

ИЗУЧЕНИЕ МОТИВА АФФИЛИАЦИИ В КОНТЕКСТЕ
ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Саматова Севара Гайратовна

Преподаватель Университета точных и социальных наук Узбекистан

sevара.samatova87@gmail.com

Введение: В статье дается теоретическое обоснование того факта, что современные психологические исследования все больше внимания уделяют психологическим факторам, способствующим ускорению интеллекта и умственного развития человека, одним из важнейших из которых является мотив аффилиации. В статье также на основе теоретических источников определяется, что в контексте психологических исследований мотив аффилиации используется в значении желания индивидов находиться рядом друг с другом, общаться друг с другом, быть признанными друг другом, устанавливать друг с другом позитивные личные отношения, понимать друг друга, стремиться к гармонии, единству и поддерживать отношения.

Ключевые Слова: поведение, мотив, мотив принадлежности, социальные отношения, общение, маргинализм.

Психологические исследования все больше фокусируются на психологических факторах, которые способствуют развитию интеллекта и умственного развития человека.

Мотив аффилиации также является одним из предметов такого исследования. Под мотивом аффилиации понимается стремление индивидов находиться рядом друг с другом, общаться друг с другом, быть признанными друг другом, устанавливать друг с другом позитивные личные отношения, понимать друг друга, стремиться к гармонии, единству и поддерживать отношения.

Понятие аффилиации впервые было использовано в контексте психологических исследований исследователями А. Меграбяном и С. Кшесинским[1].

В работах исследователей Г. Мюррея и Н. Д. Твороговой[2] мотив аффилиации понимается как стремление индивидов находиться в обществе друг друга, общаться друг с другом, тогда как в работах Я. Мазуркевича, Е. Мелибруд, К. Обуховского[3] изучалась роль потребностей в эмоционально-доверительных связях, входящих в мотив аффилиации.

Системный подход к измерению мотивации человека впервые предложил Г. Мюррей[4]. Только три из них — проблема мотивации успеха, аффилиации и власти — рассматриваются отдельно.

Исследования мотива аффилиации Р. Кеттеллом[5] названы мотивом аффилиации коммуникативность.

Современные психологические исследования показывают, что мотив аффилиации включает в себя потребность в установлении коммуникации с людьми, вхождении в группу, вхождении в круг взаимодействия с окружающими, оказании помощи и получении принятия.

Хотя в зарубежных исследованиях мотив аффилиации изучался прямыми и косвенными методами, чисто социально-психологические исследования в местных условиях по этой теме пока не проводились. Однако некоторые аспекты выбранной нами проблемы частично изучены представителями социальной психологии и смежных дисциплин.

Обширные исследования мотива аффилиации можно увидеть в работах Г. М. Андреевой[6]. Эти исследования подчеркнули тот факт, что мотив аффилиации может быть особенно важен для стабилизации межличностных отношений и улучшения социальной среды.

Л.А. В своих исследованиях Карпенко[7] рассматривал мотив аффилиации как желание человека находиться в обществе других людей.

Многочисленные исследования также показали, что потребность в принадлежности может конкурировать с другими социальными потребностями, такими как потребность в достижении или потребность во власти.

Проявление у человека двух сильных мотиваций, например, мотивации аффилиации и мотивации достижения, закономерно порождает определенный внутренний конфликт, поскольку удовлетворить эти две несовместимые мотивации и потребности одновременно практически невозможно.

Причина в том, что человек, стремящийся к успеху, видит в других людях потенциальных конкурентов, вступает с ними в конкуренцию и побеждает, что, конечно же, негативно сказывается на его отношениях с этими людьми[12].

Существуют также мнения, что для поддержания хороших отношений с оппонентами человек должен отказаться от конкуренции или отказаться от попыток превзойти их, однако российский ученый С. Юрковская[8] подчеркивает важность баланса между мотивами аффилиации и достижения при успешном обучении студентов английскому языку. Изучив эти взгляды и исследования, мы пришли к выводу, что эффективных результатов можно достичь, сочетая обе эти мотивации при формировании отношений сотрудничества и партнерства между членами семьи.

До сих пор аффилиация и связанное с ней поведение изучались в основном у взрослых[11]. Исследователи, в том числе и мы, очень интересуются генезисом этих мотивационных состояний с раннего детства. Для этого мы обратились к социально-психологическим исследованиям, изучающим, как мотив аффилиации проявляется в поведении детей.

У детей ярко выражена мотивация аффилиации в форме социального поведения – поведенческий феномен, определяемый термином «привязанность», который проявляется на ранних этапах онтогенеза. «Доброта» как форма взаимоотношений между людьми выражается следующим образом:

а) люди предпочитают общаться с другими людьми в результате положительной эмоциональной связи между людьми и взаимного стремления друг к другу. В этом определении мотивация «быть добрым» применима не только к детям, но и ко взрослым;

б) Ребенок предпочитает обращаться к людям, к которым он эмоционально привязан в трудные периоды своей жизни, в форме реальной эмоциональной связи между ребенком и его родителями или между ребенком и другими взрослыми. Ребенок их не боится и не испытывает никакого чувства страха. Ребенок быстро входит в круг близких людей и старается подражать им. Находясь вдали от них, они испытывают чувство страха, тревоги и беспокойства.

