual critique of research on role ambiguity and role conflict in work settings / S.E. Jackson, R.S. Schuler // Organizational Behavior & Human Decision Processes, 1985. – №36. – pp. 16–78.

УДК 159.922.736.4

ФАКТОРИ АТРАКЦІЇ У МІЖОСОБИСТІСНОЇ ВЗАЄМОДІЇ: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

О.А. Лукасевич

кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології

Запорізького національного університету

galitskayao@ukr.net

Лукасевич О.А. Фактори атракції у міжособистісній взаємодії: гендерний аспект. У статті представлено результати дослідження гендерно-специфічних факторів атракції у ситуації міжособистісної взаємодії. Встановлено в якості критеріїв дослідження такі особливості партнера як факторів атракції: зовнішність партнеру, соціально-демографічні характеристики, особистісні риси, особливості поведінки. Виявлено значимість фактору зовнішньої привабливості партнера для представників обох статей. Найбільш значимим для дівчат визначено фактор атракції – соціально-демографічні характеристики партнера. Особистісні риси партнера подано як фактор атракції однаково значимий як для дівчат, так і для юнаків. Більшість юнаків і дівчат надають перевагу андрогінним характеристикам особистості з тенденцією у дівчат до маскулітних рис партнеру, а у юнаків – до фемінних. Особливості поведінки і ставлення партнера до оточуючих має важливе значення для оцінки його привабливості. Найбільш привабливим для обох статей виділено доброзичливий і альтруїстичний типи ставлення до оточуючих, а також гнучкість патернів поведінки партнера. На основі встановлених закономірностей продемонстровано значимість різних факторів атракції та їх гендерно-специфічних особливостей у міжособистісній взаємодії.

Ключові слова: атракція, фактори атракції, механізми атракції, взаємодія.

Lukasevych, O.A. The determinants of attraction in interpersonal interaction: the gender aspect. The paper highlighted the results of the study of gender-specific factors of attraction in situations of interpersonal interaction. As a criterion of the study such features of partner's attraction have been analyzed in the study: exterior of a partner, socio-demographic characteristics, personality traits, peculiarities of his behavior. The importance of factors of attractiveness of partner for both genders has been revealed. In general, images of attractive girls and boys are close to common stereotypes in society – masculine and feminine. Most significant determinants of attractions for girls are socio-demographic characteristics of a partner. Girls prefer men older than themselves, with the presence and status of professional activities and tangible achievements in it. Personality traits of a partner have been presented as equally significant factor of attraction both for girls and for boys. Most young people prefer androgynous personality characteristics with a tendency for girls to masculine traits of a partner and for boys – to the feminine traits. The youths appreciate feminine traits and some androgynous traits, including self-confidence, independence and self-sufficiency. Girls appreciate typically masculine traits and some androgynous traits, including steadiness, tenderness, fidelity. The behavior features and attitude of a partner to others are essential to evaluate his / her attractiveness. Altruistic and friendly types of relationship to others are the most attractive to both sexes as well as flexible patterns of partner's behavior. On the basis of these results, the importance of various determinants of attractiveness and their gender-specific features of interpersonal interaction have been demonstrated

Keywords: attraction, attraction determinants, mechanisms of attraction, interaction.

Постановка проблеми. Останнім часом у психології в якості терміну, що поєднав широкий клас явищ і розкриває емоційне відношення від симпатії до кохання, закріпився термін «міжособистісної атракції». В силу складності позначаємого даним терміном явища досі не існує його однозначного й точного визначення. Більшість спеціальних психологічних словників та енциклопедій взагалі не згадують його, інші – дають суперечливі визначення, які кардинально відрізняються один від одного.

Між тим, знання механізмів атракції відкриває можливості якісного аналізу взаємодії, сприяє підвищенню її ефективності. Врахування індивідуальних особливостей учасників в контексті конкретної соціальної взаємодії, системи їх міжособистісних відносин має велике значення для прогнозування і організації спілкування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Виникнення на початку ХХ ст. інтересу до явища атракції слугувало причиною цілої хвилі досліджень у цьому напрямку, які пізніше трансформувались у самостійну сферу соціально-психологічних досліджень.

