**Введение**

Невозможно себе представить развитие человека, само существование индивида как личности, его связь с обществом вне общения с другими людьми. К.Маркс и Ф.Энгельс отмечали в связи с этим: "...действительное духовное богатство индивида всецело зависит от богатства его действительных отношений...".

К структуре общения можно подойти по-разному, как и к определению его функций. Можнохарактеризовать структуру общения путем выделения в нем трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной.

Коммуникативная сторона общения, или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями. Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Особый круг проблем межличностного восприятия возникает в связи с включением в этот процесс специфических эмоциональных регуляторов. Люди не просто воспринимают друг друга, но формируют друг по отношению к другу определенные отношения. На основе сделанных оценок рождается разнообразная гамма чувств — от неприятия того или иного человека до симпатии, даже любви к нему. Область исследований, связанных с выявлением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку, получила название исследования аттракции*.* Буквально аттракция — привлечение, но специфический оттенок в значении этого слова в русском языке не передает всего содержания понятия «аттракция».

**1. Понятие аттракции.**

*Аттракция (от франц. attraction - притяжение, привлечение, тяготение) - обозначает процесс взаимного тяготения людей друг к другу, механизм формирования привязанностей, дружеских чувств, симпатий, любви*. Сформировать аттракцию - значит вызвать к себе положительное отношение, то есть расположить к себе. Зачем нужна аттракция? Нет плохих людей - есть плохие отношения.

*Аттракция — это и процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего, и продукт этого процесса, т.е. некоторое качество отношения*. Эту многозначность термина особенно важно подчеркнуть и иметь в виду, когда аттракция исследуется не сама по себе, а в контексте третьей, перцептивной, стороны общения. С одной стороны, встает вопрос о том, каков механизм формирования привязанностей, дружеских чувств или, наоборот, неприязни при восприятии другого человека, а с другой — какова роль этого явления (и процесса, и «продукта» его) в структуре общения в целом, в развитии его как определенной системы, включающей в себя и обмен информацией, и взаимодействие, и установление взаимопонимания.

Включение аттракции в процесс межличностного восприятия с особой четкостью раскрывает ту характеристику человеческого общения, которая уже отмечалась выше, а именно тот факт, что общение всегда есть реализация определенных отношений (как общественных, так и межличностных). Аттракция связана преимущественно с этим вторым типом отношений, реализуемых в общении.

Исследование аттракции в социальной психологии — сравнительно новая область. Ее возникновение связано с ломкой определенных предубеждений. Долгое время считалось, что сфера изучения таких феноменов, как дружба, симпатия, любовь, не может быть областью научного анализа, скорее, это область искусства, литературы и т.д.

До сих пор встречается точка зрения, что рассмотрение этих явлений наукой наталкивается на непреодолимые препятствия не только вследствие сложности изучаемых явлений, но и вследствие различных возникающих здесь этических затруднений.

Однако логика изучения межличностного восприятия заставила социальную психологию принять и эту проблематику, и в настоящее время насчитывается довольно большое количество экспериментальных работ и теоретических обобщений в этой области.

Аттракцию можно рассматривать как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент (Гозман, 1987), когда этот «другой» оценивается преимущественно в категориях, свойственных аффективным оценкам. Эмпирические (в том числе экспериментальные) исследования главным образом и посвящены выяснению тех факторов, которые приводят к появлению положительных эмоциональных отношений между людьми. Изучается, в частности, вопрос о роли сходства характеристик субъекта и объекта восприятия в процессе формирования аттракции, о роли «экологических» характеристик процесса общения (близость партнеров по общению, частота встреч и т.п.). Во многих работах выявлялась связь между аттракцией и особым типом взаимодействия, складывающимся между партнерами, например, в условиях «помогающего» поведения. Если весь процесс межличностной перцепции не может быть рассмотрен вне возникающего при этом определенного отношения, то процесс аттракции есть как раз возникновение положительного эмоционального отношения при восприятии другого человека.

Теоретические интерпретации, которые даются полученным данным, не позволяют говорить о том, что уже создана удовлетворительная теория аттракции. В отечественной социальной психологии исследования аттракции немногочисленны. Несомненно, интересна попытка рассмотреть явление аттракции в контексте тех методологических установок, которые разработаны здесь для анализа групп.