Когда психологи рассматривают «привязанность» как социально-психологическое явление, они различают ее типы и проявления. Основными типами привязанности являются личная (прямая) и косвенная, доверительная и недоверчивая, резистивно-амбивалентная привязанность, дезорганизованная и дистанцирующая [10].

Исследователь А. Меграбян в своем исследовании выделяет два различных аспекта мотива аффилиации: потребность в аффилиации (сочувствие, поддержка в общении) и страх отвержения (неустановление общения или его формальность). Сочетание этих тенденций порождает четыре типа мотивов аффилиации:

1. Высокая степень доверия к аффилиации и низкая чувствительность к отвержению часто удовлетворяют потребность в аффилиации. В этой ситуации человек может стать излишне разговорчивым.
2. Низкая потребность в аффилиации, высокая чувствительность к отвержению, часто не удовлетворяет потребность в аффилиации или вообще отвергается.
3. Низкое стремление к аффилиации и высокая чувствительность к отвержению — во многих случаях как положительные, так и отрицательные аффилиации, поддерживающие поведение, приводят к тому, что человек предпочитает одиночество в таких ситуациях.
4. Высокое доверие к аффилиации и чувствительность к отвержению: в большинстве случаев потребность в аффилиации либо удовлетворяется, либо отвергается. У человека возникает сильный внутренний конфликт: он стремится к общению, но в то же время старается его избегать. Этот тип, по мнению Меграбяна, является мотивационной основой ярко выраженного конформистского поведения, то есть частое применение позитивных и негативных санкций становится методом формирования у личности тенденции к привязанности (зависимости).

По мнению исследователя Р.С. Немова[9], одним из мотивов социального поведения является мотив аффилиации, представляющий собой мотив или потребность в установлении, поддержании и укреплении хороших отношений с людьми. Внешне этот мотив проявляется в стремлении человека к установлению позитивного общения с людьми, к сотрудничеству, к постоянному нахождению среди людей, поддержанию с ними контактов и отношений. Внутренне (психологически) этот мотив выступает на первый план в виде таких чувств, как «привязанность», «лояльность», «тяжело переносимое одиночество» по отношению к людям.

В заключение следует отметить, что люди с хорошо развитым мотивом аффилиации демонстрируют высокую социальную активность и инициативность в установлении контакта с людьми, в процессе общения, независимо от того, является ли оно непосредственным (лицом к лицу) или опосредованным (с использованием различных способов связи: телефона, почты, Интернета и т. д.), что является весьма важным явлением для здоровья и стабильности социально-духовной среды. Именно они становятся активными участниками различных встреч, собраний, вечеринок, выходных, клубов и т. д. Люди с сильно развитым мотивом аффилиации предпочитают быть максимально открытыми в общении, быстро находят общий язык и сотрудничают в дружеской обстановке. Согласно наблюдениям, люди с высоким уровнем мотивации аффилиации работают лучше в группе с хорошо налаженными отношениями с друзьями, чем работая в одиночку. Соответственно, такие люди ценят такие отношения, как дружба. Такие качества важны для социальной стабильности.

Литература:

1. Mehrabian A. Verbal and nonverbal interaction of strangers in a waiting situation// Journal of Experim. Research in Personality.-1971.-5.
2. Творогова Н.Д. Психология управления. Практикум. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2008.- С. 125-150.
3. Обуховский К. Галактика потребностей. Психология влечений человека.- СПб.: Речь, 2003.– 294с.
4. Макклелланд Д. Мотивация человека. -СПб.: Питер, 2007.-672с.
5. Макклелланд Д. Мотивация человека. -СПб.: Питер, 2007.-672с.
6. Андреева Г.М. Психология социального познания: Учебное пособие. М., 1997.//Андреева Г.М. Социальная психология семейных отношений. - СПб., 1998. – С.176-179.//Андреева Г.М. Социальная психология. - М., 1997.

**ЭКОНОМИКА И НАУКА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.
РАЗВИТИЕ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ**

7. Карпенко Л.А. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского.- М.: Политиздат, 1985.-431с.
8. Юрковская С.С. Формирование мотивации аффилиации и мотивации достижения у студентов в процессе обучения иностранному языку: Дис. ... канд. пед. наук.- Калининград: КГУ, 2004.- 169 с.
9. Немов Р.С. Психология / Учебник. Москва: Высшее образование, 2005.-639с.// Немов Р.С., Алтунина И.Р. Социальная психология / Учебное пособие.- СПб.: Питер,2010.-432с.
10. Жабборов Хазрат Хусенович. The influence of psychological protective mechanisms in the formation of the ideological immunity in adolescents. European journal of psychological research vol. 4 No.1, 2017 ISSN 2057-4794.
11. Jabborov Kh.Kh.. The study of the problem of national education by eastern thinkers. International Journal of Pedagogics (ISSN – 2771-2281) VOLUME 03 ISSUE 02 Pages: 14-20 SJIF IMPACT FACTOR (2021: 5. 705) (2022: 5. 705) (2023: 6. 676) OCLC – 1121105677/ Online Link:- <http://theusajournals.com/index.php/ijp/article/view/765>
12. Саматова С.Г. Мотив аффилиации как фактор стабилизации родительско-подростковых отношений. Решение социальных проблем в менеджмент и экономика. Международные научные-онлайн-конференции. Испания. – С. 86-91.

WORDLY
KNOWLEDGE