У 60-ті рр. розроблено ряд авторських концепцій, що пояснюють феномен атракції, серед них когнітивний підхід Т. Ліккона, соціальний підхід А. Керкофа, екологічний підхід І. Алтмана, триступеневий підхід Д. Левінгера, біхевіоральний підхід Д. Бірна [1; 3; 7]. Значний теоретичний потенціал для системного вивчення атракції закладений у працях Т. Ньюкома, Д. Клора, Т. Хьюстона, Г. Келлі, П. Райта, Е. Аронсона, З. Рабіна, П. Розенבלата та ін. [2; 3; 5].

Існує багато робіт, спрямованих на вивчення факторів атракції, серед яких схожість цінностей (Д. Бірн, Д. Тоуї, А. Тесер, С. Дак), фізична привабливість (К. Дайон, Т. Сільверман, М. Кук, Н. Лівсон), ситуаційний контекст (Д. Даттон, С. Арон, Р. Вітч, Г. Сігал, Р. Шарабані), особливості сприйняття і оцінки (Дж. Казьєр, І. Кемпер, М. Лернер, М. Мартін) [1; 2; 3; 5; 7; 8].

Слід зазначити, що для зарубіжної соціальної психології властивий розгляд атракції як установки, яка диктує певну систему і методологію дослідження, що не завжди охоплює феномен атракції. Крім того, спільним недоліком зарубіжних досліджень є надмірне спрощення розгляду властивостей сприйнятого людиною як детермінант атракції, які, в цілому, зводяться до зовнішньої привабливості. Незважаючи на окремі дослідження про вплив рівня самоприйняття на рівень атракції, можна констатувати, що дана сфера фактично не досліджена. Між тим, зрозуміло, що весь обсяг існуючих факторів, детермінуючих виникнення атракції, неможливо звести лише до зовнішньої привабливості, оскільки в процесі міжособистісної взаємодії вже проявляється безліч інших, важливих для подальшого спілкування характеристик партнерів.

У вітчизняній психології здійснено спробу аналізу феномену атракції у контексті більш широких міжособистісних відносин. Першим фундаментальним дослідженням проблеми атракції, що має теоретико-методологічний характер, є праця Л. Гозмана, яка і досі залишається найбільш повним висвітленням питань визначення, структури і розвитку атракції [4].

Часткове відношення до проблеми атракції мають роботи Ю. Альошиної (методика дослідження симпатії), Г. Бреслава (емоційна регуляція спілкування), О. Бодальова (механізми формування першого враження, фактори привабливості), І. Кона (розвиток і становлення дружби), Д. Кемпбела (установка сприйняття), В. Лабунської (невербальний аспект атракції) [3; 9].

У наведених роботах багато цінного, однак недостатня розробленість проблеми у вітчизняній психології призводить до значних прогалин у даній сфері. В першу чергу це пов'язано з недостатнім обсягом досліджень, оскільки проведені роботи поодинокі і включені у більш широкий контекст вивчення емоційних відносин. Тому феномен атракції розглядається опосередковано і не виділяється в окремий об'єкт дослідження.

Таким чином, незважаючи на велику кількість досліджень, які стосуються різних аспектів феномену атракції, відсутній єдиний погляд на проблему, немає чіткого визначення атракції і загальної теоретичної основи дослідження. Це призводить до протиріччя між необхідністю теоретико-методологічного обґрунтування досліджень атракції, з одного боку, і відсутністю єдності і розуміння проблеми серед дослідників, з іншого боку.

Тому, поряд із значним обсягом розробок у цій сфері, існує і відчутна нестача знань у таких питаннях як місце атракції у системі міжособистісних відносин, соціально-психологічна структура атракції, вплив факторів атракції на процес взаємодії, співставлення атракції індивіда до його статусу у групі тощо.

