

ЕМОЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ АТРАКТИВНОСТІ ЯК ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ОСНОВ ІМІДЖУ В МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ

У статті теоретично обґрунтовані й емпірично вивчені емоційно-комунікативні особливості атрактивності як передумови формування основ іміджу в майбутніх учителів. У роботі досліджуються симптомокомплекс характеристик атрактивності, зовнішні й внутрішні фактори, які зумовлюють її специфіку, представлена й апробована система психокорекції емоційно-комунікативних особливостей атрактивності в студентів-педагогів.

Ключові слова: атрактивність, симптомокомплекс атрактивності, емоційно-комунікативні особливості атрактивності, фактори специфіки атрактивності, студенти-педагоги.

За нашими попередніми дослідженнями [11, 13, 16 та ін.] імідж сучасного вчителя не на належному рівні представлений у суспільній оцінці. Причин – безліч. Серед основних можна виділити перш за все несформовані особистісні емоційно-комунікативні особливості атрактивності [2, 4, 5, 8, 11, 14, 15 та ін.].

Проблема атрактивності в психології характеризується як недостатньою розробленістю, так і різного роду поглядами щодо її розуміння: на рівні спроби розкриття її змісту або опосередковано у переліку властивостей особистості, важливих для соціально-психологічної та педагогічної діяльності [3, 6, 12 та ін.]. Нерідко при її розгляді використовуються такі синонімічні чи близькі поняття, як міжособистісна привабливість, симпатія та чарівність [1, 2, 5 та ін.]; або вона просто зводиться до зовнішньої привабливості [17, 18, 19 та ін.]. Врешті-решт, ряд дослідників для означення досліджуваної властивості використовують термін "атракція", роблячи акцент не на її процесуальності, а на стійких психологічних характеристиках особистості, що її зумовлюють [4, 8 та ін.].

Така ситуація суттєво ускладнює процес пізнання та визначення сутності атрактивності не зважаючи на її актуальність як для різних галузей сучасної психології в цілому, так і для адекватного психолого-педагогічного формування основ іміджу в майбутніх педагогів, зокрема. Саме тому, ми зосередили зусилля на теоретичному обґрунтуванні й емпіричному вивченні емоційно-комунікативних особливостей атрактивності як певних чинників іміджу в майбутніх педагогів, що і є метою нашої роботи.

Для досягнення мети вирішувались наступні завдання дослідження:

1. На основі теоретико-методологічного аналізу психологічних джерел уточнити сутність поняття атрактивності та виділити симптомокомплекс її характеристик; узагальнити дані про соціально-психологічні чинники розвитку атрактивності та визначити ознаки, що характеризують її як передумову іміджу майбутніх педагогів.

2. Створити психодіагностичний комплекс для дослідження емоційно-комунікативних особливостей атрактивності та пов'язаних з нею індивідуально-психологічних властивостей.

3. Дослідити кореляційні взаємозв'язки між показниками атрактивності та індивідуально-психологічними властивостями, як чинниками іміджу.

4. Визначити та охарактеризувати основні фактори, що зумовлюють специфіку атрактивності в майбутніх педагогів.

5. Побудувати та апробувати систему психологічної корекції емоційно-комунікативних особливостей атрактивності навчально-професійної підготовки студентів педагогічних вузів при формуванні основ іміджу.

У результаті теоретико-методологічного аналізу літератури умовно виділено чотири підходи до вивчення атрактивності. Перший підхід полягає в семантичному аналізі поняття, оскільки проблема визначення його змісту ускладнена неоднозначністю тлумачення в різних мовах. Серед розмаїття понять, що стосуються цього феномена (рос. "обаятельность", укр. – "чарівність", "привабливість", "принадність") більш універсального поширення набули іншомовні еквіваленти перекладу (франц. "attractivité", нім. "attraktivität", англ. "attractiveness" та ін.), які, до того ж, указують на семантичну близькість досліджуваного поняття з атракцією [17, 18, 19 та ін.]. У другому підході ставиться акцент на виявленні природи атрактивності, що має вроджений, несвідомий характер [7]. За третім підходом під атрактивністю розуміється зовнішня привабливість, що представлена невербальним компонентом комунікації [6, 19, 20 та ін.]. В рамках четвертого підходу атрактивність розглядається як властивість об'єкта атракції, що виявляється в ході соціально-перцептивної взаємодії [2, 4, 8, 14 та ін.].

