

Анатолій Массанов,

доктор психологічних наук, професор,

професор кафедри теорії та методики практичної психології,

Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет

імені К. Д. Ушинського»,

вул. Старопортофранківська, 26, м. Одеса, Україна,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1002-4941>

ВПЕВНЕНІСТЬ У СОБІ ЯК ЧИННИК АТРАКТИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ У ПОДОЛАННІ СОЦІАЛЬНИХ БАР'ЄРІВ.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю поглиблення наукових уявлень про психологічні механізми послаблення та подолання соціальних бар'єрів, а також про роль впевненості у собі й атрактивності особистості в цьому процесі. Незважаючи на значну кількість досліджень впевненості, самоефективності, міжособистісної атракції, самопрезентації та труднощів соціальної взаємодії, недостатньо теоретично розкритим залишається взаємозв'язок цих феноменів у контексті послаблення та подолання соціальних бар'єрів. Мета дослідження – теоретично обґрунтувати роль впевненості у собі як особистісного чинника атрактивності та розкрити психологічні механізми, через які пов'язана з впевненістю атрактивність особистості може сприяти подоланню соціальних бар'єрів у міжособистісній взаємодії. Методи дослідження: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення та систематизація наукових підходів; структурно-функціональний аналіз, теоретичне моделювання та інтерпретація результатів попередніх досліджень. У результаті теоретичного аналізу обґрунтовано роль впевненості у собі як особистісного чинника формування атрактивності, можливий вплив якого реалізується через соціально-комунікативні прояви впевненості та їх сприйняття партнером. Виокремлено два взаємопов'язані механізми участі впевненості у послабленні та подоланні соціальних бар'єрів: внутрішньоособистісний, пов'язаний зі зменшенням внутрішньої невизначеності й соціальної тривожності та підтриманням готовності особистості до соціальної активності, і міжособистісний, що передбачає соціально-комунікативні прояви впевненості, їх сприйняття й оцінювання партнером та можливе формування атрактивності як проміжної ланки. Розроблено структурно-функціональну модель, яка інтегрує обидва шляхи та передбачає зворотний зв'язок, за якого сприятлива реакція партнера й позитивний досвід соціальної взаємодії можуть підтримувати впевненість особистості та її готовність до подальших соціальних контактів. Запропонована модель створює теоретичне підґрунтя для емпіричної перевірки зв'язків між впевненістю у собі, її соціально-комунікативними проявами, атрактивністю та соціальними бар'єрами, зокрема припущення про опосередковану роль атрактивності.

Ключові слова: впевненість у собі, атрактивність особистості, соціальні бар'єри, міжособистісна взаємодія, соціально-комунікативна поведінка, самопрезентація, соціальна тривожність, міжособистісне сприйняття, психологічна дистанція.

Вступ та сучасний стан досліджуваної проблеми.

Актуальність дослідження впевненості у собі як чинника атрактивності особистості у подоланні соціальних бар'єрів зумовлена необхідністю поглиблення наукових уявлень про психологічні механізми, що забезпечують ефективність міжособистісної взаємодії. Впевненість у власних можливостях пов'язана з активністю особистості, її готовністю діяти, здійснювати саморегуляцію поведінки та долати труднощі, тоді як у ситуаціях соціальної взаємодії прояви соціальної впевненості можуть впливати на характер поведінки та її сприйняття партнером (Bandura, 1977, 1997; Li et al., 2020; Водолазська і Цимбал, 2023). Отже, актуальність дослідження визначається на теоретичному рівні необхідністю встановлення та концептуального обґрунтування зв'язку між впевненістю у собі, атрактивністю особистості та послабленням і подоланням соціальних бар'єрів, а на

практичному – потребою у визначенні психологічних ресурсів і механізмів, використання яких може сприяти підвищенню ефективності міжособистісної взаємодії та подоланню труднощів соціального контакту.

Наукова проблема дослідження полягає в недостатній теоретичній визначеності ролі впевненості у собі як чинника атрактивності особистості та психологічних механізмів, через які впевненість і пов'язана з нею атрактивність можуть сприяти послабленню й подоланню соціальних бар'єрів у міжособистісній взаємодії.

Окремі аспекти взаємозв'язку впевненості у собі, атрактивності особистості та послаблення й подолання соціальних бар'єрів представлені в кількох напрямках психологічних досліджень. А. Бандура розкрив роль самоефективності як переконаності людини у власній спроможності успішно здійснювати необхідні дії та досягати певних результатів (Bandura, 1977, 1997).



Б. Шленкер і М. Лірі зосередили увагу на самопрезентації та соціальній тривожності, показавши значення невпевненості людини у можливості справити бажане враження на інших для виникнення труднощів соціальної взаємодії (Schlenker & Leary, 1982). Дж. Маддукс, Л. Нортон і М. Лірі досліджували зв'язок самоефективності у сфері самопрезентації із соціальною тривожністю в ситуаціях міжособистісного оцінювання (Maddux et al., 1988). У дослідженнях Д. Бірна центральне місце посідають закономірності міжособистісної атракції, зокрема роль подібності установок у формуванні привабливості однієї людини для іншої (Byrne, 1961, 1971). Г. Рейс та його колеги досліджували механізми міжособистісного сприйняття, сприйнятої чуйності партнера, формування близькості та позитивних взаємин (Reis & Shaver, 1988; Laurenceau et al., 1998; Itzhakov et al., 2022; Reis & Itzhakov, 2023). Сучасні дослідження доповнюють ці положення даними про зв'язок соціальної впевненості зі сприйняттям особистості партнером, а також про значення агентних проявів поведінки, зокрема впевненості, у формуванні міжособистісної симпатії (Li et al., 2020; Dufner & Krause, 2023). В українських дослідженнях розкриваються особистісні характеристики впевненої людини, прояви соціальної тривожності у міжособистісній взаємодії та психологічні чинники виникнення бар'єрів особистості (Батраченко та ін., 2021; Водолазська і Цимбал, 2023; Массанов, 2024). Отже, окремо достатньо ґрунтовно досліджено самоефективність і соціальну впевненість, самопрезентацію, соціальну тривожність, міжособистісну атракцію та психологічні бар'єри, проте їх взаємозв'язок у контексті ролі впевненості й атрактивності в подоланні соціальних бар'єрів залишається недостатньо теоретично інтегрованим.