Тому головною **метою** дослідження є визначення гендерних особливостей факторів атракції у ситуації міжособистісної взаємодії. Дана мета конкретизувалась у завданнях, спрямованих на вивчення таких особливостей партнеру як факторів атракції: зовнішність партнера, соціально-демографічні характеристики, особистісні риси, особливості поведінки.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих результатів. Вирішення завдань дослідження здійснювалось із використанням авторського опитувальника, розробленого на основі підходу Л.Я. Гозмана [4]. Вибірку дослідження факторів атракції склали 72 особи – студенти вищих навчальних закладів віком від 17 до 25 років. З них – 30 юнаків, 32 – дівчат.

В результаті обробки первинних даних було визначено найбільш і найменш пріоритетні фактори атракції в ситуації міжособистісної взаємодії для сучасних молодих людей. Відтак, юнаки найбільшу увагу приділяють зовнішності потенційної партнерші (90%), в той час як серед дівчат даний фактор відзначили 70%. Наступним за пріоритетністю фактором для молодих чоловіків є конативний – 87% зазначають вплив особливостей поведінки дівчини на прийняття рішення щодо продовження відносин з нею. З незначним відривом далі слідує фактор «особистісні особливості», який є важливим для 83% юнаків. Соціально-демографічні характеристики дівчини мають значення для 53% юнаків, виступаючи менш значимим фактором.

Для дівчат, навпаки, соціальний критерій є одним з пріоритетних при оцінці партнеру протилежної статі (80%). Однак головне значення все ж таки мають поведінкові особливості молодої людини та її особистісні риси, на чому роблять акцент більшість опитаних дівчат (97% та 87% відповідно).

Як бачимо, учасники дослідження цілком підтвердили стереотипні уявлення про те, що у чоловіків, незважаючи на соціально-психологічні, етнічні та інші критерії, зовнішні дані дівчини пов'язані із ступеню її привабливості. Тоді як для дівчат зовнішність чоловіка не відіграє вирішального значення, поступаючись його особистісним особливостям, стилю поведінки, соціальному статусу.

Великий інтерес у дослідженні викликає безпосередня оцінка особами протилежної статі змісту того чи іншого фактору, а саме впливу зовнішніх ознак, особливостей поведінки, особистісних рис і соціально-демографічних характеристик на формування атракції у ситуації міжособистісної взаємодії.

Результати опитування дали змогу скласти візуальний портрет привабливого партнеру різної статі. Дівчина, яка здатна викликати симпатію юнаків, повина мати виразні очі (67%), чуттєві губи (53%), легкий макіяж (80%), що підкреслює миловидність обличчя з правильними рисами (83%). При цьому приваблива дівчина, на думку юнаків, повина бути швидше блондинкою (70%) з довгим волоссям (77%).

Дівчата, навпаки, віддають перевагу брюнетам (87%) з короткою стрижкою (47%) або волоссям середньої довжини (53%), з виразними очима (100%) та пухкими губами (73%), а також мужніми рисами обличчя (53%) та гладко поголеним підборіддям (77%). Як додатковий мімічний критерій і дівчата (20%), і хлопці (30%) виділяють красиву посмішку як ознаку привабливості партнеру.

Таким чином, можна констатувати, що чоловіки в ситуації першої зустрічі переважно орієнтуються на яскраве вираження фемінних ознак жінки, в той час як образ привабливого юнака у свідомості дівчат має як маскулінні, так і фемінні риси, що свідчить про його емоційність, здатність до співчуття.

Ще одним фактором, який впливає на формування першого враження про людину протилежної статі, є її зовнішній вигляд, а саме стиль одягу. Слід відмітити, що більша частина опитаних (77% юнаків і 50% дівчат) відмічають наявність смаку при виборі одягу як важливий фактор, здатний викликати симпатію. При цьому, юнаки надають перевагу жіночному романтичному стилю одягу партнерші (67%). Відтак, більшість молодих людей при першій зустрічі більш схильні до спілкування з дівчиною, яка дотримується жіночного стилю із всіма характерними атрибутами.

