

# අන්තර් පුද්ගල ආකර්ෂණය හා සබඳතා පිළිබඳ සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක විග්‍රහයක්

මුචපැට්ටේවෙල හේමාලෝක හිමි

## හැඳින්වීම

අනෙකා සමග අන්තර් පුද්ගල සබඳතා ගොඩනගා ගැනීමට පෙළඹීම මිනිසාගේ සහජ ආශයකි. එසේම එය අපගේ මානසික සෞඛ්‍යයට හා යහ පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය සාධකයකි. කෙසේ නමුත් අප සමහර මිනිසුන් සමග මිතුරු සබඳතා හෝ ආදරණීය සබඳතා ගොඩනගා ගැනීමට සමහර මිනිසුන් සමග එවැනි සබඳතා ඇති නොකර ගැනීමටත් පෙළඹෙන්නේ කුමන හේතු නිසා ද? ඇතැම් විට පුද්ගලයා තවත් පුද්ගලයෙකු කෙරෙහි කැමැත්තක් දක්වන්නේ හෝ අකැමැත්තක් දක්වන්නේ කුමන හේතුවක් නිසා ද යන්න නිශ්චිතව පැහැදිලි කිරීමට අපොහොසත් වේ. පුද්ගලයා සාමාන්‍යයෙන් කැමැත්තක් දක්වන්නේ ඔහු කෙරෙහි කරුණාව දක්වන, ඔහු සතුටට පත් කරන, ඔහුගේ වටිනාකම් බෙදා ගන්නා පුද්ගලයන් කෙරෙහි ය. පුද්ගලයා යමෙකුට කැමැත්තක් දක්වනවා ද නැද්ද යන්න සඳහා බලපාන වඩාත් ප්‍රබල හේතු මොනවා ද? හොඳ හෝ නරක සඳහා බලපාන ඇතුළතින් දිවෙන පදනම කුමක් ද? විශේෂයෙන් ම පුද්ගලයා ඔවුනොවුන් කෙරෙහි ආදරණීය ලෙස ආකර්ෂණය වීම සඳහා බලපාන හේතු කවරේ ද? යනාදිය පිළිබඳ විමසා බැලීම මෙම ලිපියෙහි අරමුණයි.

## සාකච්ඡාව

එක් පුද්ගලයෙක් තවත් පුද්ගලයෙකු කෙරෙහි දක්වන කැමැත්ත හා රුචිකත්වය, හෝ පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ කිහිප දෙනෙකු අතර ඇතිවන අන්‍යෝන්‍ය කැමැත්ත හා රුචිකත්වය අන්තර් පුද්ගල ආකර්ෂණය යනුවෙන් හැඳින්විය හැකිය (APA Dictionary of Psychology, 2015: 89). නැතහොත් වෙනත් පුද්ගලයෙකු කෙරෙහි ඇතිවන සතුටුදායක ආකල්පය හෝ කැමැත්ත අන්තර් පුද්ගල

ආකර්ෂණය යි. (The Gale Encyclopedia of Psychology, 2001: 57) මනෝවිද්‍යාවේ විශ්වකෝෂයට අනුව ආකර්ෂණය යනු වෙනත් පුද්ගලයෙකු කෙරෙහි ඇතිවන ධනාත්මක හැඟීම යි (Encyclopedia of Psychology, 2000: 318). එය ආදරය, මිත්‍රත්වය, රාගය, ප්‍රසාදය ආදී විවිධ ස්වරූපයෙන් ඉදිරිපත් විය හැකිය. ඕනෑම ආකාරයක මිතුරු සබඳතාවක් ගොඩනගා ගැනීම සඳහා ආකර්ෂණය අත්‍යවශ්‍ය සාධකයකි. සමීප සබඳතා සඳහා මූල පුරුන්තේ ආකර්ෂණය යි.

බාහිර පෙනුමෙන් යමක් හෝ යමෙකු පිළිබඳව තීරණය නොකළ යුතු යැයි පිළිගැනීමක් තිබුණ ද අපට අත්‍යයන් පිළිබඳව පළමු හැඟීම ඇති වන්නේ බාහිර පෙනුම තුළිනි. ලැන්ග්ලොයිස් (Langlois) හා ඔහුගේ සහායක පර්යේෂකයන් පෙන්වා දෙන ආකාරයට ආකර්ෂණීය පුද්ගලයන් තීරණ ගැනීමේ දී, අත්‍යයන් පිළිබඳව සැලකීමේ දී, හා හැසිරීමේ දී ආකර්ෂණීය නොවන පුද්ගලයන්ට වඩා වෙනස් වේ (Hogg and Vaughan, 2018: 556)