Мета та завдання. *Мета статті* – теоретично обґрунтувати роль впевненості у собі як особистісного чинника атрактивності та розкрити психологічні механізми, через які пов'язана з впевненістю атрактивність особистості може сприяти послабленню й подоланню соціальних бар'єрів у міжособистісній взаємодії.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до розуміння впевненості у собі, атрактивності особистості та соціальних бар'єрів у міжособистісній взаємодії.
2. Обґрунтувати роль впевненості у собі як особистісного чинника формування атрактивності у процесі соціальної взаємодії.
3. Розкрити психологічні механізми участі впевненості у собі та пов'язаної з нею атрактивності особистості в послабленні й подоланні соціальних бар'єрів.
4. Теоретично обґрунтувати модель взаємозв'язку впевненості у собі, атрактивності особистості та подолання соціальних бар'єрів.

Методи дослідження. Для реалізації мети та завдань теоретичного дослідження використано комплекс загальнонаукових і теоретичних методів: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення та систематизацію наукових підходів до розуміння впевненості у собі, атрактивності особистості та соціальних бар'єрів; теоретичне

моделювання для обґрунтування взаємозв'язку між впевненістю у собі, особливостями соціально-комунікативної поведінки, атрактивністю та подоланням соціальних бар'єрів; структурно-функціональний аналіз для визначення ролі впевненості у собі та атрактивності особистості у структурі досліджуваного соціально-психологічного процесу; інтерпретаційний метод для теоретичного осмислення результатів попередніх досліджень і формулювання авторської структурно-функціональної моделі.

Результати. Згідно з першим завданням теоретичний аналіз проблеми передбачає уточнення змісту трьох взаємопов'язаних феноменів, як от впевненості у собі, атрактивності особистості та соціальних бар'єрів у міжособистісній взаємодії. У дослідженні психологічних передумов впевненої поведінки сформувалося декілька взаємодоповнювальних підходів. У межах соціально-когнітивного підходу А. Бандура обґрунтував поняття самоефективності як переконаності людини у власній здатності здійснювати дії, необхідні для досягнення певного результату. Самоефективність впливає на вибір поведінки, докладені зусилля та наполегливість особистості в ситуації труднощів (Bandura, 1977, 1997).

У сучасних українських дослідженнях впевненість у собі розглядається як багатокомпонентне особистісне утворення, у структурі якого представлені характеристики, пов'язані із соціальною активністю особистості. Зокрема, О. О. Водолазська та М. Р. Цимбал, досліджуючи факторну структуру впевненої у собі особистості, виокремлюють характеристики, що відображають соціальну сміливість та ініціативність у соціальних контактах (Водолазська і Цимбал, 2023). Це дозволяє розглядати впевненість не лише як суб'єктивну оцінку власних можливостей, а й у зв'язку з особливостями її прояву в соціальній поведінці.

Важливим для розуміння соціальних проявів впевненості є самопрезентаційний підхід Б. Шленкера та М. Лірі. Дослідники пов'язують виникнення соціальної тривоги із ситуацією, коли людина мотивована справити певне враження на інших, але сумнівається у можливості успішної самопрезентації (Schlenker & Leary, 1982). Подальше поєднання самопрезентаційного підходу з теорією самоефективності показало значення оцінки власної спроможності до самопрезентації для переживання соціальної тривожності (Maddux et al., 1988). Сучасні дослідження також засвідчують, що підвищення відчуття ефективності самопрезентації може супроводжуватися зниженням ситуативної соціальної тривоги (Dismuke & Pond, 2024). Отже, впевненість набуває особливого значення в ситуаціях міжособистісного оцінювання, оскільки оцінка особистістю власних можливостей пов'язана з характером її переживань і соціальної поведінки.

Інший напрям представлений теоріями міжособистісної атракції. У класичних дослідженнях Д. Бірна атракція розглядалася через закономірності формування позитивного ставлення до іншої людини; особливого значення надавалося подібності установок і поглядів партнерів (Byrne, 1961, 1971). Подальші дослідження

міжособистісної атракції показали її зв'язок із реальною поведінкою учасників соціальної взаємодії (Montoya et al., 2018). У міжособистісній процесуальній моделі Г. Рейса і Ф. Шейвера розвиток позитивних відносин розглядається в контексті взаємодії, у якій важливого значення набувають саморозкриття та сприйнята чуйність партнера (Reis, Shaver, 1988). Подальша емпірична перевірка цієї моделі підтвердила значення саморозкриття та сприйнятої чуйності партнера для переживання міжособистісної близькості (Laurenceau et al., 1998). Сучасні дослідження також підтверджують значення сприйнятої чуйності партнера для формування сприятливого характеру міжособистісної взаємодії (Itzhakov et al., 2022; Reis & Itzhakov, 2023).

Соціальні бар'єри доцільно розглядати як різновид психологічних бар'єрів, що виникають або актуалізуються в ситуаціях взаємодії особистості з іншими людьми та ускладнюють встановлення контакту, самопрезентацію, взаєморозуміння і реалізацію соціально значущих намірів (Массанов, 2024). Актуальність проблеми психологічних бар'єрів у ситуаціях соціально значущої самореалізації підтверджують і сучасні українські дослідження страхів та бар'єрів початку професійної діяльності майбутніх фахівців (Остролуцька і Христюк, 2024). У цьому контексті особливого значення набувають соціальна тривожність, страх негативної оцінки та невпевненість у власній здатності здійснити бажану самопрезентацію (Schlenker & Leary, 1982; Батраченко та ін. 2021; Dismuke & Pond, 2024). Самопрезентаційна концепція Б. Шленкера і М. Лірі дозволяє розглядати такі труднощі не ізольовано, а у взаємозв'язку прагнення створити бажане враження та сумнівів щодо успішності його досягнення (Schlenker & Leary, 1982).

Таким чином, наявні теоретичні підходи створюють підґрунтя для інтегрованого розгляду досліджуваних феноменів. На підставі їх узагальнення можна припустити, що впевненість у собі виявляється в характері соціально-комунікативної поведінки та самопрезентації особистості; ці прояви стають об'єктом сприйняття й оцінювання з боку партнерів по взаємодії та можуть впливати на її атрактивність. Своєю чергою, позитивне сприйняття, прийняття та сприятливий характер міжособистісної взаємодії можуть створювати передумови для послаблення соціальних бар'єрів. Отже, є підстави теоретично розглядати послідовність «упевненість у собі → соціально-комунікативна поведінка → атрактивність → послаблення та подолання соціальних бар'єрів» як взаємопов'язані ланки соціально-психологічного процесу, що потребує подальшого концептуального обґрунтування.

