

Яценко Наталія Вікторівна
Житомирський державний університет
імені Івана Франка, м. Житомир.
Науковий керівник – доктор психол. наук,
професор Журавльова Лариса Петрівна

Актуальність нашого дослідження визначається практичністю використання отриманих даних практиками з вікової, загальної та соціальної психології. На сьогодні взаємозв'язок гендерних відмінностей і особливостей сприймання обличчя людини є недостатньо вивченим. Тому ми взяли за мету дослідити сприймання обличчя людини, уточнивши критерії: атрактивність обличчя, фемінність чи маскуліність його рис і загальна задоволеність собою.

Ми ставимо за мету виявити практичні психологічні факти, які допоможуть нам зрозуміти, як саме сприймаються інші та «як нас бачать» у спілкуванні, у сприйманні та відображенні, у соціальній перцепції загалом.

Методологічну та теоретичну основу дослідження склали основні положення емоційно-ціннісного підходу, в межах якого зовнішність та сприймання тіла розглядається через виділені нами показники атрактивності у роботах Агеїчевої О.І., Васильова С., Данильченко Т.В., Гозман Л.Я., Кочнева В.І. та Кленчу А.М.; оцінки задоволеності собою (власної зовнішності та емоційно-ціннісного ставлення до неї) – С. Журарда і Р. Секорда; дослідження фемінності маскулінності методики С. Бем; оцінки обличчя з точки зору привабливості Верещинської Я.В.; за основну ідею взято тест методу портретних виборів Леопольда Сонді.

Досліджено особливості сприймання обличчя людини через критерії його фемінності, маскуліності, привабливості та атрактивності. Вперше розглянуто гендерний аспект сприймання обличчя людини з виділеними критеріями оцінки загальної задоволеності собою, фемінності, маскуліності рис обличчя та його психологічної атрактивності.

На рис.1 подано понятійно-логічну схему теоретичних основ дослідження. Основним поняттям в нашому дослідженні є «соціальна перцепція». Цей багатофункціональний процес передбачає сприйняття зовнішніх ознак людини, зіставлення їх з її особистісними характеристиками, інтерпретацію і прогнозування на цій основі її вчинків [4].

Так, як у спілкуванні є багато факторів, які передують позитивному або негативному сприйманню інших людей, ми не можемо обійти питання бар'єрів на його шляху.

Плануючи дослідження ми спиралися на результати психологічних вимірів таких вчених, як Бернс Р., Гоффман Э., Кочюнас Р., враховано положення про атрактивність Зінченка В.П. та Б.Г. Мещерякова [3].

Варто зазначити, що на сприймання обличчя людини та її зовнішності впливає той факт, наявне чи відсутнє її споглядання. Наприклад, за ефектом ореолу [8] криється перебільшення наявної інформації або факту про людину. Якщо вона гарна, значить – ніжна і жіноча, м'яка у спілкуванні. Або у неї великий ніс – надокучлива людина, яка всім щось рекомендує – стереотипізація [7] або приписування, як випадок атрибутції [1]. За наявності повного сприймання людини або рис її обличчя можливе запам'ятовування останнього аналізу її рис, що може бути головним у подальшому її сприйманні.

За умов виділення головної риси поміж усіх – у гало-ефекті [10], яка ставиться пріоритетною у подальшому, затьмарюється усе інше.



Рис.1. Понятійно-логічна схема теоретичних основ дослідження

В ситуації ідентифікації [8] ми зіткнемося з тим, що людина бачить подібність рис обличчя та приписує йому те, що приписує собі. Наприклад, якась риса власна вважається еталоном жіночності, тому за її наявності у іншої людини жіночність приписуватиметься автоматично. Звісно, ми припускаємо той факт, що жінки можуть оцінювати інших, принижуючи привабливість чи жіночність, або рівень задоволеності собою за рахунок підвищення власних показників. Хтось оцінюватиме за самим поглядом, хтось на це не звертатиме уваги. Тому ми виміряємо вузько - за «жіночністю» або «мужністю» досліджуваних, які є інтегральними характеристиками у сприйманні обличчя. Також увага досліджуваних буде спрямована на оцінку явних характеристик привабливості, а це, у свою чергу, враховуватиме асиметрію. Звідси ми визначимо, як ці показники пов'язані між собою у сприйманні обличчя дорослого.

Є ефекти, які взагалі не передбачають наявності попереднього сприймання людини. Ефект очікування [7] – створює зовсім щось нове, із нічого, а потім або підтверджується, або скасовується. Це як очікування, що в експерименті на сприймання обличчя інших людей будуть усі жіночні жінки та мужні чоловіки. Ефект первинності [8] взагалі може не

включати сприймання людини, а інформація сама визначає усе подальше сприймання. Якщо у нашому експерименті виявляться люди, які знають один-одного, то цей ефект може подіяти навпаки. Наприклад, особисте відношення до людини з певними, наявними їй характеристиками, визначатимуть її привабливість та рівень задоволення собою. Тому ми виключаємо такі фактори впливу – фонові показники дослідницького виміру.