පර්යේෂණවලට අනුව ආකර්ෂණීය ළමුන් ආකර්ෂණීය නොවන ළමුන්ට වඩා තම ගුරුවරයාගෙන් ඉහළ ලකුණු ලබා ගන්නා අතර ඉහළ බුද්ධිමය කුසලතාවන් ද ප්‍රදර්ශනය කරයි. එසේම වඩාත් ජනප්‍රිය වේ. ඉහළ අනුවර්තනය වීමේ හැකියාවක් ද පෙන්නුම් කරයි. ආකර්ෂණීය වැඩිහිටියෝ ආකර්ෂණීය නොවන වැඩිහිටියන්ට වඩා ඔවුන්ගේ රැකියාව තුළ දී ඉහළ සාර්ථකත්වයක් පෙන්නුම් කරති. කායිකව වඩාත් නිරෝගී වන අතර ලිංගිකත්වය හොඳින් භුක්ති විඳියි. ආදරණීය සබඳතා සඳහා වඩාත් පෙළඹේ. සාම්ප්‍රදායික ආකල්ප දැරීමට වැඩි නැඹුරුතාවක් දක්වයි. ඉහළ ආත්ම විශ්වාසයකින් හා ආත්ම සම්මානනයකින් යුක්ත වේ. තරමක ඉහළ බුද්ධිමය හැකියාවන් ද ඇත. යහපත් මානසික සෞඛ්‍යයක් පවත්වාගෙන යයි (Hogg and Vaughan, 2018: 556). මීට අමතරව ආකර්ෂණීය පුද්ගලයන් සම්බන්ධයෙන් පර්යේෂකයන් විසින් පෙන්වා දී ඇති කරුණු කිහිපයක් පහත දැක් වේ.

- කාන්තාවන් කෙරෙහි ළදරුවන්ගේ ආකාර්ෂණය වැඩි ය. ළදරුවෝ ඔවුන් දෙස ඕනෑකමින් බලා සිටිති.

- පරිගණක සමානකරණ අධ්‍යයනයන්ට අනුව ආකර්ෂණීය බව හා කාන්තා මුහුණුවල ලක්ෂණ අතර සම්බන්ධතාවක් ඇත. පුරුෂයන්ගේ මුහුණුවල වුව ද එකී කාන්තා ලක්ෂණ තිබේ නම් ආකර්ෂණීය වේ. එසේම වඩාත් සිහින් හැඩැති සිරුර ආකර්ෂණීයත්වයේ ලක්ෂණයකි.
- ආකර්ෂණීය පුද්ගලයෙකු යනු තරුණ පුද්ගලයෙකි. ආකර්ෂණීය පුද්ගලයන් වඩාත් අවංක ගති ලක්ෂණ ඇති පුද්ගලයන් ලෙස දකියි. ස්ත්‍රී වින්තිකාරියක් නම් ජූරි සභාවෙන් පහසු කාලයක් හිමි වේ (Hogg and Vaughan, 2018: 556.557).

**පරිණාමය හා ආකර්ෂණතාව**

**ජානවල භූමිකාව**

ඩේවිඩ් බුස් (David Buss) පරිණාමවාදී සමාජ මනෝවිද්‍යාව මත පදනම්ව තර්ක කරන ආකාරයට සමීප සබඳකම් තේරුම් ගත හැක්කේ පරිණාමවාදී න්‍යායන් මගින් පමණි. ලැන්ග්ලොයිස් හා ඔහුගේ සහායක පර්යේෂකයන්ගේ “මෙටා විශ්ලේෂණ” (Meta-Analysis) පර්යේෂණ වාර්තාවන්ට අනුව අන්තර් පුද්ගල ආකර්ෂණය වර්ධනය වීම හා සහකාරියක් හෝ සහකරුවෙකු තෝරා ගැනීම අතර තරමක සම්බන්ධතාවක් තිබේ (Hogg and Vaughan, 2018: 557.558). පරිණාමවාදයේ “ප්‍රජනන යෝග්‍යතා සංකල්පය” ට අනුව පුද්ගලයා තම අනාගත සහකරුවා/සහකාරිය සතුව ශක්තිමත් ජාන තිබේදැ යි උපකල්පනය කරනු ලබන්නේ ඔහුගේ හෝ ඇයගේ කායික සෞඛ්‍යය, යොවුන් පෙනුම, ශරීරය හා මුහුණේ කඩවසම් බව ආදිය පිළිබඳව සලකමිනි (Myers and Twenge, 2013: 350).

**ජනක ශක්තිය (Fertility)**

ස්ටීවන් ගැන්ග්ගෙස්ටඩ් (Steven Gangestad) හා ඔහුගේ සහායක පර්යේෂකයෝ කාන්තාවන් පුරුෂයන් ගේ කුමන ගති ලක්ෂණ සඳහා කැමැත්තක් දක්වනවා ද යන්න අනාවරණය කර ගැනීම සඳහා “යෝග්‍ය ජාන උපන්‍යාසය” නැමැති සංකල්පය පිළිබඳව ගවේෂණය

කළහ. නිදසුනක් ලෙස කාන්තාවෝ කඩවසම් නාදුනන පුරුෂයන් විසින් අඳින ලද කමිස (T-Shirts) ආඝ්‍රාණය කිරීම සඳහා වඩාත් ප්‍රිය කරති. කෙසේ නමුත් ඔවුන් එසේ කරන්නේ ඩිම්බ මෝචනයට ආසන්න වූ විටදී ය. (Hogg and Vaughan, 2018: 558).