Відповідно до другого завдання дослідження обґрунтовано роль упевненості у собі як особистісного чинника формування атрактивності у процесі соціальної взаємодії. Упевненість у собі доцільно розглядати як один з особистісних чинників формування атрактивності, оскільки вона не лише характеризує ставлення людини до власних можливостей, а й може знаходити зовнішнє вираження у способах її взаємодії з іншими людьми. У соціально-когнітивній концепції А. Бан-

дури близький за змістом феномен самоефективності пов'язується з переконаністю особистості у здатності успішно здійснювати необхідні дії (Bandura, 1977, 1997). У контексті соціальної взаємодії це положення конкретизується дослідженнями соціальної впевненості та ефективності самопрезентації, які засвідчують їх зв'язок із соціальною поведінкою, соціальною тривожністю та сприйняттям особистості партнером (Maddux et al., 1988; Li et al., 2020; Dismuke & Pond, 2024). Отже, впевненість набуває соціального значення тоді, коли виявляється у конкретних характеристиках поведінки та самопрезентації особистості.

Особливого значення для пояснення цього механізму набуває самопрезентаційний підхід Б. Шленкера та М. Лірі. Згідно з ним, соціальна тривожність виникає за умов, коли людина прагне справити певне враження на інших, але сумнівається у своїй здатності успішно його сформулювати (Schlenker & Leary, 1982). Подальші дослідження засвідчили зв'язок оцінки власної ефективності у сфері самопрезентації із соціальною тривожністю (Maddux et al., 1988). Сучасні експериментальні дані також показують, що підвищення відчуття ефективності самопрезентації може сприяти зниженню ситуативної соціальної тривоги (Dismuke & Pond, 2024). Отже, достатня впевненість у власних можливостях може створювати психологічні передумови для більш вільної соціальної поведінки. Водночас сучасні українські дослідження засвідчують взаємозв'язок самооцінки та особливостей самопрезентації молоді, що додатково вказує на зв'язок характеристик самосприйняття особистості зі способами представлення себе у соціальному середовищі (Березовська, 2023).

Важливо, що впевненість особистості не залишається лише її суб'єктивним переживанням, а її поведінкові прояви можуть сприйматися й оцінюватися партнерами по взаємодії. Особливо важливі для нашої проблеми результати отримано Н. Лі та його колегами в дослідженнях первинної взаємодії чоловіків і жінок. Чоловіки з вищою соціальною впевненістю сприймалися партнерами як більш соціально впевнені; при цьому саме сприйнята соціальна впевненість була пов'язана з більшою романтичною бажаністю та бажанням подальшого контакту (Li et al., 2020). Це дає підстави припустити, що поведінкові прояви впевненості можуть виступати одним із джерел формування позитивної оцінки особистості іншими людьми.

Разом із тим зв'язок упевненості з атрактивністю не слід трактувати як прямий і безумовний. Дослідження М. Дуфнера і С. Краузе показало, що під час первинних контактів агентні прояви поведінки, пов'язані з активністю та самоствердженням особистості (зокрема лідерство, домінування, впевненість і хвалькуватість), та комунальні прояви, орієнтовані на позитивну взаємодію з партнером (ввічливість, доброзичливість, теплота і дружельюбність), по-різному пов'язані з формуванням симпатії. Зокрема, загальна вираженість агентної й комунальної поведінки була пов'язана з популярністю, тоді як специфічна симпатія конкретного партнера була пов'язана передусім із комунальною поведінкою

(Dufner & Krause, 2023). Отже, чинником атрактивності доцільно вважати не максимальну вираженість упевненості або домінування, а таку форму соціальної впевненості, яка поєднується з позитивною орієнтацією на партнера, зокрема теплотою, доброзичливістю та дружелюбністю.

Атрактивність при цьому формується безпосередньо у процесі міжособистісного сприйняття і взаємодії. Метааналіз Р. Монтойї, К. Кершоу та Дж. Проссер засвідчив зв'язок між міжособистісною атракцією та реальною поведінкою учасників взаємодії (Montoya et al., 2018). Тому впевненість у собі доцільно розглядати не як самодостатню причину атрактивності, а як особистісний чинник, можливий зв'язок якого з атрактивністю реалізується через соціально-комунікативні прояви впевненості та їх сприйняття й оцінювання іншою людиною.

Таким чином, на підставі проведеного теоретичного аналізу роль упевненості у формуванні атрактивності пропонуємо представити у вигляді такої послідовності: упевненість у собі → соціально-комунікативні прояви впевненості та самопрезентація → сприйняття й оцінювання цих проявів партнером → формування атрактивності особистості. При цьому характер зв'язку залежить від ситуації взаємодії, особливостей партнера та характеру поведінкових проявів упевненості; їх поєднання з дружелюбністю, теплотою та орієнтацією на партнера може мати особливе значення для виникнення міжособистісної симпатії (Dufner & Krause, 2023).

Відповідно до третього завдання дослідження виокремлено та теоретично обґрунтовано психологічні механізми участі впевненості у собі та пов'язаної з нею атрактивності особистості в послабленні й подоланні соціальних бар'єрів. Соціальні бар'єри виникають або актуалізуються в ситуаціях взаємодії особистості з іншими людьми, коли внутрішні чи зовнішні чинники ускладнюють встановлення контакту, вільне самовираження, взаєморозуміння та реалізацію соціально значущих намірів (Массанов, 2024). До психологічних проявів, здатних супроводжувати такі труднощі, належать невпевненість у власних можливостях, очікування негативної оцінки, соціальна тривожність, комунікативна скутість, уникнення контактів і труднощі самопрезентації (Schlenker & Leary, 1982; Батраченко та ін. 2021; Массанов, 2024). Значення соціальної тривожності для функціонування особистості в соціальному середовищі підтверджується і сучасними українськими дослідженнями, у яких вона розглядається, зокрема, в контексті організаційної взаємодії та можливостей її профілактики (Цопа та ін., 2025). Тому впевненість у собі може розглядатися як один із психологічних ресурсів послаблення соціальних бар'єрів.

Внутрішньоособистісний механізм впливу впевненості пов'язаний передусім зі зміною внутрішньої регуляції соціальної поведінки. У межах соціально-когнітивного підходу А. Бандури переконаність людини у власній спроможності виконати необхідні дії пов'язана з вибором поведінки, докладеними зусиллями та наполегливістю при зіткненні з трудноща-

ми (Bandura, 1977, 1997). Стосовно міжособистісної взаємодії це дає підстави припустити, що впевненість у власних можливостях може знижувати схильність до відмови від соціальної активності через очікування труднощів і підтримувати готовність особистості ініціювати та продовжувати контакт.