Дівчата також вважають спортивний стиль одягу молодої людини недоречними для ситуації першої зустрічі (40%), тоді як класичний або діловий стиль (60%) сприяє продовженню знайомства. Можливо, така стилістика асоціативно пов'язується жінками зі статусними характеристиками партнера, що опосередковано підтверджується підкресленням ними бажаності дорогого взуття (20%) і парфюма (23%).

Що стосується безпосередньо соціально-демографічних характеристик партнера, то найбільш

привабливим діапазоном для юнаків є вік дівчини від 19 до 24 років, тоді як дівчата віддають перевагу юнакам віком від 22 до 28 років. Іншими словами, респонденти підтверджують негласні норми про вікові вподобання, згідно з якими дівчата орієнтуються на молодих людей старше себе, а молоді люди – на дівчат молодше за віком.

Схожість було виявлено при оцінці таких параметрів як національність і рівень освіти потенційно привабливого партнера. Більшість молодих людей, а саме 73% юнаків і 87% дівчат надають перевагу гомогенним стосункам, і лише для 10% юнаків і 7% дівчат національність не має значення. Така тенденція виявляється і при оцінці рівня освіти: більшість респондентів обирають партнера з вищою освітою і лише 27% юнаків і 10% дівчат підкреслюють, що рівень освіти не має для них значення. Можливо, високий рівень освіти у свідомості молодих людей асоціюється з культурою, інтелектом, світоглядом, вихованістю людини, що підтверджується їх відповідями при опитуванні.

Проте, відносно привабливого роду діяльності партнеру, думки юнаків і дівчат відрізняються: 80% дівчат бажають щоб молодий чоловік працював, і лише 10% юнаків підтримують цю відповідь відносно дівчат. При цьому дівчатам властива конкретизація сфери професійної зайнятості потенційно привабливого партнера: 27% дівчат називають як таку діяльність – підприємництво, власний бізнес, 17% дівчат відмічають бажаність високої керівної посади. Таким чином, гендерна специфічність відповідей підтверджує, що дівчата поділяють стереотипні уявлення про високий соціально-економічний статус чоловіка, що панує у суспільстві.

Важливим фактором у прийнятті рішення про розвиток відносин з конкретним партнером є його психологічний портрет або ті риси особистості, які були проявлені у ситуації першої взаємодії. В цілому, молодими людьми були вказані якості, що відносяться до різних сфер особистості – цілеспрямованість, впевненість у собі, відповідальність, комунікабельність, врівноваженість, доброта, інтелектуальні здібності, оптимізм, сексуальність тощо. Так, у свідомості юнаків приваблива дівчина володіє яскраво вираженою сексуальністю (50%), жіночністю (57%), скромністю (23%), але при цьому є самостійною, самодостатньою (23%). Отже, дівчина, яка викликає симпатію юнака повина володіти як фемінними рисами, так і властивостями андрогінного характеру.

В свою чергу, психологічний портрет привабливого юнака у ситуації взаємодії включає швидше маскулітні риси, ніж андрогінні: впевненість у собі (50%), цілеспрямованість (63%), мужність (53%), надійність (33%), сміливість (27%), щедрість (27%), активність (23%), ініціатива (23%), рішучість (23%). Однак 17% дівчат вказують на прояв порядності і романтичності як ознаки, що сприяє виникненню симпатії.

Серед особистісних рис, що перешкоджають формуванню атракції, виділяють: грубість, агресивність, ворожість, нещирість потенційного партнера. Статистично значимі відмінності виявлені щодо таких якостей як злість (10% юнаків і 33% дівчат), лицемірство і брехливість (10% юнаків і 27% дівчат), які відштовхують і юнаків, і дівчат, але останніх особливо сильно.

Крім того, для юнаків непривабливою є дівчина, яка володіє наступними рисами: корисливість (33%), примхливість (30%), стервозність (20%), егоїстичність (17%), недовірливість (17%) і безвідповідальність (13%). Тому надто самозакохана дівчина, яка шукає у всьому вигоду – антогоністичний типаж для молодої людини.