කාන්තාවන්ගේ සරුභාවය (Fertility) සඳහා ඇය පුරුෂයෙකු සමඟ පවත්වන සබඳතාව බලපායි. කාන්තාව ඩිම්බ මෝචනය සඳහා ආසන්න වූ විට දී අනෙක් පුරුෂයන් සමඟ ඉතා තරඟකාරී පුරුෂයෙකු කෙරෙහි වඩාත් රුචි කරයි (විශේෂයෙන්ම ඇය තාවකාලික සම්බන්ධතාවන් පිළිබඳව සිතන්නේ නම් පමණි). කෙසේ නමුත් දිගු කාලීන සබඳතාවක් පිළිබඳව සිතන්නේ නම් ඇය එහිදී හොඳ පියෙකු වීම, ආර්ථිකමය වශයෙන් ශක්තිමත් වීම, සෞභෞතිය, විශ්වාසවන්ත බව ආදිය පුරුෂයාගෙන් අපේක්ෂා කරයි (Hogg and Vaughan, 2018: 558).

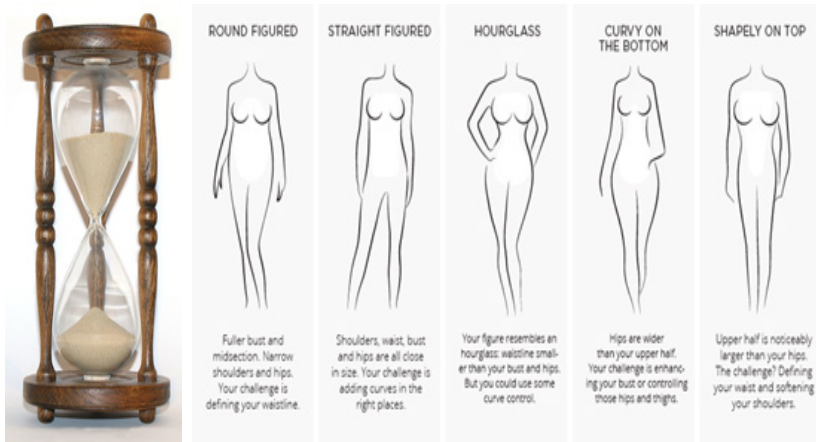
**රක්ත වර්ණ පෙනුම**

රතු වර්ණය හා ලිංගික ආකර්ෂණය අතර සම්බන්ධතාවක් තිබෙන බව පර්යේෂණ මගින් අනාවරණය කොට ගෙන ඇත. එලියට් (Elliot) හා ඔහුගේ සභායක පර්යේෂකයන්ට අනුව රතු වර්ණය කාන්තා ඡායාරූපයක පසුබිම ලෙස යොදා ගැනීමේදී ඇය තුළ ලිංගික ආකර්ෂණය එමගින් ඇති කරයි. කෙසේ නමුත් රතු වර්ණය මගින් ලිංගිකත්වය ඉස්මතු කිරීම ඇතැම් සංස්කෘතීන්හි අංගයක් වශයෙන් සැලකේ: උදා: රතු තොල් සායම්). රතු වර්ණය බොහෝ සත්ව විශේෂයන් තුළ ලිංගික සබඳතා සඳහා සූදානම් වීමේ සංඥාවක් ලබා දෙන වර්ණයක් ලෙස හඳුනාගෙන තිබේ (Hogg and Vaughan, 2018: 558).

**අවර්ග්ලාස් හැඩය (The Hourglass Figure)**

පුරුෂයන් කාන්තාවන්ගේ ශරීරයට විශාල කැමැත්තක් දක්වනවා ද යන්න තරමක මතභේදාත්මක කරුණකි. කෙසේ නමුත් පර්යේෂණවලට අනුව ඔවුන් කාන්තාවන්ගේ ඉගේ සිට උකුල දක්වා ප්‍රමාණය පිළිබඳව සවිඥානිකව හෝ අවිඥානිකව ප්‍රතිචාර දක්වා තිබේ. ඒ අනුව සාමාන්‍යයෙන් පුරුෂයෝ “විරන්තන අවර්ග්ලාස්

හැඩය” (The Classical Hourglass Figure) ( 0.70 ප්‍රමාණය) කාන්තා ශරීර හැඩයට වඩාත් කැමැත්තක් දක්වති. “යෝග්‍ය ජාන උපන්‍යාසය” ට අනුව මෙවැනි ශරීර හැඩයක් මගින් තාරුණය, යහපත් ශරීර සෞඛ්‍යය, සරු බව ආදිය පෙන්නුම් කරයි. කෙසේ නමුත් පාරිසරික හා සංස්කෘතික සාධකවල බලපෑම නිසා මෙය වෙනස්විය හැකිය. ඒ අනුව ඇතැම් යවසන (Foraging) සංස්කෘතීන්වල කාශවීම රෝගී බවේ සංකේතයක් ලෙස සලකන නිසා පුරුෂයෝ තරබාරු කාන්තාවන්ට වැඩි කැමැත්තක් දක්වති. එහෙත් බටහිර සංස්කෘතීන්ට අනුව තරබාරුකම රෝගී බවේ ලක්ෂණයක් ලෙස සැලකේ. එබැවින් බටහිර පුරුෂයෝ සිහින් කාන්තාවන්ට වැඩි කැමැත්තක් දක්වති (Hogg and Vaughan, 2018: 558).