Особливого значення в межах цього механізму набуває впевненість у можливостях власної самопрезентації. Б. Шленкер і М. Лірі пов'язували соціальну тривожність із ситуацією, коли людина прагне справити певне враження, але сумнівається у здатності досягти бажаного результату самопрезентації (Schlenker & Leary, 1982). Подальші дослідження засвідчили зв'язок оцінки власної ефективності самопрезентації із соціальною тривожністю (Maddux et al., 1988), а сучасні експериментальні дані показують, що підвищення відчуття такої ефективності може сприяти зниженню ситуативної соціальної тривоги (Dismuke & Pond, 2024). Отже, зростання впевненості у власних можливостях може зменшувати внутрішню невизначеність і напруження, що супроводжують соціальну взаємодію, створюючи передумови для переходу від уникнення або поведінкової скутості до активнішої комунікації.

Проте вплив упевненості на подолання соціальних бар'єрів не обмежується внутрішніми змінами особистості. Доцільно виокремити також міжособистісний механізм, у якому важливою проміжною ланкою виступає атрактивність. Поведінкові прояви соціальної впевненості стають об'єктом сприйняття й оцінювання іншою людиною. Дослідження первинної міжособистісної взаємодії засвідчують, що сприйнята партнером соціальна впевненість може бути пов'язана з більшою бажаністю людини та готовністю до подальшого контакту (Li et al., 2020). Водночас характер формування симпатії залежить не лише від агентних проявів, до яких належить упевнена поведінка, а й від комунальних проявів таких як теплота, доброзичливість та дружелюбність (Dufner & Krause, 2023). Отже, соціально адекватні прояви впевненості, поєднані з позитивною орієнтацією на партнера, можуть сприяти формуванню атрактивності та більш сприятливого ставлення до подальшої взаємодії.

Важливою ланкою цього процесу є зворотна реакція партнера. У міжособистісній процесуальній моделі Г. Рейса і Ф. Шейвера позитивний розвиток взаємин пов'язується не тільки з поведінкою самого суб'єкта, а й зі сприйняттям реакції іншої людини як такої, що виражає розуміння, прийняття та турботу (Reis & Shaver, 1988). Подальші дослідження підтвердили значення сприйнятої чуйності партнера для розвитку міжособистісної близькості та сприятливого характеру взаємодії (Laurenceau et al., 1998; Itzchakov et al., 2022; Reis & Itzchakov, 2023). Отже, позитивна реакція партнера може створювати для суб'єкта додаткові сигнали прийняття та психологічної безпеки.

На підставі проведеного теоретичного аналізу пропонуємо виокремити два взаємопов'язані психологічні механізми послаблення та подолання соціального бар'єра, а саме внутрішньоособистісний і міжособистісний.

Внутрішньоособистісний механізм пов'язаний із тим, що впевненість у власних можливостях може сприяти зменшенню невизначеності, очікування невдачі та соціальної тривожності, підтримуючи готовність особистості до соціальної активності.

Міжособистісний механізм реалізується через соціально-комунікативні прояви впевненості, які сприймаються та оцінюються партнером і за сприятливих умов можуть сприяти формуванню атрактивності, позитивній реакції партнера, прийняттю та зменшенню психологічної дистанції.

Зазначені механізми не є ізольованими та можуть бути пов'язані позитивним зворотним зв'язком: сприятливий досвід взаємодії та позитивна реакція партнера можуть підтримувати впевненість особистості й готовність до наступних соціальних контактів. Можливість такого зворотного впливу міжособистісних відносин на самосприйняття та впевненість узгоджується з результатами досліджень реляційне «Я» (Gabriel et al., 2007) та даними про взаємозв'язок самооцінки і соціальних відносин (Harris & Orth, 2020).

Таким чином, подолання соціального бар'єра пропонуємо розглядати не лише як результат внутрішньої мобілізації особистості, а як динамічний процес взаємодії внутрішньоособистісних і міжособистісних чинників. Упевненість у собі може підтримувати конструктивну соціальну поведінку; її соціально-комунікативні прояви стають об'єктом сприйняття партнера та можуть сприяти формуванню атрактивності; позитивне ставлення і прийняття, своєю чергою, створюють сприятливіші психологічні умови для послаблення або подолання соціального бар'єра.

Відповідно до четвертого завдання дослідження визначені психологічні механізми які інтегровано у структурно-функціональну модель взаємозв'язку впевненості у собі, атрактивності особистості та подолання соціальних бар'єрів. Вихідним положенням моделі є розуміння впевненості у собі як особистісного ресурсу, пов'язаного не лише з внутрішньою регуляцією поведінки, а й із характером взаємодії людини із соціальним оточенням. При цьому впевненість сама по собі не визначає атрактивність особистості та не гарантує подолання соціального бар'єра. Її можливий вплив реалізується через взаємодію визначених внутрішньоособистісного та міжособистісного механізмів.

Внутрішньоособистісний механізм у структурі моделі відображає зв'язок впевненості у власних можливостях зі зменшенням невизначеності, очікування невдачі та соціальної тривожності, а також із підтриманням готовності особистості ініціювати контакт і продовжувати взаємодію за наявності труднощів. Теоретичним підґрунтям такого припущення є положення про роль самоефективності в регуляції активності та наполегливості особистості, а також результати досліджень зв'язку ефективності самопрезентації із соціальною тривожністю (Bandura, 1977, 1997; Maddux et al., 1988; Dismuke & Pond, 2024). У цьому випадку впевненість розглядається як психологічний ресурс послаблення внутрішніх передумов соціального бар'єра.

Міжособистісний механізм у структурі моделі передбачає опосередкувальну роль атрактивності. Упевненість у собі виявляється в соціально-комунікативній поведінці особистості, а її поведінкові прояви стають об'єктом сприйняття та оцінювання партнером. Результати попередніх досліджень свідчать, що сприйнята соціальна впевненість може бути пов'язана з позитивною оцінкою людини та бажаністю подальшого контакту, тоді як формування міжособистісної симпатії залежить також від характеру агентної й комунальної поведінки (Li et al., 2020; Dufner & Krause, 2023). За сприятливих умов позитивне сприйняття соціально-комунікативних проявів впевненості може сприяти формуванню атрактивності особистості, а позитивне ставлення партнера може створювати сприятливіші умови для продовження контакту, скорочення психологічної дистанції та послаблення соціального бар'єра.

Отже, у запропонованій моделі атрактивність розглядається як проміжна соціально-психологічна ланка між сприйняттям і оцінюванням соціально-комунікативних проявів впевненості та сприятливою реакцією партнера. Водночас цей зв'язок не розглядається як лінійний і безумовний. Значення має характер поведінкових проявів впевненості та їх поєднання з орієнтацією на партнера, теплотою і дружелюбністю (Dufner & Krause, 2023). Тому надмірне домінування чи демонстративність не можуть автоматично розглядатися як чинники підвищення атрактивності.