Проаналізовані вище теоретичні підходи та концепції дають підстави розглядати атрактивність як інтегральну властивість особистості, що виявляється в здатності викликати позитивне емоційне ставлення, інтерес, симпатію та довіру до навколишніх.

Теоретичним підґрунтям при аналізі атрактивності як властивості особистості стали положення теорії інтегральної індивідуальності В.С. Мерліна [10]. Це дозволило розглядати атрактивність на різних рівнях індивідуальності: нейродинамічному (особливості нервової системи та властивості конституціонального характеру) та психодинамічному (екстраверсія-інтроверсія, чутливість, емоційна лабільність-стабільність, агресивність та ін.), рівні властивостей особистості (упевненість у собі, щирість, спрямованість особистості, комунікативні навички та ін.), рівні соціально-психологічних характеристик (якості, що формуються в групі: довірливість, емпатійність, товариськість та ін.; якості, пов'язані з соціальною поведінкою та позицією особистості: доброзичливість, схильність до співробітництва-лідерства, індивідуальний стиль самовираження, гнучкість поведінки та ін.).

Подальший аналіз показав, що атрактивність може описуватись симптомокомплексом властивостей, який складають характеристики, що мають специфічні ознаки на всіх рівнях індивідуальності та являють собою основні сфери

особистості (когнітивна, емоційна, комунікативна, вольова). За даними різних досліджень [2, 4, 5 та ін.], провідними в симптомокомплексі атрактивності студентів у період юнацтва є саме емоційно-комунікативні особливості (товариськість, емпатичність, спрямованість на підтримання стосунків та ін.).

Надалі, для вивчення симптомокомплексу характеристик атрактивності студентів, виділено дві основні тенденції в емпіричному дослідженні. Перша тенденція пов'язана з тим, що образ атрактивності виявляється неусвідомлено в процесі міжособистісного пізнання (за механізмом формування уявлень в імпліцитній теорії особистості); друга тенденція полягає в експлікації комплексу характерних ознак об'єкта, що її зумовлює розгляд особистісних якостей суб'єкта, які визначають сприймання образу атрактивності. Встановлено, що суб'єкт сприймання є носієм особистісних якостей, які впливають на оцінювання характеристик об'єкта (образу атрактивності). Серед них важливими є рівень самооцінки, самоприйняття, ступінь упевненості в собі, загальне ставлення до себе та інших (рефлексивність, самокритичність, сенситивність, толерантність, емпатичність та ін.).

Встановлено, що в спеціальній літературі зумовленість розвитку атрактивності в дівчат старшого юнацького віку вивчається в загальному контексті соціально-психологічних чинників становлення особистості в цей період (Л.І. Божович, Г. Крайг, І.Ю. Кулагіна, О.М. Леонтьєв, В.Ф. Моргун, В.С. Мухіна, О.В. Толстих, Д.І. Фельдштейн, О.Я. Чебикін та ін.). Відтак, за результатами аналізу тих чи інших досліджень, чинники розвитку атрактивності умовно поділяються на внутрішні й зовнішні. До внутрішніх відносяться індивідуально-типологічні особливості та психологічні новоутворення юнацького віку (формування адекватної Я-концепції, особистісне та професійне самовизначення, ідентифікація зі світом дорослих, гендерна ідентифікація та ін.); до зовнішніх – економічні (матеріально-побутові) та соціокультурні (умови соціалізації, якість соціальних контактів, сімейних відносин та ін.).

Отримані ці та інші результати теоретичного аналізу дозволили сформулювати наступну гіпотезу дослідження, яка ґрунтується на тому, що атрактивність представлена певним симптомокомплексом різних особистісних особливостей. При цьому серед них провідними є емоційно-комунікативні. Визначивши останні, у співвідношенні з іншими властивостями особистості, ми зможемо виділити фактори специфіки атрактивності в майбутніх педагогів як певного чинника іміджу та знайти адекватні підходи до її психологічної корекції.

Для діагностики характеристик атрактивності в роботі застосовані спеціально розроблені: опитувальник "Атрактивність жінки" для дослідження уявлень студентів про актуальність, природу, чинники, що сприяють або перешкоджають розвитку атрактивності, визначення видів та рівнів самооцінки досліджуваної властивості; шкала "Оцінка характеристик атрактивності" та адаптована процедура визначення самооцінки Т.В. Дембо, С.Я. Рубінштейн "Розміщення себе на шкалах атрактивності". Для дослідження індивідуально-психологічних властивостей студентів застосовувались такі психодіагностичні методики: "Діагностика емоційної зрілості" О.Я. Чебикіна; "Фрайбургський особистісний опитувальник" (FPI) форма "В" в адаптації А.О. Крилова та ін.; тест-опитувальник "Загальна емоційна спрямованість особистості (типи ЗЕС)" Б.І. Додонова; методика дослідження гендерної ідентичності особистості С. Бем (МІГІ).

