

# МОТИВ АФФИЛИАЦИИ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СПЛОЧЁННОСТИ МОЛОДЁЖНЫХ ГРУПП

MOTIVE OF AFFILIATION AS THE MAIN FACTOR OF UNITY IN YOUTH GROUPS

---

## Норкулова Н.Т.

Старший научный сотрудник кафедры экономической педагогики Ташкентского государственного экономического университета.  
**E-mail: nargiza.norkulova@mail.ru**

**Аннотация.** В работе представлены данные по изучению и измерению мотива аффилиации среди молодёжных групп, а также влияние его развития на социализацию учащихся в условиях образовательного процесса высшей школы. Обоснована необходимость развивать данную мотивацию как один из факторов формирования морального облика, духовных ценностей в целом.

**Ключевые слова:** мотив аффилиации, стремление к принятию, страх отвержения, коммуникативная компетентность, моральный облик, социальные ценности.

## Norkulova N.T.

Senior research fellow at the Department of Economical Pedagogics of the Tashkent State University of Economics.  
**E-mail: nargiza.norkulova@mail.ru**

**Annotation.** The article presents data on the study and assessment of affiliation among youth groups, as well as its influence on the process of student socialization in the conditions of higher school educational process. The author substantiates the necessity of the development of the affiliation motive as one of the factors of the formation of moral and spiritual values.

**Keywords:** motive of affiliation, aspiration to acception, fear of rejection, communicative competence, morals, social values.

Результаты ряда психологических исследований показали, что во многих странах с развитой экономикой есть тенденция к увеличению числа людей отчуждённых, одиноких, что приводит к деградации общества. Причинами могут служить разные факторы, в частности развитие информационных технологий, в том числе Интернета. Данная тенденция наблюдается в основном среди молодёжи, которая начинает утрачивать коммуникативные навыки и становится менее общительной, у молодых людей разрушаются познавательные и речевые способности.

Для современного общества характерен страх открытого выражения чувств. У человека возникают трудности в установлении отношений, получении социальной поддержки. Как результат, он страдает от одиночества.

Практикой доказано, что **гуманистическая и коллективистская ориентация социального поведения имеет много позитивного и соответствует узбекскому менталитету и культурно-национальным ценностям нашего народа**. Следует отметить, что по природе каждая личность имеет потребность в аффилиации (от англ. to affiliate – присоединять, присоединяться) [4, с. 29; 8; 16; 17, с. 43]. Под аффилиацией понимается *эмоциональная связь человека с другими людьми, характеризующаяся взаимным принятием и расположением*. Значительное количество исследований свидетельствует о положительном влиянии мотива аффилиации – повышении эффективности учёбы, труда, росте успеваемости, улучшении межличностных взаимоотношений, появлении психологического комфорта [3; 5; 6, с. 48; 7; 8; 9; 10; 12; 18; 19].

Именно потребность в аффилиации помогает человеку успешно взаимодействовать с окружающими, входить в эмоционально-доверительное общение, что имеет значение не только для достижения более высоких результатов деятельности коллектива и улучшения отношений между сверстниками, но и для каждого участника процесса общения в отдельности, так как посредством коммуникации человек имеет возможность узнать себя глубже и в результате быть менее одиноким в нашем постоянно меняющемся мире [6, с. 48].

В свою очередь, это способствует формированию коммуникативно-компетентной молодёжи в разных сферах деятельности, ведь мы везде сталкиваемся с человеческим фактором и должны уметь грамотно и эффективно взаимодействовать с людьми. Мотив аффилиации носит ярко выраженный социальный характер, так как он может быть реализован только при взаимодействии с другими людьми [6, с. 48; 7; 8; 9; 10, с. 90–93; 18; 19].