Важливою характеристикою моделі є наявність зворотного зв'язку. Позитивна реакція партнера може сприйматися особистістю як позитивний соціальний досвід і підтримувати подальшу впевненість та готовність до взаємодії. Таке припущення узгоджується з дослідженнями реляційного Я та даними про взаємний зв'язок характеристик самосприйняття із соціальними відносинами (Gabriel et al., 2007; Harris & Orth, 2020). Водночас несприятливий досвід взаємодії за певних умов може підтримувати невпевненість і актуалізувати соціальний бар'єр.

Таким чином, запропонована модель має динамічний і двоканальний характер. Внутрішньоособистісний канал відображає роль впевненості у психологічній готовності особистості до соціальної взаємодії, а міжособистісний показує можливий вплив соціально-комунікативних проявів впевненості через їх сприйняття партнером, формування атрактивності та зміну соціально-психологічних умов взаємодії.

Узагальнений взаємозв'язок визначених компонентів та механізмів представлено у структурно-функціональній моделі (рис. 1).

Отже, впевненість у собі в запропонованій моделі розглядається як особистісний ресурс; атрактивність виступає проміжною соціально-психологічною ланкою між проявами впевненості та реакцією партнера; послаблення й подолання соціального бар'єра є можливим результатом взаємодії внутрішніх ресурсів особистості та сприятливих змін у міжособистісній взаємодії.

Дискусія. Проведений теоретичний аналіз дозволив уточнити роль впевненості у собі в подоланні

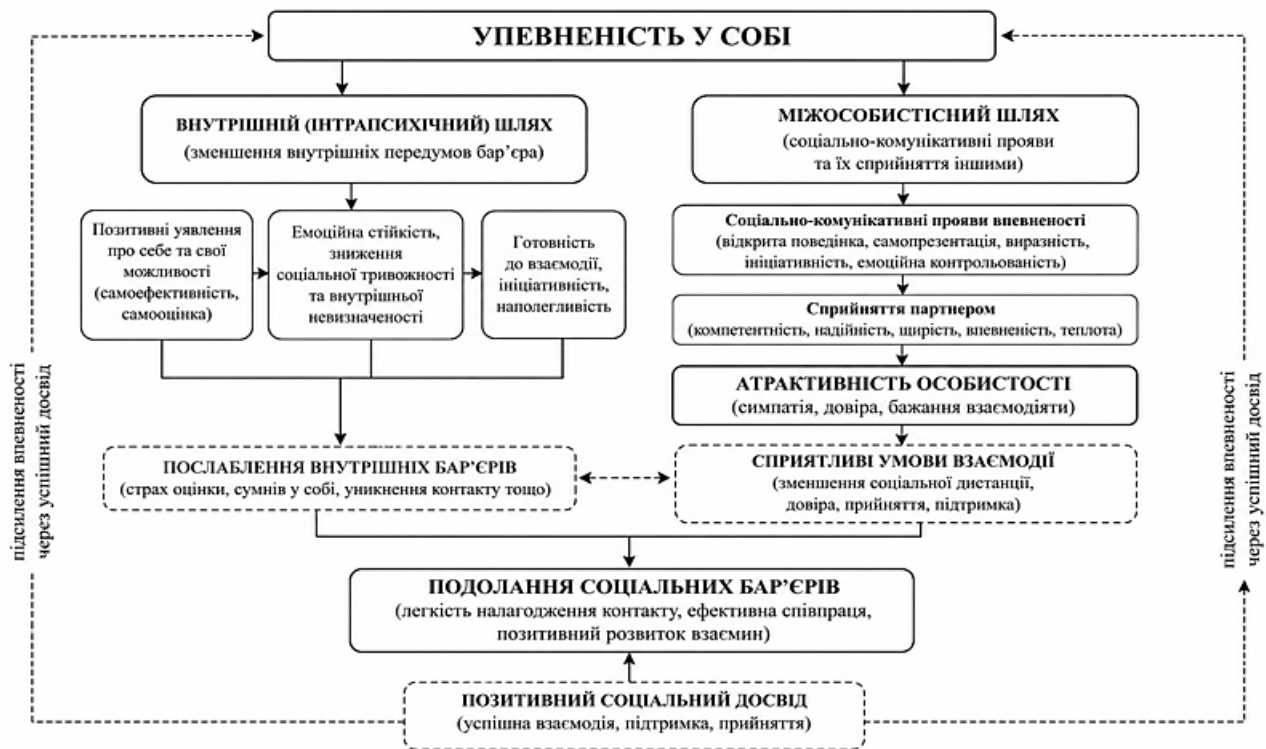


Рис. 1. Структурно-функціональна модель взаємозв'язку впевненості у собі, атрактивності особистості та подолання соціальних бар'єрів

соціальних бар'єрів та обґрунтувати її значення як особистісного чинника формування атрактивності. Отримані положення узгоджуються із соціально-когнітивним підходом А. Бандури, відповідно до якого переконаність людини у власній спроможності пов'язана з вибором поведінки, докладеними зусиллями та наполегливістю в ситуації труднощів (Bandura, 1977, 1997). Водночас запропонований підхід розширює таке розуміння стосовно досліджуваної проблеми: значення впевненості розглядається не лише через внутрішню регуляцію поведінки суб'єкта, а й через соціально-комунікативні прояви впевненості та їх сприйняття іншими учасниками взаємодії.

Ці положення співвідносяться із самопрезентаційною моделлю Б. Шленкера і М. Лірі, згідно з якою соціальна тривожність виникає, зокрема, коли людина прагне справити бажане враження, але сумнівається у можливості успішної самопрезентації (Schlenker & Leary, 1982). Подальші дослідження підтвердили значення оцінки власної ефективності самопрезентації для соціальної тривожності (Maddux et al., 1988; Dismuke & Pond, 2024). Розвиваючи цю позицію, вважаємо, що впевненість у власних можливостях може сприяти зменшенню внутрішньої невизначеності та соціальної тривожності й водночас знаходити відображення в соціально-комунікативній поведінці особистості. Її поведінкові прояви стають об'єктом сприйняття партнера і за певних умов можуть брати участь у формуванні атрактивності, що узгоджується з результатами досліджень соціальної впевненості в первинній міжособистісній взаємодії (Li et al., 2020).