Дослідження проводилось у три етапи. На першому (підготовчому) етапі відбувалося планування змістової сторони роботи, визначення репрезентативної вибірки, пошук, адаптація та апробація психодіагностичного інструментарію. Вибір відповідних методик визначений їхньою адекватністю цілям і завданням дослідження.

Другий етап спрямований на проведення емпіричних процедур. Було обстежено 326 студенток, переважно, віком 17-18 років.

На третьому етапі проводився кількісний та якісний аналіз отриманих даних. Для статистичної обробки результатів використовувався комплекс методів математичної статистики.

Для дослідження уявлень дівчат про актуальність, природу, чинники, що сприяють або перешкоджають розвитку атрактивності, встановлення якості сімейного та художньо-естетичного виховання, визначення видів та рівнів самооцінки досліджуваної властивості, було розроблено опитувальник "Атрактивність жінки". Дані, що отримано за його допомогою, вказують на високу усвідомленість дівчатами актуальності проблематики атрактивності (66% вибірки), важливе значення досліджуваної властивості для різних сфер повсякденного життя, у цілому (73,3 %), та впливу на досягнення успіху в особистому житті досліджуваних, зокрема (59,7%).

З приводу поглядів на природу атрактивності, 52% вибірки вважає, що вона іманентно закладена у вигляді задатків, для розвитку якої необхідні сприятливі умови соціалізації; 18% дівчат розуміють під атрактивністю суто природжену властивість, що виявляється неусвідомлено; 20% обстежуваних вважають, що вона набувається під дією соціальних умов (сім'ї, школи, неформальних об'єднань, ЗМІ, етносу та ін.). При визначенні рангових переваг чинників, що перешкоджають розвитку атрактивності, встановлено, що найбільшому опору сприяють низька самооцінка та її наслідки (невпевненість у собі, незадоволення / неприйняття своєї зовнішності) ($x=3,1$), наявність комплексу неповноцінності ($x=3,2$) та неефективність вербального і невербального спілкування (неконтактність, дистанційованість, бар'єри в спілкуванні) ($x=4,6$). У ході опитування також визначено, що, у своїй більшості, дівчата оцінюють рівень власного художньо-естетичного виховання як достатній (81,5%), а умови сімейного виховання як емоційно-комфортні (76,7%).

Результати дослідження також дозволили виділити певні види самооцінки атрактивності в дівчат: загальну (відчуття себе атрактивною взагалі) й ситуативну (відчуття себе атрактивною ситуативно, при спілкуванні з окремими людьми та ін.) та описати їх рівні (високий, середній та низький). Для сукупної вибірки дівчат переважає високий рівень самооцінки ситуативної (67%) та середній рівень самооцінки загальної атрактивності (69,9%). Це може пояснюватись більшою гнучкістю ситуативної атрактивності та варіативністю її проявів. Прослідковано чітку залежність між високою якістю родинного виховання та переважанням серед дівчат високого й середнього рівня самооцінки за вказаними видами атрактивності, що свідчить про сприятливий вплив гармонійного сімейного клімату на її розвиток.

Для емпіричного вивчення симптомокомплексу атрактивності враховувались попередні дані про основні тенденції у його дослідженні, а саме: аналіз соціальних уявлень дівчат про ознаки, що характеризують жінку з виразною атрактивністю (образ атрактивності). Для експлікації ознак, що характеризують цей образ було проведено контент-аналіз нестандартизованих словесних звітів (творів), який дав можливість розкрити уявлення дівчат про психологічний простір та різноманітність відтінків досліджуваної властивості. Одержана інформація була використана для побудови

шкали "Оцінка характеристик атрактивності", оскільки серед наявного психодіагностичного інструментарію не було виявлено методик, котрі діагностують експліковані показники атрактивності.

У результаті роботи з розробленою шкалою визначено симптомокомплекс атрактивності, що являє собою 10 найсуттєвіших характеристик в образі жінки, серед яких провідними є емоційно-комунікативні: зовнішня привабливість, жіночність, оптимістичність, експресивність, упевненість у собі, доброзичливість, відкритість, комунікабельність, ширість, культурність.