В статье мы хотели показать, насколько важное значение имеет развитие данной мотивации для сплочённости молодёжных групп. Универсальность потребности человека в аффилиации подтверждают данные сравнительно-культурных исследований. Как показали исследования Стефаненко (1999), представители индивидуалистических культур значительно чаще, чем представители коллективистских культур, жалуются на чувство одиночества и изоляции, которая нередко приводит к депрессии. В наших исследованиях мы решили проверить, так ли это, исходя из этнопсихологических, ментальных особенностей узбекской или национальной культуры.

Приведём эмпирические данные по измерению мотива аффилиации среди молодёжи и установим, насколько он влияет на формирование морального облика молодёжи.

В качестве объектов исследования выступили 285 будущих студентов, из которых 73 – девушки и 212 – молодые люди в возрасте от 18 до 32 лет. Средний возраст исследуемой аудитории – 21 год. Из числа участников исследования 157 человек являются городскими жителями, а 115 – сельскими. 13 респондентов не указали место своего жительства.

В ходе исследования применялась методика СПО (социально-психологический опросник) для выявления факторов, влияющих на аффилиативное поведение личности, и тест А. Меграбяна в модификации М.Ш. Магомед-Эминова – для диагностики двух обобщённых устойчивых мотиваторов, входящих в структуру мотивации аффилиации: шкала стремления к принятию (СП) и шкала страха отвержения (СО). Результаты теста, соответственно, представлены в виде двух шкал: СП и СО [3, с. 373–375; 2, с. 68–72].

По итогам применения методики А. Меграбяна в модификации М.Ш. Магомед-Эминова было установлено, что у студентов-выходцев из сёл ( $p < 0,004$ ) мотивация СО более ярко выражена, по сравнению со значением СП (таблица 1). Это можно объяснить тем, что студенты, приехавшие из села в город учиться, попадают в новую среду. Хотелось также отметить, что мотив СП у студентов, приехавших из сёл, выше, нежели у городских студентов. Это мы можем связывать со стремлением студентов к самоутверждению, самореализации.

Кроме того, нами были использованы методика Е.В. Залюбовской «Исследование восприятие индивидуумом группы» [3, с. 407–409], методика МАС М. Кубышкиной [3, с. 415–417; 15] и методика «Диагностика социальных ценностей личности» [15; 1].

Результаты показали, что молодёжь, которая ценит материальные ценности и стремится к ним, не отличается коллективистской направленностью, окружающие люди для них менее важны, чем финансовое благополучие. Совместно выполненная работа им чужда. В то же время, чем выше семейные ценности в обществе, тем выше коллективистская направленность молодёжи. Молодёжь, которая ориентирована на социальные ценности, не будет отличаться индивидуалистической направленностью. Этому мы нашли подтверждения в своих исследованиях (таблица 2).

Поскольку мотив аффилиации напрямую связан со степенью близости взаимоотношений внутри группы, мы связали вопросы из СПО, в частности, «Среди друзей мне ценнее всего...», с количеством детей в семье. Из таблицы 3 и рисунка 1 можно увидеть,

Таблица 1

**Сравнительный анализ данных по измерению мотива аффилиации среди студентов выходцев из города и сельской местности (по критерию U Манн-Уитни)**

Показатели	Средние ранги		U	P
	город (N = 157)	село (N = 115)		
Стремление к принятию	132,7	141,6	8437	0,355
Страх отвержения	122,9	150,4	6965,5	0,004

Таблица 2

Соотношение показателей, полученных при применении методики восприятия индивидумом группы и диагностики социальных ценностей личности (по критерию Спирмана)

	Индивидуалистическая направленность	Коллективистическая направленность	Прагматическая направленность
Профессиональные	0,098	0,017	-0,182
Финансовые	0,262**	-0,254**	-0,034
Семейные	-0,186	0,219*	-0,106
Социальные	-0,270**	0,154	0,066
Коллективные	-0,178	0,174	-0,017
Моральные	-0,032	0,067	-0,063
Физические	-0,182	0,046	0,074
Интеллектуальные	-0,037	0,115	-0,084