Для дівчат відштовхуючими виступають самозакоханість, нарцизм (67%), трусливість (50%), жіночність (37%), скупість (30%), нахабство (27%), легковажність (27%), ревність (17%) і лінощі (17%). Тобто, дівчат не влаштовують як яскраво виражені негативні риси, так і риси, що не відповідають уявленням про справжнього чоловіка. Також слід відзначити логічну закономірність: названі відштовхуючими якості є антонімами тих, що були вказані як привабливі.

Останнє завдання нашого дослідження стосувалось визначення патернів поведінки, що сприяють формуванню атракції в ситуації міжособистісної взаємодії. Узагальнений портрет поведінкових реакцій включає здатність до гумористичної оцінки подій, гнучкість, поважне ставлення до оточуючих, природність, зосередженість, турботливість, тактичність, грамотність.

Так, почуття гумору потенційного партнера виявилось більш значущим для жіночої статі – даний параметр атракції виділяють 67% дівчат і 40% юнаків. Такій гендерній групі як дівчата властиво помічати ознаки поважного ставлення до інших людей, в першу чергу жінок (50% відповідно). Більш важливим для юнаків, ніж для дівчат є природність, щирість партнера у спілкуванні (37% юнаків і лише 10% дівчат).

Крім того, було виявлено гендерно специфічні відповіді, властиві лише дівчатам і лише юнакам. Останні наголошували, що симпатичнішою дівчиною є винахідлива (33%), відкрита (17%), небагатослівна (17%) особа. Відтак, в черговий раз виявляємо суперечливі вимоги, що висувуються до дівчат, які за умови зацікавленості у партнері шукають певні компромісні рішення. Зокрема, демонстрація доброзичливості, ерудованості, відкритості, комунікабельності супроводжується контролем рівня вербальної активності, надмірність якої викликає у чоловіків відтогнення.

Дівчата, в свою чергу, серед привабливих патернів виділили такі особливості поведінки юнаків: галантність (47%), доброзичливість у спілкуванні (40%), вихованість (27%), вміння поступатися, компромісність (20%). Дівчата бажають щоб у спілкуванні з ними юнаки виявляли турботу, добрі манери, вміння поступатися у спорних моментах, тобто демонстрували як андрогінні, так і фемінні риси.

Статистично значимі відмінності встановлені за такими параметрами, як пихатість, зарозумілість і хамство. Вони відштовхують і юнаків, і дівчат, але останніх особливо сильно. Так, було виявлено гендерно специфічні відповіді: юнаків відштовхує вульгарна, зухвала поведінка дівчини (83%), а також демонстрація їх доступності (50%). В той час як дівчат не влаштовує у поведінці юнака ворожість до оточуючих (50%), незадоволеність всім і всіма (50%), вживання ненормативної лексики (40%), невідповідність слів і вчинків (30%), безтактність (27%).

Слід зазначити, що названі поведінкові реакції у більшості випадків є антонімами патернів, які досліджувані відмічали як привабливі і цілком гармонійно поєднуються з іншими результатами дослідження. Одним із проявів поведінки є наявність шкідливих звичок і залежність від них. На нашу думку, виявлення таких звичок у партнера в ситуації першої зустрічі здатне значний чином вплинути на прийняття рішення щодо продовження чи припинення спілкування з ним. Враховуючи важливість цього параметра, окремим питанням опитувальника було встановлення особливостей сучасних молодих людей до шкідливих звичок. Як і передбачалось, більшість (83% юнаків і 80% дівчат) вважають шкідливі звички партнера значимим фактором, що має негативну ознаку. І лише 17% юнаків і 20% дівчат не надають їм значення, оскільки зазначають, що їх можна позбавитися. Одностайно молоді люди вважають категорично неприйнятним вживання наркотичних засобів (100%), надмірне вживання алкоголю (77%). Паління є неприйнятним для 77% юнаків і лише 40% дівчат, тобто дівчата у цьому питанні демонструють більшу лояльність.