Запропоноване положення доповнює наукові уявлення про міжособистісну атракцію. Р. Монтойя, К. Кершоу та Дж. Проссер на підставі метааналізу встановили систематичний зв'язок між міжособистісною атракцією та реальною поведінкою учасників взаємодії (Montoya et al., 2018). Водночас сучасні дослідження первинних контактів свідчать, що формування симпатії пов'язане як з агентними, так і з комунікативними характеристиками поведінки, причому для специфічної симпатії до конкретного партнера особливого значення набувають теплота та дружелюбність (Dufner & Krause, 2023). У контексті нашого дослідження це дозволяє розглядати соціально адекватні прояви впевненості не як самодостатню причину атрактивності, а як один із чинників, значення якого залежить від характеру взаємодії та орієнтації на партнера. Атрактивність при цьому пропонується розглядати як можливу проміжну соціально-психологічну ланку між соціально-комунікативними проявами впевненості та зміною умов подолання соціального бар'єра.

Отримані теоретичні положення співвідносяться також із міжособистісною процесуальною моделлю Г. Рейса і Ф. Шейвера, у якій важливого значення для формування близькості набувають саморозкриття та сприйняття чуйності партнера (Reis & Shaver, 1988; Laurenceau et al., 1998). Сучасні дослідження додатково підтверджують значення сприйнятої чуйності партнера для сприятливого розвитку міжособистісної взаємодії (Itzhakov et al., 2022; Reis & Itzhakov, 2023). Відповідно до запропонованої нами моделі позитивна реакція партнера має значення не лише як результат взаємодії:

сприятливий соціальний досвід може підтримувати впевненість особистості та її готовність до наступних контактів. Можливість такого зворотного зв'язку узгоджується з даними про зв'язок актуалізації значущих відносин із самовпевненістю та про взаємні зв'язки характеристик самосприйняття із соціальними відносинами (Gabriel et al., 2007; Harris & Orth, 2020). Отже, взаємозв'язок упевненості, атрактивності та подолання соціальних бар'єрів доцільно розглядати як динамічний процес зі зворотним зв'язком.

Наукова новизна дослідження полягає в теоретичній інтеграції зазначених напрямів у структурно-функціональну модель та виокремленні двох взаємопов'язаних шляхів участі впевненості у послабленні й подоланні соціальних бар'єрів. Внутрішньоособистісний шлях характеризує роль упевненості у зменшенні внутрішніх передумов бар'єра та підтриманні готовності особистості до взаємодії. Міжособистісний шлях передбачає соціально-комунікативні прояви впевненості, їх сприйняття партнером і можливе формування атрактивності як проміжної ланки зміни характеру взаємодії. Новим елементом запропонованої моделі є також включення позитивного соціального досвіду як ланки зворотного зв'язку, через яку сприятлива взаємодія може підтримувати подальшу впевненість особистості. Таким чином, подолання соціального бар'єра розглядається не лише як результат внутрішньої регуляції особистості, а як процес, у якому взаємодіють внутрішньоособистісні та міжособистісні чинники.

Практичне значення запропонованих положень полягає в можливості їх використання як теоретичної основи для розроблення програм розвитку впевненості та подолання соціальних бар'єрів. Психологічний вплив у такому разі доцільно спрямовувати не лише на розвиток упевненості людини у власних можливостях, а й на формування соціально адекватних способів її поведінкового вираження, конструктивної самопрезентації та здатності враховувати реакції партнера. Запропоновані положення можуть бути використані у психологічному консультуванні, освітньому середовищі, професійній підготовці та програмах розвитку комунікативної компетентності.

Перспективи подальших досліджень пов'язані насамперед з емпіричною перевіркою запропонованої моделі. Доцільно встановити характер зв'язків між упевненістю у собі, її соціально-комунікативними проявами, сприйняттям цих проявів партнером, атрактивністю та вираженістю соціальних бар'єрів. Особливого значення набуває перевірка припущення про опосередковувальну роль атрактивності у зв'язку між проявами впевненості та послабленням соціальних бар'єрів. Перспективним є також визначення умов, за яких упевненість сприяє атрактивності, та чинників, здатних модифікувати цей зв'язок, зокрема особистісних характеристик учасників, характеру ситуації взаємодії та соціокультурного контексту. Емпірична верифікація цих положень створить підґрунтя для подальшого розвитку теорії соціальних бар'єрів і розроблення практичних засобів оптимізації міжособистісної взаємодії.

Висновки. Теоретичний аналіз засвідчив взаємопов'язаність упевненості у собі, атрактивності особистості та соціальних бар'єрів у процесі міжособистісної взаємодії. Упевненість у собі розглядається як особистісний ресурс, пов'язаний із оцінкою власних можливостей і готовністю реалізовувати їх у соціальній поведінці. Атрактивність відображає привабливість особистості для партнера та формується у процесі міжособистісного сприйняття й оцінювання. Соціальні бар'єри виявляються у психологічних труднощах встановлення та підтримання контакту, самопрезентації, взаєморозуміння й реалізації соціально значущих намірів. Встановлено, що наявні теоретичні підходи переважно висвітлюють окремі аспекти зазначених феноменів, тоді як їх взаємозв'язок у контексті подолання соціальних бар'єрів потребує інтегрованого теоретичного розгляду.

Обґрунтовано роль упевненості у собі як особистісного чинника формування атрактивності. Її можливий вплив на атрактивність реалізується не безпосередньо, а через соціально-комунікативні прояви впевненості та самопрезентацію, які стають об'єктом сприйняття й оцінювання партнером. Позитивне сприйняття таких проявів може сприяти формуванню атрактивності особистості. При цьому значення має не максимальна вираженість упевненості, а характер її поведінкового прояву та поєднання з позитивною орієнтацією на партнера, доброзичливістю і дружельністю; надмірне домінування не може розглядатися як безумовний чинник підвищення атрактивності.

Виокремлено два взаємопов'язані психологічні механізми участі впевненості у послабленні та подоланні соціальних бар'єрів. Внутрішньоособистісний механізм пов'язаний зі зменшенням внутрішньої невизначеності й соціальної тривожності та підтриманням готовності особистості до соціальної активності. Міжособистісний механізм передбачає соціально-комунікативні прояви впевненості, їх сприйняття й оцінювання партнером та можливе формування атрактивності як проміжної ланки, через яку можуть створюватися сприятливіші умови для прийняття, продовження контакту та скорочення психологічної дистанції. Отже, послаблення та подолання соціального бар'єра доцільно розглядати не лише як результат внутрішньої регуляції особистості, а як процес, залежний також від характеру міжособистісної взаємодії та реакції соціального оточення.