### ආකර්ෂණීය මුහුණ

ලැන්ග්ලොයිස් හා ඔහුගේ සහායක පර්යේෂකයන් ආකර්ෂණීය බව සඳහා ජීවවිද්‍යාත්මක භූමිකාවේ බලපෑම පිළිගෙන තිබේ. ඒ අනුව සබඳකම් ගොඩනගා ගැනීම සඳහා සමාජයීය සාධක යම් භූමිකාවක් රඟ දැක්වුවද සැබෑ ලෝකයේ තීරණ ගැනීමේ දී කායික (බාහිර) සුන්දරත්වය අතිශයින්ම වැදගත් වේ. සමාජානුයෝජන න්‍යායේදී සුන්දරත්වය පිළිබඳව විනිශ්චයන් සඳහා සමාජයීය හා සංස්කෘතික ප්‍රතිමාන හා අත්දැකීම්වල බලපෑම් පිළිබඳව අවධාරණය කරයි. එසේම සමාජ බලාපොරොත්තු න්‍යායේදී (Social Expectancy

Theory) සමාජ ඒකාකාරිවල (Stereotype) බලපෑම පිළිබඳව තර්ක කරයි (Hogg and Vaughan, 2018: 558). නෝමන් ලී (Norman Li) හා ඔහුගේ සහායක පර්යේෂකයන් පෙන්වා දී ඇති ආකාරයට පුරුෂයන් බොහෝ විට තම සහකාරිය වශයෙන් තෝරා ගන්නේ කායිකව ආකර්ෂණීය කාන්තාවන් ය. කාන්තාවන් තම සහකරුවා වශයෙන් තෝරා ගන්නේ සමාජ තත්වයක් ඇති පුරුෂයන් ය. එහෙත් දෙපිරිසම බුද්ධිමත් බව හා කාරුණික බව ඔවුනොවුන්ගෙන් අපේක්ෂා කෙරේ (Myers and Twenge, 2013: 350).

දැනට පවතින සාක්ෂ්‍යයවලට අනුව බාහිර පෙනුම ආකර්ෂණීය බව ඇති කරන ප්‍රබල සාධකයකි. සම්පරීක්ෂණවලදී පමණක් නොව සැබෑ ලෝකය තුළ ද මෙය සත්‍ය කරුණක් බව පෙනේ. නිදසුනක් ලෙස ජූරි සභාව හා විනිශ්චයකරුවන් ආකර්ෂණීය විත්තිකරුවන්ට වඩා ආකර්ෂණීය නොවන විත්තිකරුවන් වරදකරුවන් බවට පත් කිරීමට වැඩි නැඹුරුතාවක් දක්වා ඇත. එසේම ආකර්ෂණීය පුද්ගලයන් වඩාත් සෞඛ්‍ය සම්පන්න, බුද්ධිමත් හා විශ්වාසවන්ත පුද්ගලයන් ලෙස විනිශ්චය කෙරේ. ආකර්ෂණීය පුද්ගලයන් ආකර්ෂණීය නොවන පුද්ගලයන්ට වඩා කාරුණික බව, පරිත්‍යාගශීලී බව හා ස්නේහවන්ත බව වැනි ප්‍රිය උපදෙවන චරිත ලක්ෂණවලින් යුක්ත යැයි සැලකේ (Baron and Branscombe, 2017: 248). විරුද්ධ ලිංගික විවාහකයන් යොදාගෙන වසර හතරක් පුරාවට සිදු කරන ලද අන්වායාම අධ්‍යයනයකට (Longitudinal Study) අනුව ආකර්ෂණීය සහකාරියන් සහකරුවන්ගේ සතුට සඳහා බලපා ඇති නමුත් ආකර්ෂණීය සහකරුවන් තම සහකාරියන්ගේ සතුට සඳහා එවැනි බලපෑමක් සිදු කොට නොමැත (Myers and Twenge, 2013: 343).

**කැමැත්ත වර්ධනය කරන සාධක**

යම් පුද්ගලයෙකු පිළිබඳව පළමුව කැමැත්තක් ඇති වූ පසුව තවදුරටත් කැමැත්ත වර්ධනය වීම සඳහා බලපාන සාධක පිළිබඳව විශාල අධ්‍යයනයන් ප්‍රමාණයක් සිදු ව තිබේ. ඒ අනුව පර්යේෂණ මගින් කැමැත්ත වර්ධනය වීම සඳහා බලපාන සාධක කීපයක් අනාවරණය කොට ගෙන ඇත.

- ආසන්න බව (Proximity)
- සමීප බව / දන්නා හඳුනන බව (Familiarity)
- සමාන බව/ සමරූපතාව (Similarity)
- පෞරුෂ ලක්ෂණ (Personality Characteristics)

ආසන්න බව (Proximity)

අන්තර් පුද්ගල ආකර්ෂණය සඳහා පුද්ගල සුවිශේෂීතා මෙන්ම පාරිසරික සාධක ද බලපායි. කායික සමීප බව ආකර්ෂණය සඳහා බලපාන ප්‍රබල නිශ්චිතයක් වශයෙන් සැලකේ. නිතර හමුවන හා පූර්ව සාණාත්මක හැඟීමක් නොමැති පුද්ගලයන් අතර සමීප බව වර්ධනය වීම නිසා ඔවුනොවුන් කෙරෙහි ආකර්ෂණය වේ. පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු පළමුව හමුවන අවස්ථාව ඔවුනොවුන් කෙරෙහි කුමන ආකාරයේ හැඟීමක් ඇති වනවා ද යන්න තීරණය වීම සඳහා බලපායි. යම් පුද්ගලයෙකු පළමුව හමු වූ අවස්ථාව වඩාත් සුවභසු හා තෘප්තිමත් වුවහොත් එම පුද්ගලයා පිළිබඳව මිත්‍රශීලී හැඟීමක් ඇති වීමේ වැඩි ප්‍රවණතාවක් ඇත (The Gale Encyclopedia of Psychology, 2001: 57).