У межах емоційно-ціннісного підходу оцінка обличчя розглядається через показник задоволеності собою, сприймання обличчя з приписуванням йому рис жіночності або чоловічності – фемінності та маскулінності, відповідно також враховується атрактивність обличчя. Це описано у роботі Верещинської Я. В., яка присвятила даній темі окремий розгляд [3].

Розподіл досліджуваних був здійснений згідно існуючої класифікації вікових меж за Б. Бромлеем [7]. Згідно його робіт цикл дорослості складається із чотирьох стадій: рання дорослість (21 — 25 років); середня дорослість (25 — 40 років); пізня дорослість (40 — 55 років); передпенсійний вік, який ми не беремо до уваги у дослідженні (55 — 65 років).

У ході дослідження ми працювали в межах емоційно-ціннісного підходу, де вимірювали цінності, які приписуватимуться обличчю людини: привабливістю, фемінністю, маскулінністю та загальною оцінкою задоволеності собою. Іншими словами, свою увагу приділили пошуку зв'язку між емоційно-ціннісним ставленням до обличчя власним та обличчям іншої людини, однією змінною Я-концепції (задоволення собою), а також визначення факторів привабливості у жінок та чоловіків. Ми свідомо обмежуємо вимірювані ознаки, адже оцінка привабливості досить індивідуальне психологічне утворення, рівень естетики або її особливість розуміння може завадити виявити гендерні особливості у сприйманні обличчя людини або розмиватиме висновки про це сприймання.

Варто зазначити, що ми взяли ідею дослідження фемінності, маскулінності з методики С. Бема, яка їх досліджувала, однак вибудували свою шкалу, враховуючи наш дослідницький інтерес. Також оцінка обличчя з точки зору привабливості була взята з прикладу тесту Леопольда Сонді – методу портретних виборів.

Дослідження проводилося в онлайн-режимі через тестову базу «Sirvio», яка дозволила випадковим чином охопити вибірку різного віку та статі м. Житомира та м. Києва. Враховуючи генеральну сукупність вибірки, ми рандомним чином включили у список респондентів дорослих різних вікових категорій: від 20 до 55 років. Досліджувані працюють у різних сферах: освіта, спілкування та бізнес, є представниками різних професій та сімейних станів. У дослідженні взяли участь 30 чоловіків та 29 осіб жіночої статі враховуючи кожен вікову групу – рання дорослість, середня та пізня.

Етапи проведення дослідження:

1. Ми запропонували респондентам взяти участь у дослідженні сприймання обличчя та кожний бажаючий дозволив використати у ньому своє фото, яке на рівні з іншими оцінюватиметься іншими учасниками. Відкритість розміщених фото розповсюджувалась на саму вибірку, тому конфіденційність оцінок за межами нашого дослідження суворо дотримуватиметься.

2. У тесті питання розміщені таким чином: визначення переважної характеристики – фемінності або маскулінності рис обличчя; оцінки задоволеності собою, зважаючи на риси обличчя; оцінкою привабливості обличчя. Шкала оцінки – від 1 до 5.

Кожен досліджуваний пройшов тест з того вікового періоду, до якого відносився. Бажання оцінити іншу вікову групу виявленням не було.

У результаті проведеного дослідження за допомогою спеціально розробленого тесту підтверджено гіпотези дослідження:

1. Чим вищою буде оцінка фемінності у жінок та маскулінності у чоловіків, тим вищою буде атрактивність окремої людини. У результаті проаналізованих даних цю закономірність виявлено лише у суб'єкта сприймання обличчя (у чоловіків від 21-25 років).

Тобто, чоловіки, які сприймали обличчя жінок та чоловіків оцінили найвищими балами їх фемінність та асертивність.

2. Гендерних відмінностей у виявленні приємних або неприємних рис обличчя людини у дорослому віці не буде виявлено, або вони є незначними. Найбільша увага та оцінка приділяється фемінності жінок та маскулінності чоловіків. Чоловіки, які сприймають обличчя, приділяють найбільше уваги маскулінності у ранньому та середньому віці та фемінності у пізньому дорослому віці. Жінки ж – фемінності та асертивності у ранньому, у середньому дорослому віці – асертивності та асертивності і задоволенні собою у пізньому дорослому віці. Отже, висунуті нами гіпотези частково підтвердились.

У результаті проведеного кореляційного аналізу виявлено зв'язок між задоволенням собою чоловіків та жінок у віці 21-25 років та задоволенням собою, атрактивністю у жінок, задоволеності собою і маскулінністю чоловіків (у 25-30 років). У жінок 40-55 років виявлено зв'язок між атрактивністю та задоволенням собою. У чоловіків такого ж віку виявлено зв'язок між задоволенням собою, фемінністю, маскулінністю рис обличчя та його атрактивністю.

Отже, чим суб'єктивно чи об'єктивно задоволенішою собою є людина, тим привабливішою вона є, «маскуліннішими» чи «феміннішими» вважаються їх риси обличчя, і навпаки.

