

Проблема межличностной аттракции и аттрактивного поведения. Совпадение позитивных и негативных установок как фактор аттракции

Научный руководитель – Рикель Александр Маркович

Филатова Ксения Валерьевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

E-mail: filatova_ksenia@mail.ru

Данные тезисы посвящены проблематике эмоциональных отношений, аттракции, возникающей в процессе их установления и факторов, которыми она оказывается детерминирована. В различных источниках межличностная аттракция определяется как понятие, обозначающее «возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого» [1]; «особенность объекта, которая способствует вовлечению человека в совместную с этим объектом активность» [3]. Для наиболее полного определения аттракции необходимо учитывать её основные составляющие: во-первых, аттракция может рассматриваться как эмоция, возникающая по отношению к другому человеку (именно предметная направленность, объективированность аттракции составляет её специфику как эмоции); во-вторых, она является определенным проявлением социальных установок; и, наконец, аттракция представляет собой компонент межличностного восприятия.

К факторам аттракции, выделяемым большинством исследователей, относятся внешние характеристики и степень физической привлекательности; социальный и профессиональный статус, уровень компетентности; склонность к самораскрытию; приписываемая объекту удачливость (наиболее убедительное обоснование роли данного фактора приводится в рамках теории «веры в справедливый мир» М. Лернера); принцип сходства: одновременно с тенденцией к предпочтению партнеров, у которых оказываются максимально выражены положительные характеристики, действует «стремление к выбору равных», т.е. важную роль играет совпадение уровней выраженности определенных качеств у объекта и субъекта; степень сходства установок (именно этот фактор рассматривался нами в ходе исследования); ситуативные детерминанты и состояние субъекта аттракции; фактор близости. [2]

Влияние степени совпадения установок на возникновение аттракции оказывается одним из наиболее значимых проявлений принципа сходства. Большое количество экспериментальных данных свидетельствует о положительном влиянии совпадения установок на аттракцию. Зависимость, полученная Д. Бирном и соавторами и определяющая аттракцию как функцию сходства установок, получила название *закона аттракции Бирна-Нельсона*. Согласно данному закону, при предъявлении определенного числа установок степень аттракции определяется исключительно числом совпадающих установок, а не значимостью их для испытуемого, степенью обобщенности объекта аттитюда или какими-либо другими характеристиками. Данная зависимость оказывается валидной в основном для ситуаций кратковременного общения. Для более поздних этапов формирования эмоциональных отношений основную роль приобретает степень сходства именно ключевых, наиболее значимых для субъекта установок. [2]

К основным причинам, лежащим в основе столь сильной выраженности влияния сходства установок на аттракцию, относится, во-первых, стремление субъекта верифицировать собственные взгляды в процессе социального взаимодействия; во-вторых, возможность облегчения прогнозирования поведения партнёра со схожими установками. Ощущение до-

ступности такого предсказания поведения создаёт психологически комфортную для субъекта обстановку, тем самым увеличивая степень аттракции к объекту.

Описание исследования

Цель исследования: сравнение степени влияния совпадения позитивных и негативных установок на аттракцию на начальном этапе её возникновения.

Основная гипотеза исследования: совпадение негативных установок является более сильным фактором формирования аттракции по сравнению с совпадением позитивных в изначально благоприятных для возникновения аттракции условиях (оценка объекта как внешне привлекательного).

В качестве главной методической основы исследования была использована модифицированная методика «поддельного незнакомца», разработанная Д. Бирном и соавторами.

Дизайн эксперимента:

На первом этапе исследования испытуемые заполняли анкету, в рамках которой выявлялись их позитивные и негативные установки по отношению к определённым качествам потенциального партнера, а также ряд характеристик ценностных парадигм (наиболее значимые с точки зрения респондентов проблемы современного общества и приоритетные жизненные ценности). При этом цель исследования испытуемым предварительно не сообщалась. Анкета также включала в себя эмоционально нейтральные вопросы, с помощью которых предполагалось сделать основную направленность исследования минимально очевидной для респондентов. Затем испытуемым предлагался ряд фотографий «поддельных незнакомцев» без каких-либо дополнительных данных, задачей респондентов была оценка их внешней привлекательности по десятибалльной шкале. Основную часть выборки составили женщины (124 из 140 респондентов).

Для проведения следующего этапа эксперимента нами были отобраны фотографии, получившие максимально высокие оценки со стороны респондентов. Был создан ряд анкет «поддельных незнакомцев», использованных нами в качестве «отвлекающих данных». Выборка на втором этапе исследования составила 40 человек.

Респондентам, принявшим участие во втором этапе эксперимента, для оценки было предложено 5 фотографий, к каждой из которых прилагалась анкета «поддельного незнакомца». 2 из предложенных фотографий были максимально высоко оценены конкретным респондентом на предыдущем этапе исследования; при этом анкеты, приложенные к ним, были разработаны следующим образом: одна из них характеризовалась значительной степенью совпадения с собственной анкетой испытуемого с точки зрения позитивных установок, другая - с точки зрения негативных. Для оценки влияния сходства положительных и отрицательных аттитюдов на динамику уровня аттракции респондентам предлагалось повторно оценить предложенные фотографии, предварительно ознакомившись с анкетами.

На данный момент ведётся обработка данных, полученных в рамках второго этапа исследования.

Источники и литература

- 1) Краткий психологический словарь. — М., 1985. (с. 26)
- 2) Гозман, Л.Я. Психология эмоциональных отношений / Л.Я. Гозман. — М.: МГУ, 1987
- 3) English H., English A. A comprehensive dictionary of psychological and psychoanalytical terms. — N. Y., 1958