На основі домінування певних характеристик атрактивності, що були отримані при роботі зі шкалою, виокремлено п'ять груп дівчат старшого юнацького віку: група, де провідними характеристиками вважаються жіночність та зовнішня привабливість ("жіночні"); група, що висуває як провідні експресивність та оптимістичність ("енергійні"); група, в якій віддається перевага впевненості в собі та доброзичливості ("впевнені"); група, яка вважає провідними – відкритість та комунікабельність ("комунікабельні"); група, що надає перевагу в образі ширості та культурності ("конгруентні").

У кожній групі проведено кореляційний аналіз, який виявив: по-перше, характер взаємозв'язку параметрів самооцінок загальної та ситуативної атрактивності з індивідуально-психологічними властивостями особистості дівчат, по-друге, комплекси суттєвих взаємозв'язків емоційно-комунікативних характеристик атрактивності з цими властивостями.

У групі "жіночних" дівчат самооцінка їхньої загальної атрактивності позитивно пов'язана зі спонтанною агресивністю ($r=0.32, p<0,05$), екстравертованістю ($r=0.33, p<0,05$), глоричною емоційною спрямованістю ($r=0.38, p<0,05$). Стосовно взаємозв'язків емоційно-комунікативних характеристик атрактивності з індивідуально-психологічними властивостями особистості дівчат даної групи виявлено наступні тенденції в їх співвідношенні: зовнішня привабливість додатньо, а жіночність від'ємно пов'язані з глоричною емоційною спрямованістю ($r=0.33, p<0,05$); оптимістичність позитивно корелює з екстравертованістю ($r=0.38, p<0,05$); експресивність має пряму кореляцію з невротичністю ($r=0.37, p<0,05$) та зворотню з урівноваженістю ($r=-0.40, p<0,05$); упевненість у собі від'ємно корелює з емоційною лабільністю ($r=-0.42, p<0,05$); доброзичливість негативно пов'язана з реактивною агресією ($r=-0.32, p<0,05$); відкритість має позитивні зв'язки з фемінністю ($r=0.33$) та збудливістю ($r=0.34$) при $p<0,05$.

У вибірці "енергійних" дівчат самооцінка загальної атрактивності має позитивний зв'язок з емоційно-комфортним сімейним кліматом ($r=0.29, p<0,05$), товариськістю ($r=0.29, p<0,01$), врівноваженістю ($r=0.48, p<0,01$), екстравертованістю ($r=0.46, p<0,01$), глоричною емоційною спрямованістю ($r=0.42, p<0,01$) та має негативні зв'язки з емоційно-напруженим сімейним кліматом ($r=-0.29, p<0,05$), депресивністю ($r=-0.29, p<0,05$), сором'язливістю ($r=-0.39, p<0,01$). Самооцінка ситуативної атрактивності дівчат цієї групи додатньо корелює з комунікативною емоційною спрямованістю ($r=0.23, p<0,05$). Зовнішня привабливість додатньо, а жіночність від'ємно корелюють з глоричною емоційною спрямованістю ($r=0.31$) при $p<0,05$. Експресивність має позитивний зв'язок із здатністю до саморегуляції ($r=0.32$) та негативний – з маскуліністю ($r=-0.30$) при $p<0,05$. Упевненість у собі додатньо корелює з реактивною агресивністю ($r=0.42, p<0,01$) та маскуліністю ($r=-0.30, p<0,05$). Доброзичливість, навпаки, негативно пов'язана з реактивною агресією ($r=-0.29, p<0,05$). Ширість має позитивний зв'язок із практичним ($r=0.31$) та негативний – із гедоністичним типами емоційної спрямованості ($r=-0.29$) при $p<0,05$. Культурність позитивно корелює з товариськістю ($r=0.31$), врівноваженістю ($r=0.33$) та емпатичністю ($r=0.32, p<0,05$).

У групі "впевнених" дівчат самооцінка загальної атрактивності позитивно пов'язана з урівноваженістю ($r=0.34, p<0,05$) та глоричною емоційною спрямованістю ($r=0.44, p<0,01$); самооцінка ситуативної атрактивності прямо пов'язана з фемінністю ($r=0.33, p<0,05$). Жіночність додатньо корелює з акзитивною емоційною спрямованістю ($r=0.31, p<0,05$); оптимістичність – з маскуліністю ($r=0.38, p<0,01$) та андрогінністю ($r=0.33, p<0,05$); комунікабельність має позитивну кореляцію з відкритістю ($r=0.32, p<0,05$) та ін.