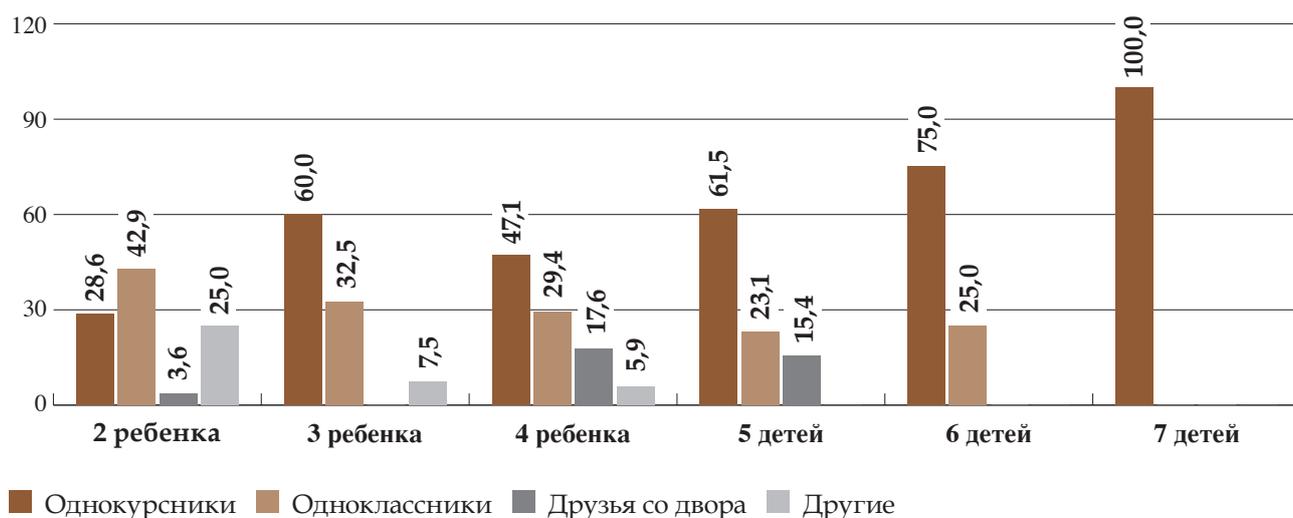
\* -  $p < 0,05$ ; \*\* -  $p < 0,01$ .

Таблица 3

Взаимосвязь показателя «Количество детей в семье» и ответов на вопрос «Среди друзей мне ценнее всего...» (критерий  $\chi^2$ )

Количество детей в семье	Однокурсники		Одноклассники		Друзья со двора		Другие		Общее количество	
	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
2	8	28,6	12	42,9	1	3,6	7	25,0	28	100,0
3	24	60,0	13	32,5	0	0,0	3	7,5	40	100,0
4	16	47,1	10	29,4	6	17,6	2	5,9	34	100,0
5	8	61,5	3	23,1	2	15,4	0	0,0	13	100,0
6	3	75,0	1	25,0	0	0,0	0	0,0	4	100,0
7	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
Общ. кол-во	61	50,4	39	32,2	9	7,4	12	9,9	121	100,0

( $\chi^2 = 26,3$ ;  $p < 0,05$ )



**Рис. 1. Взаимосвязь показателя «Количество детей в семье» и ответов на вопрос «Среди друзей мне ценнее всего...»**

что респонденты, воспитанные в многодетных семьях, больше ценят взаимоотношения с однокурсниками. Исходя из этого можно сделать вывод: многодетные семьи служат фундаментом коллективистической направленности, социальной активности личности в обществе.

Практика показывает, что такие люди более устойчивы к разным депрессивным состояниям, поскольку в больших семьях человек получает больше поддержки, любви близких, и, конечно же, опасность проявления депрессивных симптомов стремится к нулю.