කෙසේ නමුත් ඇතැම් විට කායිකව සමීප බව එදිරිවාදී කම වර්ධනය වීම කෙරෙහි ද බලපෑ හැකිය. පහරදීම් හා ඝාතන බොහොමයක් සිදුව ඇත්තේ භෞතිකව සමීප පුද්ගලයන් අතර ය (Myers and Twenge, 2013: 337).

ඇමරිකාව හා යුරෝපය තුළ මුල් කාලයේ දී සිදුකරන ලද අධ්‍යයනයන්ට අනුව පන්ති කාමරයේ සමීපව අසුන්ගෙන සිටි සිසුන් ඔවුනොවුන්ට වඩාත් කුළුපහ වී ඇත. මීට අමතරව පර්යේෂකයන් විසින් විසිවන සියවස පුරාවටම සිදු කරන ලද අධ්‍යයනවලට අනුව අනාවරණය කරගෙන ඇත්තේ භෞතිකව සමීපව සිටින පුද්ගලයන් කුළුපහ වීමට, මිතුරු සබඳතා ගොඩනගා ගැනීමට හා විවාහ වීමට පවා වැඩි නැඹුරුතාවක් දක්වන බවයි. පර්යේෂකයන් පෙන්වාදෙන ආකාරයට අනවරත නිරාවරණ බලපෑම් (Repeated Exposure Effect) මීට හේතුවයි. අනවරත නිරාවරණ බලපෑම යනු අප කිසියම්

නව පුද්ගලයෙක් නව අදහසක් හෝ නව නිෂ්පාදනයක් වැනි නව උත්තේජනයකට නැවත නැවත නිරාවරණය වීමේදී අපට ඒ පිළිබඳව වඩාත් සතුටුදායක හැඟීමක් ඇතිවීමයි (Baron and Branscombe, 2017: 245).

යම්කිසි තැනැත්තෙක් ජීවත් වන හෝ වැඩ කරන පරිසරයේ සැලකිය යුතු ආසන්න බවකින් සිටින පුද්ගලයන් කෙරෙහි ඔහු තුළ කැමැත්තක් ඇති වීම සඳහා ඉහළ සම්භාවිතාවක් ඇත. ලියොන් පෙස්ටින්ජර් (Leon Festinger) හා ඔහුගේ සහායක පර්යේෂකයන් විසින් නිවාස සංකීර්ණයක් තුළ සිදුකරන ලද අධ්‍යයනයක් මගින් සොයාගෙන ඇත්තේ මිනිසුන් එකම කට්ටුවේ හා එකම ගොඩනැගිල්ලේ ජීවත් වන පුද්ගලයන් මිතුරන් බවට පත් කර ගැනීමේ ඉහළ නැඹුරුතාවක් දක්වන බවයි. තරප්පු පෙළ පිහිටන ස්ථානය වැනි සියුම් වාස්තු විද්‍යාත්මක සාධක වුව ද සමාජීය සබඳකම් සඳහා බලපෑ හැකිය. (Keltner) Nisbett 2011: 324.325).

ආසන්නව ජීවත්වන පුද්ගලයන්ට ඒ ඒ පුද්ගලයන් වෙත පහසුවෙන් ළඟා විය හැකි ය. එබැවින් ඔවුන්ට සමාජ අන්තර් ක්‍රියාකාරකම් පැවැත්වීම සඳහා අඩු උත්සාහයක් හා අඩු සම්පත් ප්‍රමාණයක් වැය වේ. (උදා: ආහාර හුවමාරු කර ගැනීම) ආසන්න බව (Proximity) විසිවන සියවසේ සියුම් මනෝවිද්‍යාත්මක සංකල්පයක් බවට පත් ව තිබේ. දුරසිට ප්‍රේම කරන්නන් හට එමගින් සෘණාත්මක බලපෑමක් එල්ල කළ ද දුරකථන, ඊමේල්, මුහුණු පොත හා වෙනත් විවිධ ඕඩියෝ සහ වීඩියෝ සමාජ මාධ්‍ය ජාල හරහා එම දුරස්ථභාවය අවම කරයි (Hogg and Vaughan, 2018: 561).

**සමීප බව /දන්නා හඳුනන බව (Familiarity)**

සාමාන්‍යයෙන් ආසන්න වීම (proximity) හරහා විශාල සමීප බවක් ඇති වේ. පුද්ගලයා යමක් සමග සමීප වන විට ඒ පිළිබඳව ඔහුට සුවපහසු (සමීප) හැඟීමක් ඇති වේ. එවිට ඔහු එයට වඩාත් කැමැති වේ. ආගන්තුක පුද්ගලයන් නිතර නිතර මුණ ගැසීමේ දී ඔවුන් පිළිබඳව අප තුළ කැමැත්තක් වර්ධනය වන්නේ සමීප බව හේතුවෙනි. කෙසේ නමුත් අපට වඩාත් සමීප යමක් වෙතත් ආකාරයකින් දිස්වුවහොත් එය අපට අපහසුතාවක් ගෙන දෙයි.