У вибірці "комунікабельних" дівчат самооцінка загальної атрактивності позитивно пов'язана з екстравертованістю ($r=0.47, p<0,01$), глоричною емоційною спрямованістю ($r=0.35, p<0,05$); самооцінка ситуативної атрактивності додатньо корелює з андрогінністю ($r=0.33, p<0,05$). Зовнішня привабливість додатньо пов'язана зі збудливістю ($r=0.38, p<0,05$). Оптимістичність має позитивний зв'язок із відкритістю ($r=0.37, p<0,05$); експресивність – із здатністю до саморегуляції ($r=0.53, p<0,01$) та фемінністю ($r=0.40, p<0,05$). Відкритість прямо пов'язана з екстраверсією ($r=0.35, p<0,05$). Комунікабельність має негативну кореляцію з невротичністю ($r=-0.37$) та лабільністю ($r=-0.35$) при $p<0,05$.

У групі "конгруентних" дівчат самооцінка загальної атрактивності позитивно пов'язана з екстравертованістю ($r=0.47$), маскуліністю ($r=0.34$) та негативно із сором'язливістю ($r=-0.35$) при $p<0,05$. Самооцінка ситуативної атрактивності додатньо корелює зі здатністю до саморегуляції ($r=0.37, p<0,05$). Жіночність негативно корелює з відкритістю ($r=-0.33, p<0,05$). Оптимістичність має негативні зв'язки з депресивністю ($r=-0.34, p<0,05$), спонтанною агресивністю ($r=-0.35, p<0,05$) та сором'язливістю ($r=-0.42, p<0,01$); експресивність позитивно пов'язана зі здатністю до саморегуляції ($r=0.44, p<0,01$). Комунікабельність має негативну кореляцію з невротичністю ($r=-0.34, p<0,05$) та депресивністю ($r=-0.45, p<0,01$).

З метою подальшого групування показників та визначення факторів специфіки атрактивності у вигляді комплексів взаємопов'язаних особистісних властивостей використано факторний аналіз у зазначених групах дівчат.

Аналіз отриманих даних показав, що специфіка атрактивності в дівчат старшого юнацького віку зумовлюється сукупністю загальних та індивідуально-типових ознак, які виступають для досліджуваної властивості як внутрішні та зовнішні фактори. Виявлено такі внутрішні фактори для представниць досліджуваних груп: "жіночних" – фемінність, андрогінність, екстравертованість, лабільність, сором'язливість, експресивність, альтруїстичність та ін.; "енергійних" – фемінний тип гендерної ідентичності, товариськість, комунікативність, експресивність, агресивність, відкритість та ін.; "упевнених" – товариськість, висока самооцінка атрактивності, фемінність, емпатичність та ін.; "комунікабельних" – фемінний тип гендерної ідентичності, товариськість, лабільність, агресивність та ін.; "конгруентних" – фемінність, маскуліність, урівноваженість, експресивність, екстравертованість, здатність до саморегуляції та ін. Зовнішніми факторами специфіки досліджуваної властивості є емоційно-комфортний сімейний клімат та художньо-естетичне виховання, які позитивно корелюють з показниками атрактивності. Останнє є загальною тенденцією для більшості груп дівчат.

Представлена процедура констатуючого експерименту виявила симптомокомплекс та фактори специфіки атрактивності як передумови у формуванні основ іміджу в студенток, що є важливим підґрунтям для розробки та апробації цілеспрямованої системи психологічної корекції особливостей цієї властивості.

Метою побудованої нами корекційної системи є розвиток особливостей атрактивності, провідними серед яких виступають емоційно-комунікативні: експресивність, відкритість, емпатичність, емоційна саморегуляція та врівноваженість, комунікабельність, товариськість, здатність викликати довіру та ін. Наряду з цим, особлива увага

приділялась розвитку позитивної "Я-концепції" (упевненості в собі, самоприйняттю та конгруентності), оскільки теоретико-емпірично обґрунтовано важливість високої самооцінки для розвитку атрактивності. Тенденції розвитку, що мають бути закладені в основі змісту даної системи, знаходяться у внутрішньому потенціалі та індивідуальності дівчат, спираються на сильні сторони їхньої особистості та ресурси для самозмінення.