Ответы на вопрос «Часто ли в детстве вас оставляли одних ваши родители?», а также результаты исследования восприятия индивидумом группы показали что дети, которых

**Таблица 4**

**Взаимосвязь ответов на вопрос «Часто ли в детстве вас оставляли одних ваши родители» и особенностей восприятия индивидумом группы (по критерию U Манн-Уитни)**

Показатели	Средние ранги		U	P
	«Да» (N = 28)	«Нет» (N = 81)		
Индивидуалистическая направленность	67,6	50,6	781	0,013
Коллективистическая направленность	47,3	57,6	919,5	0,134
Прагматическая направленность	44,1	58,8	829	0,031

в детстве часто оставляли одних, отличаются большей индивидуалистической направленностью, а у тех, кто в детстве не оставался один, сильнее развита прагматическая и коллективистская направленность (таблица 4). Как показали исследования, мотив аффилиации сильнее развит у тех, кто не был обделен в детстве свободным общением и находится в тёплых отношениях с окружающими.

Таблица 5

Статистический анализ взаимосвязи ответов на вопрос «С кем вы больше общались в детстве?» и результатов исследования восприятия индивидумом группы (по критерию Крускал Уоллиса)

Показатели	Средние ранги				Хи-квадрат	Р
	«С родителями» (N = 40)	«С дедушкой и бабушкой» (N = 31)	«С друзьями» (N = 26)	С другими (N = 11)		
Индивидуалистическая направленность	59,85	58,06	44,25	49,23	4,78	0,189
Коллективистическая направленность	49,74	45,81	67,23	66,23	9,31	0,025
Прагматическая направленность	53,18	60,18	52,54	47,95	1,73	0,631

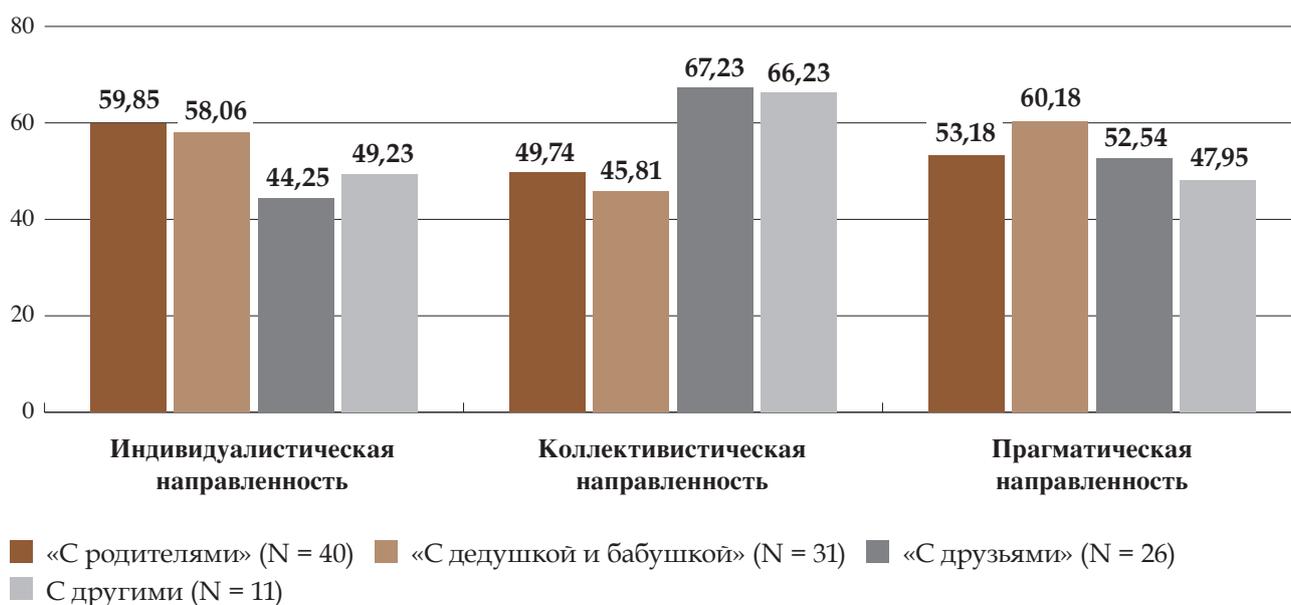


Рис. 2. Взаимосвязь ответов на вопрос «С кем вы больше общались в детстве?» и результатов исследования восприятия индивидумом группы