Розроблено структурно-функціональну модель ролі впевненості у собі та атрактивності особистості в подоланні соціальних бар'єрів, яка інтегрує внутрішньоособистісний та міжособистісний, опосередкований атрактивністю, шляхи. Принциповою характеристикою моделі є її динамічність і наявність зворотного зв'язку: сприятлива реакція партнера та позитивний досвід соціальної взаємодії можуть підтримувати впевненість особистості й готовність до подальших соціальних контактів, створюючи умови для подальшого послаблення соціального бар'єра. Запропонована модель становить теоретичне підґрунтя для подальшої емпіричної перевірки зв'язків між упевненістю, її соціально-комуні-

кативними проявами, атрактивністю та соціальними бар'єрами, зокрема для перевірки припущення про опосередковувальну роль атрактивності, а також для розроблення психологічних засобів розвитку впевненої соціально-комунікативної поведінки та подолання соціальних бар'єрів.

LITERATURE

1. Батраченко І., Сулякова М., Учитель І. Соціальна тривожність у міжособистісній взаємодії студентів. *Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки*. 2021. Вип. 10. С. 3–11. <https://doi.org/10.30970/PS.2021.10.1>
2. Березовська Л. І. Взаємозв'язок самооцінки та самопрезентації молоді у соціальних мережах. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2023. № 3(71). С. 142–149. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-71-142-149>
3. Водолазська О. О., Цимбал М. Р. Факторна структура упевненої у собі особистості. *Наукові перспективи*. 2023. № 9(39). С. 541–551. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-9\(39\)-541-551](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-9(39)-541-551)
4. Масанов А. В. Психологічні бар'єри особистості. *Наука і освіта*. 2024. № 1. С. 63–67. <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2024-1-10>
5. Остролуцька Л., Христюк О. Страх та бар'єри початку професійної діяльності в майбутніх психологів в умовах сучасних викликів. *Юридична психологія*. 2024. № 2(35). С. 81–89. <https://doi.org/10.33270/03243502.90>
6. Цопа В. А., Чеберячко С. І., Хожило І. І., Дерюгін О. В., Білько Т. О. Соціальна тривожність працівників в організації: аспекти управління та профілактики. *Публічне управління та соціальна робота*. 2025. № 2(6). С. 31–40. <https://doi.org/10.32782/3041-1319/2025-2-5>
7. Bandura A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*. 1977. Vol. 84, No. 2. P. 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
8. Bandura A. *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York : W. H. Freeman, 1997. 604 p.
9. Byrne D. Interpersonal attraction and attitude similarity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1961. Vol. 62, No. 3. P. 713–715. <https://doi.org/10.1037/h0044721>
10. Byrne D. *The Attraction Paradigm*. New York : Academic Press, 1971.
11. Dismuke A. N., Pond R. S. Jr. Increasing efficacy to reduce state anxiety: An application of the self-presentation theory of social anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*. 2024. Vol. 43, No. 5. P. 445–472. <https://doi.org/10.1521/jscp.2024.43.5.445>
12. Dufner M., Krause S. On How to Be Liked in First Encounters: The Effects of Agentic and Communal Behaviors on Popularity and Unique Liking. *Psychological Science*. 2023. Vol. 34, No. 4. <https://doi.org/10.1177/09567976221147258>
13. Gabriel S., Renaud J. M., Tiffin B. When I think of you, I feel more confident about me: The relational self and self-confidence. *Journal of Experimental Social Psychology*. 2007. Vol. 43, No. 5. P. 772–779. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2006.07.004>
14. Harris M. A., Orth U. The link between self-esteem and social relationships: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2020. Vol. 119, No. 6. P. 1459–1477. <https://doi.org/10.1037/pspp0000265>
15. Itzhakov G., Reis H. T., Weinstein N. How to foster perceived partner responsiveness: High-quality listening is key.

Social and Personality Psychology Compass. 2022. Vol. 16, No. 1. e12648. <https://doi.org/10.1111/spc3.12648>

16. Laurenceau J.-P., Barrett L. F., Pietromonaco P. R. Intimacy as an interpersonal process: The importance of self-disclosure, partner disclosure, and perceived partner responsiveness in interpersonal exchanges. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1998. Vol. 74, No. 5. P. 1238–1251. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.5.1238>
17. Li N. P., Yong J. C., Tsai M.-H., Lai M. H. C., Lim A. J. Y., Ackerman J. M. Confidence is sexy and it can be trained: Examining male social confidence in initial, opposite-sex interactions. *Journal of Personality*. 2020. Vol. 88, No. 6. P. 1235–1251. <https://doi.org/10.1111/jopy.12568>
18. Maddux J. E., Norton L. W., Leary M. R. Cognitive components of social anxiety: An investigation of the integration of self-presentation theory and self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*. 1988. Vol. 6. P. 180–190
19. Montoya R. M., Kershaw C., Prosser J. L. A meta-analytic investigation of the relation between interpersonal attraction and enacted behavior. *Psychological Bulletin*. 2018. Vol. 144, No. 7. P. 673–709. <https://doi.org/10.1037/bul0000148>
20. Reis H. T., Itzhakov G. “Do you hear me?”: Understanding the interplay of listening and perceived partner responsiveness. *Current Opinion in Psychology*. 2023. Vol. 52. Article 101615. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101615>
21. Reis H. T., Shaver P. R. Intimacy as an interpersonal process. In: Duck S. (ed.). *Handbook of Personal Relationships: Theory, Research and Interventions*. Chichester : Wiley, 1988. P. 367–389.
22. Schlenker B. R., Leary M. R. Social anxiety and self-presentation: A conceptualization model. *Psychological Bulletin*. 1982. Vol. 92, No. 3. P. 641–669. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.92.3.641>

REFERENCES

1. Batrachenko, I., Suriakova, M., & Uchytel, I. (2021). Sotsialna tryvzhnist u mizhosobystisnii vzaiemodii studentiv [Social anxiety in interpersonal interaction of students]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya psykholohichni nauky – Visnyk of the Lviv University. Series Psychological Science*, 10, 3–11. <https://doi.org/10.30970/PS.2021.10.1> [in Ukrainian].
2. Berzovska, L. I. (2023). Vzaiemozviazok samoostinky ta samoprezentatsii molodi u sotsialnykh merezhakh [The relationship between self-esteem and self-presentation of young people in social networks]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK» – Scientific Notes of “KROK” University*, 3(71), 142–149. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-71-142-149> [in Ukrainian].
3. Vodolazska, O. O., & Tsymbal, M. R. (2023). Faktorna struktura upevnenoї u sobi osobystosti [Factor structure of a self-confident personality]. *Naukovi perspektyvy – Scientific Perspectives*, 9(39), 541–551. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-9\(39\)-541-551](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-9(39)-541-551) [in Ukrainian].
4. Massanov, A. V. (2024). Psykholohichni bariery osobystosti [Psychological barriers of personality]. *Nauka i osvita – Science and Education*, 1, 63–67. <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2024-1-10> [in Ukrainian].
5. Ostrolutska, L., & Khrystiuk, O. (2024). Strakh ta bariery pochatku profesiinoi diialnosti v maibutnikh psykholohiv v umovakh suchasnykh vyklykiv [Fears

and barriers to starting professional activity among future psychologists in the context of modern challenges]. *Yurydychna psykholohiia – Legal Psychology*, 2(35), 81–89. <https://doi.org/10.33270/03243502.90> [in Ukrainian].