යම්කිසි උත්තේජනයක් නැවත නැවත පෙන්වීමේදී ඇතිවන බලපෑම ද සමීප බව පිළිබඳව බලපෑමට සමාන වේ (Hogg and Vaughan, 2018: 561). වෙළඳ දැන්වීම් නිෂ්පාදකවරු මෙම උපක්‍රමය භාවිත කරති. වෙළෙඳ දැන්වීම් නැවත නැවත ප්‍රදර්ශනය කිරීම මගින් එය අපට සමීප බවක් ඇති කරයි. ඩික් මෝලන්ඩ් (Dick Moreland) හා ස්කොට් බීච් (Scott Beach) සොයාගෙන ඇති ආකාරයට පන්ති කාමර පරිසරය තුළ අලුතෙන් පැමිණෙන ළමුන් නිතර නිතර දැකීමේදී එම ළමුන් කෙරෙහි අනෙක් ළමුන්ගේ ආකර්ෂණය බව වැඩි වේ (Hogg and Vaughan, 2018: 561).

සමීප බව නිසැක වශයෙන්ම ආකර්ෂණය බව ඇති කිරීම සඳහා හේතු වේ. කෙසේ නමුත් එය එසේ සිදු නොවන අවස්ථාවන් ද තිබේ. මයිකල් නෝටර්න් (Michael Norton) හා ඔහුගේ සහායක පර්යේෂකයන්ට අනුව අප යම්කිසි පුද්ගලයෙකු පිළිබඳව තොරතුරු වැඩියෙන් දැනගන්නා විට ඔහුගේ සහ අපගේ වෙනස්කම් පිළිබඳව හොඳ අවබෝධයක් ලැබේ. එය ඔවුන් කෙරෙහි අප තුළ අකමැත්තක් වර්ධනය වීම සඳහා හේතු විය හැකිය (Hogg and Vaughan, 2018: 561).

## සමාන බව /සමරූපතාව (Similarity)

### ආකල්ප සමරූපතාව

සාමාන්‍යයෙන් ඔවුනොවුන් තුළ සමානකම් නිරීක්ෂණය කරන විට එකිනෙකා කෙරෙහි ආකර්ෂණය වේ. ආකල්ප හා අදහස් බෙදා ගන්නා තරමට ඔවුනොවුන් අතර කැමැත්ත වර්ධනය වීමේ ප්‍රවණතාව ද වැඩි වේ. කෙසේ නමුත් කිසියම් වැදගත් ගැටළුවක් සම්බන්ධයෙන් ඇතිවන අසම්මතිය (Disagreement) මගින් ආකර්ෂණය අඩු වන බව සොයා ගෙන තිබේ. පුද්ගලයා මිත්‍රශීලී වූ පසු ඔවුනොවුන්ට බලපාන නිසා අන්තර් පුද්ගල ආකර්ෂණය හා සමාන ආකල්ප අතර සම්බන්ධතාව සංකීර්ණ වේ (The Gale Encyclopedia of Psychology, 2001: 58).

ආකල්පවල සමානත්වය මනෝවිද්‍යාවේ ආකර්ෂණතාවය සඳහා බලපාන වැදගත්ම සාධකයකි. තියඩෝර් නිව්කොම්බ් (1961)

(Theodore Newcomb) විසින් සිසුන් පිරිසක් සහභාගී කරගෙන මේ පිළිබඳව පර්යේෂණයක් සිදු කර ඇත. ඒ අනුව සිසුන් නවාතැන් ගැනීමට පෙර ආකල්ප හා වටිනාකම් පිළිබඳව ප්‍රශ්නාවලියකට පිළිතුරු ලබා ගන්නා පොරොන්දුව පිට ඔවුන්ට නවාතැන් පහසුකම් නොමිලේ සලසන ලදී. අනතුරුව ඔවුන්ගේ අන්තර් පුද්ගල ආකර්ෂණතාවයේ වෙනස්කම් පිළිබඳව සමාසිකය පුරාවටම ඇගයීම් සිදු කරන ලදී. පළමුව සිසුන් අතර ආකර්ෂණතාව සඳහා බලපාන කායික ආසන්නතාව (Physical Proximity) පිළිබඳව පරීක්ෂා කළේය. ඒ අනුව ආසන්නතාව ආකර්ෂණතාවය සඳහා බලපාන බව අනාවරණය විය. ඉන් පසුව සමාසිකය ඉදිරියට යෑමේදී ආකල්පවල සමානත්වය පිළිබඳව පරීක්ෂා කළ අතර එහිදී සොයාගනු ලැබුවේ සමාන ආකල්ප දරන පුද්ගලයන් ඔවුනොවුන් කෙරෙහි වඩා වැඩි කැමැත්තක් දක්වන බවයි (Hogg and Vaughan, 2018: 562.563).