Таблица 6

Статистический анализ взаимосвязи ответов на вопрос «С кем вы в основном проводите своё свободное время?» и результатов измерения социальных ценностей (по критерию Крускал Уоллиса)

Показатели	Средние ранги					Chi-квадрат	P
	«С однокурсниками» (N = 18)	«С одноклассниками и друзьями со двора» (N = 22)	«С любимым человеком» (N = 4)	«С семьёй» (N = 52)	С другими (N = 14)		
Профессиональные	61,81	45,48	72,13	56,01	56,50	4,04	0,401
Финансовые	60,89	60,45	67,13	51,54	52,18	2,60	0,628
Семейные	59,56	48,34	48,25	55,78	62,57	3,15	0,533
Социальные	63,11	47,50	54,13	53,12	67,54	4,75	0,313
Коллективные	65,69	44,86	32,38	56,71	61,21	6,96	0,138
Моральные	56,69	46,93	30,00	62,06	50,36	6,76	0,149
Физические	67,67	58,75	62,50	50,78	50,29	4,57	0,334
Интеллектуальные	59,36	37,43	46,00	61,72	58,54	9,90	0,042

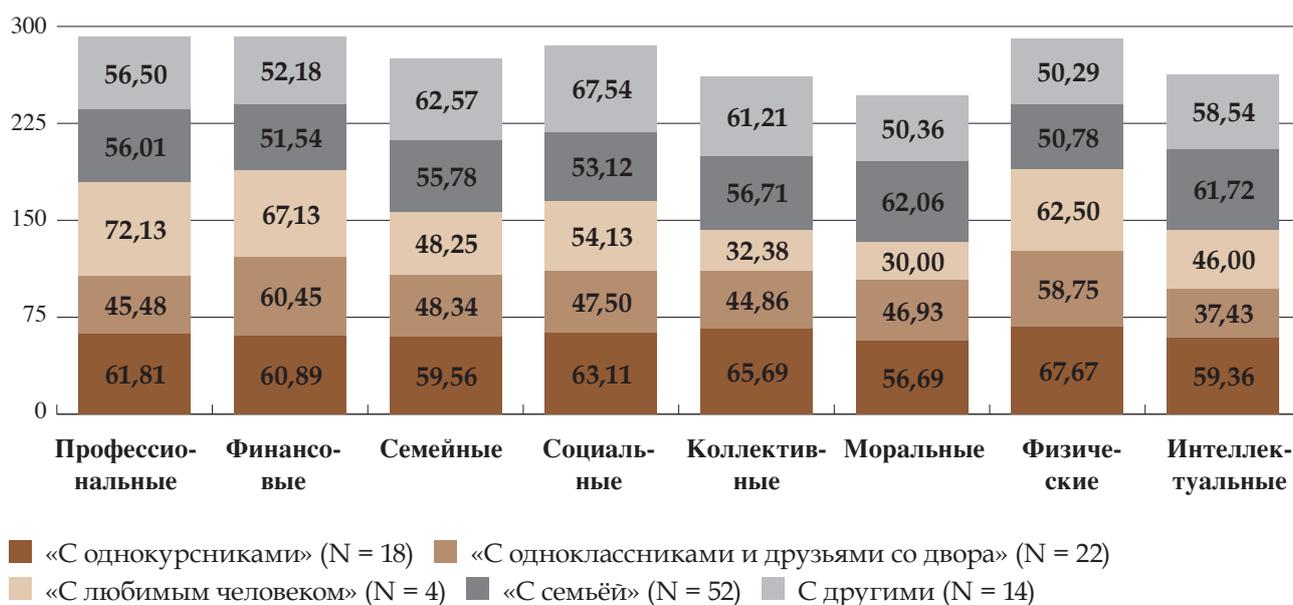


Рис. 3. Взаимосвязь ответов на вопрос «С кем вы в основном проводите своё свободное время?» и результатов измерения социальных ценностей