6. Tsopa, V. A., Cheberiachko, S. I., Khozhylo, I. I., Deriuhin, O. V., & Bilko, T. O. (2025). Sotsialna tryvozhnist pratsivnykiv v orhanizatsii: aspekty upravlinnia ta profilaktyky [Social anxiety of employees in an organization: Management and prevention aspects]. *Publichne upravlinnia ta sotsialna robota – Public Administration and Social Work*, 2(6), 31–40. <https://doi.org/10.32782/3041-1319/2025-2-5> [in Ukrainian].

7. Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191> [in English].

8. Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman [in English].

9. Byrne, D. (1961). Interpersonal attraction and attitude similarity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62(3), 713–715. <https://doi.org/10.1037/h0044721> [in English].

10. Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. Academic Press. [in English].

11. Dismuke, A. N., & Pond, R. S., Jr. (2024). Increasing efficacy to reduce state anxiety: An application of the self-presentation theory of social anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 43(5), 445–472. <https://doi.org/10.1521/jscp.2024.43.5.445> [in English].

12. Dufner, M., & Krause, S. (2023). On how to be liked in first encounters: The effects of agentic and communal behaviors on popularity and unique liking. *Psychological Science*, 34(4). <https://doi.org/10.1177/09567976221147258> [in English].

13. Gabriel, S., Renaud, J. M., & Tippin, B. (2007). When I think of you, I feel more confident about me: The relational self and self-confidence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(5), 772–779. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2006.07.004> [in English].

14. Harris, M. A., & Orth, U. (2020). The link between self-esteem and social relationships: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(6), 1459–1477. <https://doi.org/10.1037/pspp0000265> [in English].

15. Itzchakov, G., Reis, H. T., & Weinstein, N. (2022). How to foster perceived partner responsiveness: High-quality listening is key. *Social and Personality Psychology Compass*, 16(1), e12648. <https://doi.org/10.1111/spc3.12648> [in English].

16. Laurenceau, J.-P., Barrett, L. F., & Pietromonaco, P. R. (1998). Intimacy as an interpersonal process: The importance of self-disclosure, partner disclosure, and perceived partner responsiveness in interpersonal exchanges. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(5), 1238–1251. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.5.1238> [in English].

17. Li, N. P., Yong, J. C., Tsai, M.-H., Lai, M. H. C., Lim, A. J. Y., & Ackerman, J. M. (2020). Confidence is sexy and it can be trained: Examining male social confidence in initial, opposite-sex interactions. *Journal of Personality*, 88(6), 1235–1251. <https://doi.org/10.1111/jopy.12568> [in English].

18. Maddux, J. E., Norton, L. W., & Leary, M. R. (1988). Cognitive components of social anxiety: An investigation of the integration of self-presentation theory and self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 6, 180–190 [in English].

19. Montoya, R. M., Kershaw, C., & Prosser, J. L. (2018). A meta-analytic investigation of the relation between interpersonal attraction and enacted behavior. *Psychological Bulletin*, 144(7), 673–709. <https://doi.org/10.1037/bul0000148> [in English].

20. Reis, H. T., & Itzchakov, G. (2023). “Do you hear me?”: Understanding the interplay of listening and perceived partner responsiveness. *Current Opinion in Psychology*, 52, 101615. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101615> [in English].

21. Reis, H. T., & Shaver, P. R. (1988). Intimacy as an interpersonal process. In S. Duck (Ed.), *Handbook of personal relationships: Theory, research and interventions* (pp. 367–389). Wiley. [in English].

22. Schlenker, B. R., & Leary, M. R. (1982). Social anxiety and self-presentation: A conceptualization model. *Psychological Bulletin*, 92(3), 641–669. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.92.3.641> [in English].

Anatolii Massanov,

Doctor of Psychological Sciences, Professor,
Professor at the Department of Theory and Methods of Practical Psychology,
The State Institution “South Ukrainian National Pedagogical
University named after K. D. Ushynsky”,
26, Staroportofrankivska, Str., Odesa, Ukraine,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1002-4941>

SELF-CONFIDENCE AS A FACTOR OF PERSONAL ATTRACTIVENESS IN OVERCOMING SOCIAL BARRIERS

The relevance of the study is determined by the need to deepen scientific understanding of the psychological mechanisms underlying the reduction and overcoming of social barriers and the role of self-confidence and personal attractiveness in this process. Despite the considerable body of research on self-confidence, self-efficacy, interpersonal attraction, self-presentation, and difficulties in social interaction, the interrelationships among these phenomena in the context of overcoming social barriers remain insufficiently theoretically integrated. The aim of the study is to theoretically substantiate the role of self-confidence as a personal factor contributing to attractiveness and to reveal the psychological mechanisms through which attractiveness associated with self-confidence may facilitate the overcoming of social barriers in interpersonal interaction. The research methods included analysis, synthesis, comparison, generalisation and systematisation of scientific approaches, structural-functional analysis, theoretical modelling, and interpretation of previous research findings. The theoretical analysis substantiated the role of self-confidence as a personal factor in the formation of attractiveness, whose potential influence is realised through social-

communicative manifestations of self-confidence and their perception by an interaction partner. Two interrelated mechanisms through which self-confidence may contribute to the reduction and overcoming of social barriers were distinguished: an intrapersonal mechanism, associated with reducing internal uncertainty and social anxiety and supporting an individual's readiness for social activity; and an interpersonal mechanism, involving social-communicative manifestations of self-confidence, their perception and evaluation by an interaction partner, and the possible formation of attractiveness as an intermediate link. A structural-functional model integrating both pathways was developed. The model also incorporates a feedback mechanism whereby a favourable response from an interaction partner and positive experiences of social interaction may support an individual's self-confidence and readiness for further social contact. The proposed model provides a theoretical basis for the empirical examination of the relationships among self-confidence, its social-communicative manifestations, attractiveness, and social barriers, including the hypothesised mediating role of attractiveness.

Key words: *self-confidence, personal attractiveness, social barriers, interpersonal interaction, social-communicative behaviour, self-presentation, social anxiety, interpersonal perception, psychological distance.*

Дата першого надходження статті до видання: 31.07.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 15.09.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 19.10.2026