Висновки і перспективи подальшого дослідження. На основі проведеного дослідження гендерних особливостей факторів атракції у ситуації міжособистісної взаємодії можна зробити такі висновки, що молоді люди, незалежно від статі, обирають партнера здатного до співпраці, кооперації, компромісу при вирішенні проблем і конфліктів, відповідального, комунікабельного, доброго, чуйного, здатного допомогти і заспокоїти, тобто доброзичливий та альтруїстичний тип особистості.

Непривабливим для юнаків і дівчат є підозрілий тип особистості. На думку молодих людей, демонстрація критичності, скептичності, замкнутості, негативізму партнером здатні різко знизити рівень атракції. Також малопривабливим як для чоловічої, так і для жіночої статі є егоїстичний тип особистості: самозакоханий, зарозумілий, самовдоволений, хвалькуватий.

Таким чином, результати, отримані за допомогою опитування, дали змогу встановити пріоритетні фактори атракції сучасної молоді в ситуації міжособистісної взаємодії.

Список використаних джерел

1. Андреева Г.С. Методы исследования межличностного восприятия / Г.С. Андреева, В.С. Агеев. – М.: МГУ. – 178 с.
2. Аронсон Э. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме / Э. Аронсон, Т. Уилсон, Р. Эйкерт. – СПб: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
3. Белинская Е.П. Социальная психология / Е.П. Белинская, О.А. Тихомандриская. – М.: Аспект-Пресс, 2000. – 475 с.
4. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений / Л.Я. Гозман. – М.: МГУ, 1987. – 176 с.
5. Грива О.В. Межличностная аттракция и ее детерминирующие факторы / О.В. Грива // Современная психология: материалы Международ. науч. конф. – Пермь: Меркурий, 2014. – С.23-25.
6. Зливков В.Л. Атракція як чинник єдності процесів виховання, розвитку й навчання у гармонізації спільно розподільної діяльності / В.Л. Зливков, Ю.А. Агачева // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка, 2010. – С. 105-108.
7. Сердюк Н.І. Вплив психологічних умов формування атракції на міжособистісні стосунки підлітків / Н.І. Сердюк // Молодий вчений, 2015. - №2. – С.431-434.
8. Хромов В.В. Влияние характера взаимодействия на межличностную аттракцию / В.В. Хромов // Вестник Череповецкого государственного университета, 2012. - №3. – Т.2. – С.178-180.
9. Шнейдер Л.Б. Психология семейных отношений / Л.Б. Шнейдер. – М.: Эксмо-Пресс, 2000. – 640 с.

References translated and transliterated

1. Andreeva G.S. Metody issledovaniya mezhlichnostnogo vospriyatija [Methods for investigating interpersonal perception] / G.S. Andreeva, V.S. Ageev. – M.: MGU. – 178 s.
2. Aronson Je. Social'naja psihologija. Psihologicheskie zakony povedenija cheloveka v sociume [Social Psychology. Psychological laws of human behavior in society] / Je. Aronson, T. Uilson, R. Jejkert. – SPb: Prajm-EVROZNAK, 2004. – 560 s.
3. Belinskaja E.P. Social'naja psihologija [Social Psychology] / E.P. Belinskaja, O.A. Tihomandriskaja. – M.: Aspekt-Press, 2000. – 475s.
4. Gozman L.Ja. Psihologija jemocional'nyh otnoshenij [Psychology of emotional relationships] / L.Ja. Gozman. – M.: MGU, 1987. – 176 s.
5. Griva O.V. Mezhlichnostnaja atrakcija i ee determinirujushhie faktory [Interpersonal attraction and its determinants] / O.V. Griva // Sovremennaja psihologija: materialy Mezhdunar. nauch. konf. – Perm': Merkurij, 2014. – S.23-25.
6. Zlivkov V.L. Atrakcija jak chinnik ednosti procesiv vihovannja, rozvitku j navchannja u garmonizacii spil'no rozpodil'noї dijal'nosti [Attractions unity as a factor in processes of education, development and training in harmonizing cooperation distribution activities] / V.L. Zlivkov, Ju.A. Agacheva // Visnik NTUU «KPI». Filosofija. Psihologija. Pedagogika, 2010. – S. 105-108.
7. Serdjuk N.I. Vpliv psihologichnih umov formuvannja atrakcii na mizhosobistisni stosunki pidlitkiv [The impact of psychological conditions of formation attractions in interpersonal relationships teens] / N.I. Serdjuk // Molodij vchenij, 2015. - №2. – S.431-434.
8. Hromov V.V. Vlijanie haraktera vzaimodejstvija na mezhlichnostnuju atrakciju [The influence of the nature of the interaction on interpersonal attraction] / V.V. Hromov // Vestnik Cherepoveckogo gosudarstvennogo universiteta, 2012. - №3. – T.2. – S.178-180.
9. Shnejder L.B. Psihologija semejnyh otnoshenij [Psychology of family relations] / L.B. Shnejder. – M.: Jeksmo-Press, 2000. – 640 s.