В ходе анализа полученных данных выявлено, что молодые люди имевшие широкий круг общения в детстве, отличаются большей коллективистической направленностью. Иными словами, те, кто больше общались с друзьями в детстве, имел большое количество знакомых.

Результаты изучения социальных ценностей и ответы на вопрос (СПО) «С кем вы в основном проводите своё свободное время?» показали, что студенты, выбирающие интеллектуальные ценности, своё свободное время проводят в основном со своей семьёй, потом с однокурсниками, обсуждая свои предметы, затем – с новыми знакомыми, с любимым человеком и в последнюю очередь – с одноклассниками и друзьями со двора. Главный момент, на который хотелось бы обратить внимание, – это взаимосвязь между интеллектуальными ценностями и семейными. Молодёжь, ориентированная на семейные ценности, больше обращает внимание на развитие в себе интеллектуальных качеств и способностей.

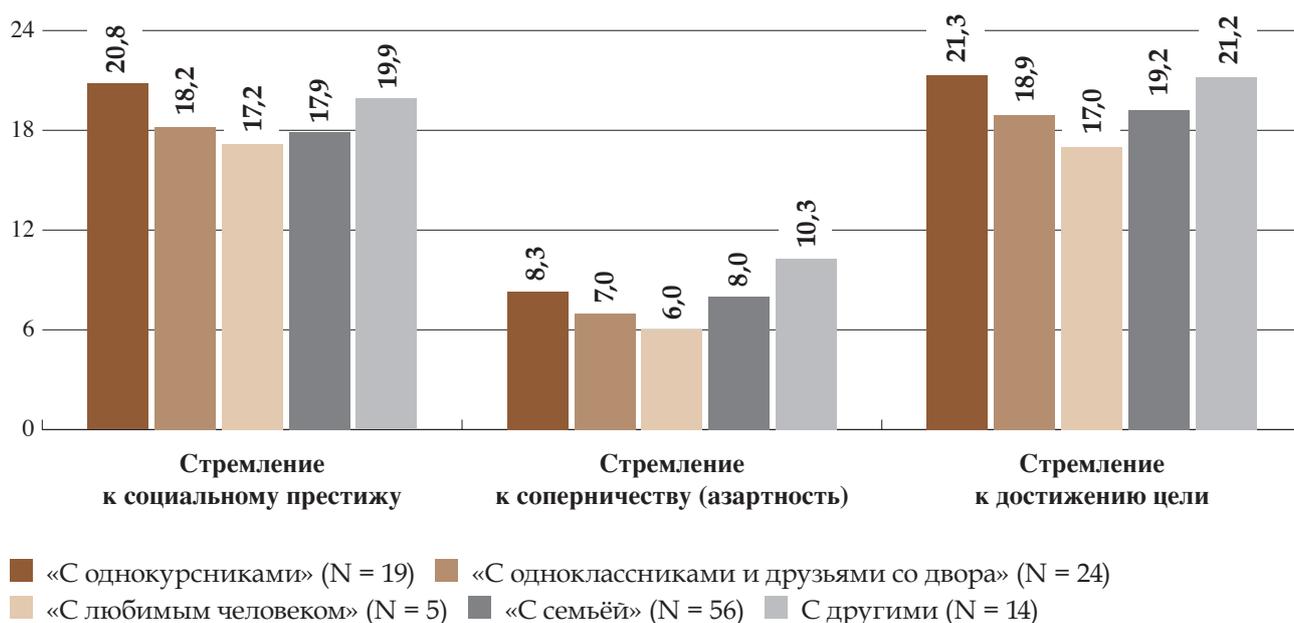
Как видно из таблицы, студенты, которые своё свободное время проводят с однокурсниками, имеют очень высокое стремление к социальному престижу. А те студенты, которые проводят его с любимыми, отличаются низким стремлением к соперничеству, социальному престижу, достижению цели, то есть они не мотивированы к успешности. Из этого можно сделать вывод, что. У тех, для кого важны эмоции, менее развиты деловые качества.