මෙහි ආකල්පවල සමාන බවට වඩා වෙනත් නියමයක් ද තිබේ. එනම්, අප කැමති දෙයකට හෝ අනුමත කරන දෙයකට වෙනත් පුද්ගලයෙකු කැමැති වීමේදී හෝ එය අනුමත කිරීමේදී අපගේ ආකල්පයට උපස්ථම්භනයක් ලැබීමයි. අනෙක් පුද්ගලයා අපගේ ආකල්පවලට කැමති වන තරමටය එය අපට උපස්ථම්භනයක් වේ. එවිට අපි ඔහුට හෝ ඇයට වඩාත් කැමැති වෙමු. ආකල්පවලින් හා රුව අරුවකම්වලින් වෙනස් වන විට පුද්ගලයා ඔවුන් කෙරෙහි අකමැත්තක් දක්වයි. ඔවුන් මඟ හැරීමට පෙළඹේ (Hogg and Vaughan, 2018: 563).

**සම සංවාසය (Associative Mating)**

සම සංවාසය යනු අහඹු නොවන ලෙස සහකාරියක හෝ සහකරුවෙකු තෝරා ගැනීම හා සම්බන්ධ සංසිද්ධියකි. තමාට ගැළපෙන, සුදුසු සහකරුවෙකු / සහකාරියක ඔවුන්ගේ ලක්ෂණ එකක් හෝ කිහිපයක් ගැළපීම මගින් සොයාගන්නා බව මෙමගින් අදහස් වේ. පුද්ගලයා බොහෝ විට තමාට ගැළපෙන සහකරුවෙකු / සහකාරියක සොයා ගැනීමට උත්සාහ දරයි. මංගල දැන්වීම් දෙස අවධානය යොමු කිරීමේ දී පෙනී යන්නේ පුද්ගලයා විවිධ වර්ග ලක්ෂණ හා සමාජ තත්වයන් අපේක්ෂා කරන බවයි. වයස, ආගම, ජාතිය, කුලය, ස්ත්‍රී -

පුරුෂ භාවය, සමාජ ආර්ථික පසුබිම, කායික පෙනුම, සමාජ තත්වය, පෞරුෂය සමාජශීලී බව, රුචි අරුචිකම්, විනෝදජනක ක්‍රියාකාරකම් ආදියෙන් සමාන පුද්ගලයන් ඔවුනොවුන්ට ආකර්ෂණය වීමේ වැඩි ඉඩකඩක් තිබේ (Hogg and Vaughan, 2018: 564). ඇතැම් අවස්ථාවලදී සමාන අපේක්ෂාවන් (Aspirations) ඇති පුද්ගලයන් ඔවුනොවුන්ට ගැළපීම හරහා තෝරා ගැනීමේ ප්‍රවණතාවයක් ඇත. කෙසේ නමුත් අන්වායාම (Longitudinal Studies) අධ්‍යයනයන්ට අනුව එය මතභේදාත්මක කරුණකි (Hogg and Vaughan, 2018: 564.565).

සංස්කෘතියෙන් හා ජාතියෙන් සමාන පුද්ගලයන් ඔවුනොවුන්ට ආකර්ෂණය වීමේ ප්‍රවණතාව වැඩි ය. ඇමරිකාවේ ජාතීන් වර්ග හතරකට (ආසියානු, අප්‍රිකානු, ලතින් ඇමරිකානු, යුරෝපීය) අයත් විරුද්ධ ලිංගිකයන්ගේ එකට වාසය කිරීමේ කැමැත්ත පරීක්ෂා කිරීම සඳහා සිදුකරන කරන ලද අධ්‍යයනයක් මගින් පෙන්වා දී ඇත්තේ සාමාන්‍යයෙන් සමාන ජාතීන්ට අයත් පුද්ගලයන් තමන්ගේම ජන වර්ගයෙන් සහකරුවෙකු හෝ සහකාරියක් තෝරා ගැනීමේ වැඩි නැඹුරුතාවක් දක්වන බවයි. තමාගේ සමාජ ජාලය මගින් අනුමැතිය හිමි වීම සහකරුවෙකුට/සහකාරියකට කැමැත්තක් දැක්වීම සඳහා ප්‍රබල පුරෝකථන සාධකයක් වශයෙන් සැලකිය හැකිය. (Hogg and Vaughan, 2018: 565) ඒ අනුව සංස්කෘතික හා ජනවාර්ගික වශයෙන් සමාන වීම සහකරුවෙකු හෝ සහකාරියක් තෝරා ගැනීමේ වැදගත් සාධකයක් බව පෙනේ.

### පෞරුෂ ලක්ෂණ (Personality Characteristics)

පුද්ගලයාගේ පෞරුෂ ලක්ෂණ ආකර්ෂණතාව තීරණය වීම සඳහා බලපාන තවත් සාධකයකි. ප්‍රධානත්වය, තරගකාරීත්වය හා ආත්ම විශ්වාසය වැනි අන්‍යයන් පාලනය කිරීම හා සම්බන්ධ පෞරුෂ ලක්ෂණ ඇති පුද්ගලයන් ඔවුන්ගේ ප්‍රතිවිරුද්ධ පෞරුෂ ලක්ෂණ ඇති පුද්ගලයන් සමඟ එක් වීමට වැඩි රුචිකත්වයක් දක්වයි. නිදසුනක් ලෙස ප්‍රධානත්වය ගන්නා පෞරුෂ ලක්ෂණ ඇති පුද්ගලයන් කීකරු පෞරුෂ ලක්ෂණ ඇති පුද්ගලයන් හා එක්වීමට වඩාත් පෙළඹේ. පුද්ගලයා තමා හා සමාන සහයෝගීතාව ලබා දෙන වර්ත ලක්ෂණ

හිමි (සමාජශීලී, මිත්‍රශීලී, ස්නේහවන්ත) පුද්ගලයන්ට ආකර්ෂණය වීමේ ඉහළ නැඹුරුවාවක් දක්වයි. (The Gale Encyclopedia of Psychology, 2001: 58).