Исследование аттракции в контексте групповой деятельности открывает широкую перспективу для новой интерпретации функций аттракции, в частности функции эмоциональной регуляции межличностных отношений в группе. Такого рода работы лишь начинаются. Но сразу важно обозначить их место в общей логике социальной психологии. Естественное развитие представления о человеческом общении как единстве его трех сторон позволяет наметить пути изучения аттракции в контексте общения индивидов в группе.

Выделены различные уровни аттракции:

* симпатия,
* дружба,
* любовь.

*Законы аттракции.*

*1-й закон*: понять - это не значит принять. Нужно, чтобы ваша позиция (цель, интерес) совпадали с позицией другого человека - не противоречили друг другу.

Условия принятия:

1. непротиворечивость того, что он должен сделать, его интересам, желаниям;
2. необходимо показать ему, что действия, которые от него ожидаются, будут способствовать удовлетворению его потребностей;
3. положительное отношение к сообщающему.

*2-й закон аттракции*: при прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоциональное положительное отношение (симпатия, любовь, привязанность, дружба), и наоборот, труднее принимается позиция того человека, к которому испытывают эмоциональное отрицательное отношение (неприязнь, антипатия, ненависть). Согласно этому закону, людей можно разделить по шкале отношений:

Шкала отношений

- +

- - + +

- - - + + +

----------------------------------------------------------

A B C D E F

A - его антипод;

В - явная антипатия;

С - относится скорее отрицательно, чем положительно;

D - относится скорее положительно, чем отрицательно;

E - можно назвать другом;

F - боготворит вас.

Рассмотрим общий психологический механизм формирования аттракции. Здесь мы сталкиваемся с проблемой бессознательного в оценке людьми друг друга. Например, возникло ощущение чего-то неприятного после разговора. "Какой-то неприятный осадок", - говорите вы. Или: "Что-то в нем есть располагающее", - замечаем в другом случае. Как это объяснить? После разговора часто ли мы можем что-то сказать о деталях одежды собеседника (галстуке и т.п.)? Видели и не видели, слышали и не слышали. Все зависит от включенности вашего сознания. Иногда человек увлечен и не слышит и не видит не столь значимые для него сигналы. Эти сигналы могут пропасть для нас бесследно. Но... могут и не пропасть! Все зависит от того, насколько этот сигнал значим для данной личности, несет ли он в себе эмоциональный достаточный заряд. "Минуя" сознание, которое в этот момент занято чем-то другим, эмоционально значимый сигнал остается в сфере бессознательного и оттуда оказывает свое влияние, которое проявляется в виде эмоционального отношения. Отсюда следует, что при общении наши сигналы должны:

* иметь для партнера эмоциональное значение;
* это значение должно быть для него положительным; пусть партнер не осознает этот сигнал (лучше, чтобы не сознавал).

В этом суть механизма формирования приема аттракции.

**2. Межличностная аттракция.**

В широком смысле под межличностной аттракцией понимается формирование положительного эмоционального отношения в процессе восприятия людьми друг друга.

Исследование факторов межличностной аттракции началось в 1930-е гг. с анализа вопросов, кто кого привлекает и почему. Особое влияние на развитие исследований оказали Морено и Ньюкомб. В эти же годы выходит популярнейший бестселлер Дейла Карнеги "Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей", выдержавший пятьдесят переизданий в США и ставший таким же бестселлером в 80-е гг. в нашей стране. Адаптация рекомендаций Карнеги к практике межличностного взаимодействия получила отражение и в отечественной психологической литературе.

Внимание, уделяемое этому феномену, привело к появлению многочисленных и разнообразных исследований. Особый интерес вызывали вопросы возникновения аттракции при первом знакомстве, в дружбе и любви. У исследователей в силу разных причин присутствовала иллюзия того, что закономерности, выявленные в экспериментах со студентами, носят исключительно универсальный характер.

Следует отметить и традиционную стимульно-реактивную ориентацию исследований. Многочисленные детерминанты аттракции, выявленные в них, как правило, выступают в качестве стимулов, что и обусловливает построение соответствующих (по Карнеги) рекомендаций. Присущая тому времени исследовательская эйфория открытия общих законов человеческих взаимоотношений в последующем сменилась периодом пессимизма, особенно характерным для поведенческой психологической традиции. В доказательство полезности работы, проведенной представителями поведенческой традиции, можно констатировать: без нее не были бы возможны как фиксация феномена аттракции, так и его экстенсивное изучение, создавшее необходимую базу для последующего углубленного анализа.