Запропонований психокорекційний тренінг є авторським поєднанням класичних розвивальних вправ, які реалізовувались поетапно в структурі чотирьох змістових блоків програми: актуалізації атрактивності, розкриття її змісту та окреслення стратегій, усвідомлення власної атрактивності, її виявлення та втілення.

Таблиця

Порівняння середньоарифметичних значень самооцінок та експертних оцінок за шкалами P60-P70 у вимірвальних серіях (E1, E2, E3, E4)

Шкали	P60	P61	P62	P63	P64	P65	P66	P67	P68	P69	P70
x1	6,2	5,9	7,2	7,1	6,4	8,2	6,8	7,0	7,4	7,2	6,9
x2	8,7	8,9	9,0	9,2	9,0	9,1	9,3	9,5	9,6	8,9	9,1
x3	8,5	8,6	8,7	8,6	8,7	8,8	8,9	8,8	8,5	8,4	8,6
x4	8,8	8,5	8,5	9,1	9,2	8,9	8,8	9,3	8,9	8,3	8,8

Примітка: x1 – середньоарифметичне значення самооцінок за шкалами P60-P70 в експериментальній групі до експерименту (E1);
x2 – середньоарифметичне значення самооцінок за шкалами P60-P70 в експериментальній групі після експерименту (E2);
x3 – середньоарифметичне значення експертних оцінок (E3) за шкалами P60-P70;
x4 – середньоарифметичне значення самооцінок відстрокованого ефекту психокорекції (E4) за шкалами P60-P70.

До апробації було залучено 56 студенток, самооцінка загальної та ситуативної атрактивності яких виявилась на низькому та середньому рівнях. Перевірка результатів апробації представляла собою квазіекспериментальний план 4 дискретних часових серій: самооцінювання до експерименту (E1), після нього (E2), експертне оцінювання (E3) та самооцінювання відстрокованого ефекту психокорекції (E4) за допомогою адаптованої процедури визначення самооцінки Т.В. Дембо-С.Я. Рубінштейн "Розміщення себе на шкалах атрактивності". Це дало змогу визначити самооцінки характеристик симптомокомплексу атрактивності: зовнішньої привабливості (P60), жіночності (P61), оптимістичності (P62), експресивності (P63), упевненості в собі (P64), доброзичливості (P65), відкритості (P66), комунікабельності (P67), ширості (P68), культурності (P69) та загального коефіцієнта самооцінки атрактивності (P70). У табл. показані значення самооцінок за вищеописаними шкалами до та після експерименту, експертних оцінок та самооцінок відстрокованого ефекту психокорекції.

Загалом, наведені дані засвідчили підвищення показників, що може свідчити про ефективність психокорекційного впливу на представлені характеристики атрактивності дівчат (P60 – P70). Для підтвердження значущості змін, які відбулися, з самооцінками характеристик: x1 – до експерименту (E1), x2 – після нього (E2), x3 – при експертному оцінюванні (E3) та x4 – при аналізі відстрокованого ефекту (E4) був застосований t-критерій Стьюдента (t). Зміни за всіма показниками шкал є достовірно значущими на достатньому рівні вірогідності ($p < 0,05$).

Експертне оцінювання характеристик атрактивності після корекції, загалом, підтвердило зміни в бік їх підвищення, але в меншому ступені, ніж при самооцінюванні дівчатами власних особливостей атрактивності. На думку експертів, найбільшої значущості змін зазнали показники: зовнішня привабливість, жіночність, упевненість у собі, комунікабельність тощо. У цілому, достовірно значущі зміни самооцінок за всіма параметрами при їх порівнянні до експерименту та відстроковано вказують на загальну ефективність проведеної психокорекційної роботи. Найбільшої тенденції підвищення також зазнали параметри зовнішньої привабливості, жіночності, упевненості в собі, комунікабельності та експресивності. На пролонгованість ефекту корекції при порівнянні значень самооцінок відразу після експерименту та відстроковано вказують незначне зростання параметрів упевненості в собі, у цілому, та у власній зовнішності зокрема, а також збереження в часі параметрів таких суттєвих емоційно-комунікативних особливостей атрактивності як експресивності, доброзичливості та комунікабельності. Така тенденція пояснюється тим, що дівчата продовжили роботу по самовдосконаленню в напрямку розвитку емоційно-комунікативних основ атрактивності. Параметри оптимістичності, відкритості та ширості зазнали незначного зниження внаслідок незмінності соціальної ситуації розвитку, яка є важливим фактором атрактивності студенток.