දිගුකාලීන සබඳකම්වල දී ස්ත්‍රීන් හා පුරුෂයන් කැමැත්තක් දක්වන පොදු මාන තුනක් පර්යේෂණ මගින් හඳුනාගෙන තිබේ.

- ආදරය - විශ්වාසවන්ත බව - සැලකිල්ල හා කුළුපගකම
- ජීවගුණය - ආකර්ෂණීය බව - සෞඛ්‍ය සම්පන්න බව හා ප්‍රජනන සක්‍යතාව
- තත්වය - සම්පත් - ඉහළ සමාජ තත්වය හා ආර්ථික ශක්තිය (Hogg and Vaughan, 2018: 560)

### සමාලෝචනය

මිනිසා ලෝකයේ සෑම අංශයකින්ම පරිපූර්ණ ස්වභාව ධර්මයේ විශිෂ්ට නිර්මාණයක් ලෙස සැලකීම අතිශයෝක්තියක් නොවේ. සිරුරේ හැඩය, සමෙහි පැහැය හා මට්සිලුටු බව, කෙස්වැටියෙහි දැකුම්කළු බව, ශරීරාංගයන්හි කාර්යක්ෂමතාව හා නිරවද්‍යතාව, බුද්ධිමය කුසලතාව ආදිය මගින් මිනිසාට ඉතා ප්‍රශස්ත නිමාවක් හිමිව තිබේ. මෙකී දැකුම්කළු බාහිර හා අභ්‍යන්තර නිමැයුම මගින් මිනිසා ඉතා විශිෂ්ට හා සුවිශේෂී සමාජීය ජීවිතයකට හිමිකම් කියයි. ආකර්ෂණතාව හා සබඳතා නැමැති සංකල්ප අර්ථවත් වන්නේ සමාජීය ජීවිතය තුළ සාමූහික පැවැත්ම මගිනි. මිනිසාගේ සමාජීය ජීවිතය අතිශය සංකීර්ණ හා මනස්කාන්ත වේ. අන්තර් පුද්ගල ආකර්ෂණය හා සබඳතා ප්‍රජනන කාර්යය, සාමූහික පැවැත්ම හා මානසික සෞඛ්‍යය ආදිය සඳහා අතිශය ඉවහල් වේ. පුද්ගලයා ඔවුනොවුන්ට ආකර්ෂණය වීම හා සබඳතා ගොඩනගා ගැනීමේ ප්‍රවණතාව විවිධ අභ්‍යන්තර හා බාහිර සාධක රාශියක් මත රඳා පවතියි. අභ්‍යන්තර සාධක යටතේ දී ජානමය වශයෙන් උරුම වූ මුහුණෙහි හා සිරුරෙහි පෙනුම, බුද්ධිමය කුසලතා, පෞරුෂය හා ආකල්ප සමරූපතාව ආදිය පිළිබඳවත් බාහිර සාධක යටතේ දී ආසන්න බව, විවිධ බාහිර සාධකවලින් (සංස්කෘතිය, ආගම, ජාතිය,) සමාන වීම, සමීප බව ආදිය පිළිබඳවත් සමාජ

මනෝවිද්‍යාවේ පර්යේෂණ සාහිත්‍යය ඇසුරින් සාකච්ඡා කරන ලදී. ඒ අනුව මෙහිදී ආකර්ෂණතාව හා සබඳතා ගොඩනගා ගැනීම පිළිබඳව සමාජ මනෝවිද්‍යාඥයන් විසින් ඉදිරිපත් කරන ලද විවිධ අදහස් හා නිර්වචන පිළිබඳවත් ආකර්ෂණතාව හා සබඳතා ගොඩනගා ගැනීම සඳහා බලපාන සාධක පිළිබඳවත් ශාස්ත්‍රීය විග්‍රහයක් සිදු කරන ලදී.

### මූලාශ්‍රය

- BARON, R.A. and BRANSCOMBB, N.R. (2017). *Social Psychology* (14<sup>th</sup> ed). Malaysia., Pearson Education Limited.
- GILOVICH, T., KELTNER, D., & NISBETT, R. E. (2011). *Social psychology*. New York, W.W. Norton & Co.
- HOGg, M. and VAUGHAN, G. (2018). *Social Psychology* (8<sup>TH</sup> Ed). United Kingdom., Pearson Education Limited.
- KAZDIN, A. E. (2000). *Encyclopedia of psychology*. Washington, D.C., American Psychological Association.
- MYERS, D.G. and TWENGE, J.M. (2013). *Social Psychology* (12<sup>th</sup> ed). New York., McGraw-Hill Education.
- STRICKLAND, B. B. (2001). *The Gale encyclopedia of psychology*. Detroit, MI, Gale Group.
- VANDENBOS, G. R. (2015). *APA dictionary of psychology*. Washington, DC, American Psychological Association.