УДК 159.923.2

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНО-ЦІННІСНОГО КОМПОНЕНТУ В СТРУКТУРІ САМОПОВАГИ СТУДЕНТІВ

О.А. Малихіна

аспірантка кафедри психології

Бердянського державного педагогічного університету

moart1902@gmail.com

Малихіна О.А. Дослідження емоційно-ціннісного компонента в структурі самоповаги студентів. У статті розглянуто особливості емоційно-ціннісного компонента самоповаги у студентської молоді. Розкрито феномен самоповаги особистості в контексті дослідження свідомості та самосвідомості як центральних утворень у психічному житті особистості. Проаналізовано підходи до визначення самоствалення особистості як родового поняття стосовно провідного поняття дослідження – самоповаги. На основі теоретичного аналізу запропоновано структурну модель самоповаги в студентському віці, що включила в себе наступні компоненти: когнітивний, емоційно-ціннісний, поведінковий. В якості дослідницького завдання була зроблена спроба оцінити емоційно-ціннісний компонент самоповаги в студентському віці, показниками якого стали: ціннісне ставлення студентів до самих себе; позитивні емоції та почуття, смислоутворювальні мотиви, що стають основою загальної життєвої установки щодо себе. Було визначено рівні прояву цього компонента.

Ключові слова: свідомість, самосвідомість, ставлення, самоствалення, самоповага, студентський вік, емоційно-ціннісний компонент самоповаги, смислоутворюючи мотиви.

Malykhina, O.A. Research of emotional-value component within the structure of the students' self-respect. Article deals with the peculiarities of the emotional-value component of the self-respect of the students' youth. It is described the phenomenon of self-respect of the personality within the context of the consciousness's and self-consciousness's researches as the central formations of the personality's mental life. There approaches of the determination of the self-stating of the personality as the typical (class) term in the context of the research – self-respect have been analyzed. It has been marked, that the attitude to the personality to himself determines the level of accepting or not-accepting of the individual by himself. The emotional-value attitude of the personality to itself has been determined and described as the most productive for the understanding and realization of the self-respect's essence due to such characteristics: generality, selectivity, mindfulness at certain level, emotional fullness which includes the feeling of the own dignity, self-value, self-acceptance. Due to the theoretical analysis it has been proposed the structural model of the self-respect at student's age. This model includes such components: cognitive, which is characterized by the self-image and by the self-esteem, which is based on the self-cognition during different activity and interaction with other people; emotional-value, which includes positive emotions, feeling and sense-creating motives, which become the basis of the future vital attitude to himself; behavioral, which is determined by actions or by the plans, which are oriented on the personality. The student's age is important within the conditions of formation of the new type of attitude to itself by the young personality. This is based on the transfer from the certain self-assessments to the general assessment, which has taken place at the previous stages of the development. It was made an effort to esteem the emotional-value component of the self-respect at the students' age. There were such indexes of this phenomenon: evaluative attitude of students to themselves; positive emotions and feeling, sense-creating motives, which become the basis for the general life attitude to himself. The certain levels of manifestation of this component have been determined.

Keywords: consciousness, self-consciousness, attitude, self-attitude, self-respect, students'age, emotional-value component, sense-creating motives.