У цілому, виконане дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Аналіз теоретико-методологічної літератури показав, що проблема атрактивності є актуальним чинником іміджу вчителя. Виділено основні підходи до розуміння змісту атрактивності. Перший полягає у лінгвістичному аналізі поняття на фоні неоднозначності його тлумачення в різних мовах; однак більшість різномовних еквівалентів (франц. "attractivité", нім. "attraktivität", англ. "attractiveness" та ін.) вказують на певну їх семантичну близькість. За другим підходом, атрактивність має вигляд неусвідомлюваних уявлень та установок про вроджену наділеність певних індивідів надприродними якостями. Третій підхід атрактивність отожднює із зовнішньою привабливістю, яка, переважно, детермінується невербальним компонентом комунікації. За четвертим, вона розкривається як властивість об'єкта атракції, що виявляється в ході соціально-перцептивної взаємодії. У цілому, проведене дослідження дало підставу вперше розглянути атрактивність як інтегральну властивість особистості, що виявляється в здатності викликати позитивне емоційне ставлення, інтерес, симпатію та довіру до навколишніх.

2. Встановлено, що атрактивність описується симптомокомплексом властивостей, який складають характеристики, що мають специфічні ознаки на всіх рівнях інтегральної індивідуальності (за В.С. Мерліним) та представляють основні сфери особистості (когнітивна, емоційна, комунікативна, мотиваційна, вольова). Однак, теоретично обґрунтовано, що провідними у симптомокомплексі атрактивності дівчат старшого юнацького віку є саме емоційно-комунікативні особливості.

3. Показано, що розроблений методичний інструментарій (опитувальник "Атрактивність жінки", шкала "Оцінка характеристик атрактивності" дав можливість діагностувати ознаки, що характеризують образ жінки з виразною атрактивністю (симптомокомплекс атрактивності), а також отримати дані, що вказують на високу усвідомленість дівчатами актуальності проблематики атрактивності, важливе значення цієї властивості для різних сфер повсякденного життя та досягнення особистого успіху. Встановлено чинники, що перешкоджають розвитку атрактивності: низький рівень

самооцінки та її наслідки (невпевненість у собі, незадоволення / неприйняття своєї зовнішності), наявність комплексу неповноцінності та неефективність вербального і невербального спілкування (неконтактність, дистанційованість, бар'єри в спілкуванні). Визначено, як важливі чинники розвитку атрактивності, умови сімейного виховання студенток та рівні їх художньо-естетичного виховання.

4. Визначено на рівні соціальних уявлень студенток симптомокомплекс атрактивності, що являє собою десять найсуттєвіших характеристик в образі жінки, серед яких провідними виступають емоційно-комунікативні: зовнішня привабливість, жіночність, оптимістичність, експресивність, упевненість в собі, доброзичливість, відкритість, комунікабельність, ширість, культурність, що мають важливе значення при формуванні основ іміджу. На основі домінуючих характеристик виокремлено 5 груп студентів: група, де провідними характеристиками є жіночність та зовнішня привабливість ("жіночні"); група, що вважає за провідні експресивність та оптимістичність ("енергійні"); група, в якій віддається перевага впевненості в собі та доброзичливості ("впевнені"); група, яка вважає провідними комунікабельність та відкритість ("комунікабельні"); група, що надає перевагу образу культурності та ширості ("конгруентні").

6. Емпірично доведено існування значущих кореляційних взаємозв'язків між показниками атрактивності (самооцінками загальної та ситуативної атрактивності, її емоційно-комунікативними характеристиками) та спектром індивідуально-психологічних властивостей особистості в дівчат, які підтверджують суттєву роль останніх у визначенні провідних особливостей атрактивності та підкреслюють специфічну своєрідність досліджуваних груп.

Результати факторного аналізу дозволили отримати більш згруповані комплекси взаємопов'язаних індивідуально-психологічних властивостей та показників атрактивності, що зумовлюють її специфіку в студенток та в якісному плані виступають її внутрішніми та зовнішніми факторами. Для "жіночних" дівчат внутрішніми факторами специфіки атрактивності виступають фемінність, андрогінність, екстравертованість, емоційна лабільність, сором'язливість, експресивність, альтруїстичність та ін.; "енергійних" – фемінність, товариськість, комунікативність, експресивність, агресивність, відкритість та ін.; "впевнених" – товариськість, фемінність, емпатичність, самооцінка атрактивності та ін.; "комунікабельних" – фемінність, товариськість, емоційна лабільність, агресивність та ін.; "конгруентних" – фемінність, маскуліність, емоційна врівноваженість, експресивність, екстравертованість, здатність до саморегуляції та ін. Для дівчат більшості груп зовнішніми факторами специфіки досліджуваної властивості виступають емоційно-комфортне сімейне та художньо-естетичне виховання.