Якщо не враховувати відсоткового співвідношення оцінок рис обличчя, ми виявили, що найбільше оцінений показник задоволеності собою, який зчитується краще, ніж інші. При чому це незалежно від того, чоловік то чи жінка та скільки їм років. У ранній дорослості більше маскулінних рис обличчя, у середній та пізній – фемінних.

Перспективною подальших досліджень може виступати включення інших факторів сприймання обличчя людей – симетрії, емоційного наповнення фото та виміру емоцій досліджуваних під час споглядання обличчя, асоціативного ряду, який виникає у респондентів.

Література

1. Андреева, Г. М. Социальная психология [Текст] : третье издание. / Г. М. Андреева. – М.: Наука, 1994. – 668 с.
2. Василёв С.В. Психология любви / С.В. Васильев. – М.: Интерпринт, 1992. – 236 с.
3. Верещинська Я. В. Привабливість як естетичний компонент соціальної перцепції. Психологія і особистість. 2016. № 1 (9) С. 245-253
4. Данильченко Т. В. Гендерно-перцептивні відмінності у формуванні першого враження у соціальній взаємодії : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.05 “Соціальна психологія” / Т.В. Данильченко. – К., 2004. – 20 с.
5. Костюченко О. М. Психологічні особливості розвитку соціальної перцепції майбутніх фахівців галузі масових комунікацій: автореф. дис ... канд. психол. наук / О. М. Костюченко. – Хмельницький : б. в., 2012. – 16 с.
6. Москаленко, В. В. Соціальна психологія [Текст] : підр. / В.В. Москаленко. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: ЦУЛ, 2008. – 688 с.
7. Павелків Р.В. Вікова психологія: підруч. для студ. вищ. навч. закл.. -К.: Кондор, 2011. - 468 с.
8. Романець З.О. Конспект лекцій з дисципліни «Соціальна психологія» Уклала: доцент Романець З.О. Напрямок підготовки 8.000009 – «Управління навчальними закладами» - Національний університет «Львівська політехніка», - Львів 2009, - с.72.

ТЕХНОЛОГІЇ ОСОБИСТІСНОГО ЗРОСТАННЯ

ФОРМУВАННЯ КОНСТРУКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДЛІТКІВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ТРЕНІНГУ

Гаврилук Ірина Анатоліївна
Житомирський державний університет
імені Івана Франка, м. Житомир
Науковий керівник – кандидат психол. наук,
доц. Котлова Людмила Олександрівна

Здатність конструктивно діяти у вирішенні конфліктних ситуацій дозволяє раціонально вирішувати конфлікти, враховуючи позицію обох сторін.

Конструктивна взаємодія – це цілеспрямована, побудована на гнучких установках і поглядах, на розумінні індивідуальних особливостей партнера спільна діяльність зацікавлених один в одному особистостей, що прагнуть до самовдосконалення, самоактуалізації, продуктивного вирішення виникаючих протиріч і до соціально значимого результату (О.А. Чебикіна).

Отже, конструктивна взаємодія є багатовимірним процесом, який впливає на весь життєвий шлях особистості.

Проблеми конструктивної взаємодії, її теоретичні та практичні аспекти досліджували в своїх працях С.А. Котловий, С.В. Кривцова, Є.А. Мухаматуліна, Л.М. Рудіна, В.С. Смірнов, Б.І. Хасан, О.А. Чебикіна та інші.

На формування конструктивної поведінки підлітків впливає безліч факторів, які порівнювано представлені в ситуаціях розвитку підлітків.

Наше дослідження було організоване з врахуванням особливостей роботи практичного психолога з підлітками. Вибірка дослідження склала 100 підлітків (50 дівчат та 50 хлопців).

Етапи нашого дослідження:

I етап – Створення ситуації співробітництва та налаштування кожного особисто на роботу.

II етап – Проведення дослідження за допомогою методики діагностики комунікативної толерантності В.В. Бойка, експрес-опитувальника «Індекс толерантності» (Г.У. Солдатова, О.А. Кравцова, О.Є. Хухлаєв, Л.А. Шайгерова) та методики виявлення стратегії поведінки у конфлікті К. Томаса.

III етап – Проведення тренінгової роботи з підлітками з метою формування конструктивної взаємодії підлітків.

Структура тренінгової роботи:

- створення ситуації співробітництва та налаштування кожного на роботу. Знайомство; оголошення теми тренінгу; визначення очікувань учасників від тренінгу; встановлення правил у групі; визначення понять змісту «спілкування», «конструктивне спілкування»; визначення якостей та вмінь, важливих для конструктивного спілкування;

- підвищення психоемоційного тону групи, привітання; формування навичок невербального спілкування; визначення комунікативної, інтерактивної та перцептивної сторони спілкування; вираження підлітками власних почуттів без оцінок, невдоволення та образ; формування навичок активного слухання та без оціночного сприйняття взаємодії; аналіз важливості відсутності бар'єрів спілкування;

- формування почуття дружби, товарищескості; формування вмінь називати власні емоції та розуміти емоції інших; інформування про значення толерантності у міжособистісних стосунках; формування відповідальності; закріплення отриманих комунікативних знань і навичок в реальних життєвих ситуаціях; формування навичок гідно відмовляти; закріплення