В 70-е гг. в поведенческой традиции к феномену межличностной аттракции начала использоваться цепь подкрепления, разработанная Лоттом и пытающаяся аккумулировать идеи теории баланса и обмена, в соответствии с которыми решающей предпосылкой межличностной аттракции является включение во взаимоотношения подкреплений. Если ваши действия получают подкрепление со стороны других людей, отношении к ним и формируется аттракция.

Другая модификация интерпретации теории научения к межличностной аттракции получила название модели подкрепления-эмоций Барна и Клора. В ней подкрепление дополнено эмоциональным компонентом. Логика полностью соответствует классическому обусловливанию И.П. Павлова. Как собака научается установлению ассоциации между пищей и звонком, так и человек устанавливает ассоциации с позитивными характеристиками других людей и окружения.

Модель подкрепления-эмоции включает следующие положения:

1. Люди идентифицируют воздействующие на них стимулы поощрения или наказания и стремятся к нахождению первых и избеганию вторых.

2. Позитивные чувства ассоциируются с поощрением, а негативные — с наказанием.

3. Стимулы оцениваются в определениях вызываемых ими чувств. Оценка позитивна в случае возникновения позитивных чувств и негативна — при возникновении негативных чувств.

4. Любой нейтральный стимул, ассоциируемый с позитивным подкреплением, вызывает позитивные чувства и наоборот.

Соответственно, вызывание симпатии или антипатии конкретными людьми связано с теми чувствами, которые ассоциируются с ними. Безусловно, поведенческая интерпретация феномена межличностной аттракции является слишком упрощенной, но, одновременно, полностью соответствующей общей стимульно-реактивной методологической модели.

В последнее время начинает пониматься сложность феномена межличностной аттракции, его динамическая и процессуальная природа.

Единственно четко зафиксированной констатацией является тот факт, что люди предпочитают выстраивать позитивные отношения с теми, кто создает возможности для взаимопоощрения. Во многом эти идеи базируются на теории социального обмена Хоманса. Описывая межличностные отношения при помощи концептуального аппарата, заимствованного у экономики, Хоманс использует коэффициент затрат/приобретений, расшифровывающийся опять-таки при посредстве рациональной аналогии — человек взвешивает возможные затраты на достижение цели и получаемую выгоду. Если затраты окупаются — отношения позитивны, если они превышают прибыль, то отношения становятся негативными. Логически взаимовыгодные отношения, казалось бы, составляют фундамент межличностной аттракции. Но в реальной жизни человек далеко не всегда рационален в своих чувствах и поступках и не всегда уподобляется бухгалтеру, подводящему баланс взаимоотношений.

Психологи Фоа утверждают шесть типов межличностных отношений, включающих обмен ресурсами:

1. Товары — любые продукты или объекты.

2. Информация — советы, мнения или рекомендации.

3. Любовь — нежные взгляды, тепло или комфорт.

4. Деньги — любые деньги или все то, что имеет цену.

5. Обслуживание — любая телесная активность или принадлежность человеку.

6. Статус — оценочные решения, предоставляющие высокий или низкий престиж.

Любые из этих ресурсов могут быть объектами взаимообмена во взаимоотношениях людей. В соответствии с данным подходом в большинстве межличностных отношений мы пытаемся использовать минимаксную стратегию, предполагающую минимизацию затрат и максимизацию выгоды. Эта стратегия может реализовываться как преднамеренно, так и непреднамеренно.

**Заключение**

Итак, общение – это процесс, имеющий несколько сторон. Одной из них является персептивная сторона общения, характерной чертой которой является то, как одни социальные объекты воспринимают другие.

Итак, под межличностной аттракцией понимается формирование положительного эмоционального отношения в процессе восприятия людьми друг друга.

В последнее время начинает пониматься сложность феномена межличностной аттракции, его динамическая и процессуальная природа.

## **Список литературы**

1. Гозман Л.Я.Психология эмоциональных отношений — М. 1987.
2. Петровская Л.А. Компетентность в общении. М., 1989.
3. Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. М., 1968.
4. Рубинштейн С.Л. Принципы и пути развития психологии. М., 1960.