7. Розроблено та апробовано цілеспрямовану систему психокорекції, яка поетапно реалізована в таких змістових блоках: актуалізація атрактивності, розкриття її змісту та окреслення стратегій, усвідомлення власної атрактивності, її виявлення та втілення. Доведено на рівні статистичної перевірки достовірності змін у досліджуваних параметрах, що впровадження запропонованої системи сприяло певному підвищенню самооцінок дівчат за більшістю виявлених характеристик симптомокомплексу атрактивності: зовнішньої привабливості, жіночності, експресивності, упевненості в собі, доброзичливості, комунікабельності та культурності. Перевірка результатів апробації у вигляді квазіекспериментального плану дискретних часових серій, у цілому, засвідчила пролонгованість корекційного ефекту та загальну ефективність розробленої системи психологічної корекції в забезпеченні важливих умов для формування основ іміджу в майбутніх учителів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агеичева О. И. Оценка обаяния телеведущего телезрителями с разными личностными качествами: автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. психол. наук: спец. 19.00.05 "Социальная психология" / О.И. Агеичева. – М., 2007. – 23 с.
2. Бодалев А. А. Психология межличностного общения / А.А. Бодалев. – Рязань, 1994. – 90 с.
3. Большой психологический словарь / [ред.-сост. Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко]. – М.: ОЛМА-Пресс, 2003. – 672 с.
4. Гозман Л. Я. Психология эмоциональных отношений: [монография] / Л.Я. Гозман. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – 176 с.
5. 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.
6. Журавлева С.Н. Влияние имиджа женщин, занимающихся шейпингом на их адаптированность и атрактивность / С.Н. Журавлева // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2007. – Вып. 9 (31). – С. 38–41.
7. Калина Н. Ф. Основы психоанализа / Н.Ф. Калина. – К.: Ваклер, 2001. – 352 с.
8. Киреева З. А. Социально-психологическая структура аттракции и ее влияние на социометрический статус личности: автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. психол. наук: спец. 19.00.05 "Социальная психология" / З.А. Киреева. – Ярославль, 2008. – 24 с.
9. Коваленко О. Г. Развитие эмпатии та аттракції майбутнього педагога як умов професійного спілкування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.07 "Вікова та педагогічна психологія" / О.Г. Коваленко. – К., 2004. – 21 с.
10. Мерлин В. С. Очерк интегрального исследования индивидуальности / В.С. Мерлин. – М.: Педагогика, 1986. – 256 с.
11. Перельгина Е. Б. Психология имиджа / Е.Б. Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
12. Першко Г. О. Професійні особистісні якості соціального педагога як базова умова соціально-педагогічної діяльності / Г.О. Першко // Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. Випуск 122. Серія Педагогічні науки, 2007. – С 102–105.
13. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии 20-го века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 252 с.
14. Фомічева В. М. Індивідуально-психологічні особливості аттракції як фактора психологічної сумісності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.01 "Загальна психологія, історія психології" / В.М. Фомічева. – К., 1998. – 16 с.

15. *Чебикін О. Я.* Теорія і методика емоційної регуляції навчальної діяльності: [навч.-метод. посібник] / О. Я. Чебикін. – Одеса: Астропринт, 1999. – 158 с.
16. *Шепель В. М.* Секреты личного обаяния: имиджология / В.М. Шепель. – М.: Интел, 1994. – 465 с.
17. *Lasky E.* Physical attractiveness and its relation to self-esteem // Love and attraction. – Oxford, 1979.
18. *Patzer G. L.* The Physical Attractiveness Phenomenon. – N. Y., 1985.
19. *Sigal H., Aronson E.* Liking for a evaluator as a function of her physical attractiveness and nature of her evaluations // Journal of experimental social psychology. – 1969. – V. 5.
20. *Silverman I.* Physical attractiveness and courtship // Sexual behavior. – 1971.

Подано до редакції 07.10.2011