Развитие духовных ценностей молодёжи – это кропотливая работа педагогов, семьи и общества. Задача не из лёгких – соотносить свои интересы и желания с интересами окружающих тебя людей. А ведь именно этому можно научить, развивая мотив аффилиации

Таблица 7

**Статистический анализ взаимосвязи ответов на вопрос «С кем вы в основном проводите своё свободное время?» и данных методики МАС (по критерию однофакторного дисперсионного анализа)**

Показатели	Средние ранги					F	p
	«С однокурсниками» (N = 19)	«С одноклассниками, друзьями со двора» (N = 24)	«С любимым человеком» (N = 5)	«С семьёй» (N = 56)	Другие (N = 14)		
Стремление к социальному престижу	20,8	18,2	17,2	17,9	19,9	2,51	0,046
Стремление к соперничеству (азартность)	8,3	7,0	6,0	8,0	10,3	2,99	0,022
Стремление к достижению цели	21,3	18,9	17,0	19,2	21,2	2,15	0,079



**Рис. 4. Взаимосвязь ответов на вопрос «С кем вы в основном проводите своё свободное время?» и данных методики МАС**

у подрастающей молодёжи. Социально-нравственное воспитание в семье, в учебных заведениях, в коллективе – это большая школа в формировании нравственного сознания, морального облика молодёжи: так у молодёжи пробуждается чувство товарищества, симпатии к сверстникам, желание оказать посильную помощь друг другу.

Формирование мотива аффилиации у студентов позволит в будущем воспитать духовно сильную, морально устойчивую молодёжь. Этому способствуют следующие психолого-педагогические условия:

- успешное использование методов коллективного взаимодействия (позволит студентам активно общаться друг с другом, поскольку условие успеха каждого является условием успеха остальных);
- формирование мотива аффилиации у молодёжи в процессе обучения должно представлять собой одну из задач профессиональной деятельности преподавателей школ, лицеев, колледжей, высших учебных заведений;
- формирование мотивации к общению важно осуществлять путем включения студентов в процесс оценивания собственных психических состояний и результатов учебной деятельности;
- целенаправленная деятельность по формированию и саморазвитию мотива аффилиации будет достаточно результативной, если станет опираться на знание исходного состояния данной мотивации;
- формирование мотиваций предполагает использование комплекса психолого-педагогических средств, психологических тренингов, дающих соответствующие развивающие возможности и позволяющие реализовать закономерности развития мотивации.

На основе проведенного исследования мы пришли к следующим общим выводам:

- целенаправленная деятельность по формированию и саморазвитию мотива аффилиации будет достаточно результативной, если опираться на знание исходного состояния этих мотиваций (если развивать ее с ранних стадий онтогенеза);
- формирование мотиваций предполагает использование комплекса психолого-педагогических средств, которые обладают соответствующими развивающими возможностями и позволяют реализовать закономерности развития мотивации;
- принцип «группизма»- ориентации на группу, предпочтения интересов группы личным интересам – позволит получить большие выгоды в экономической сфере без каких-либо вложений, многократно инвестировать труд своих сотрудников, конечно же, используя этнопсихологические мотивы деятельности узбекского народа.

#### *Список литературы:*

1. Батаршев, А. В. Психодиагностика в управлении: Практическое руководство: учебно-практич. пособие / А. В. Батаршев. – М.: Дело, 2005.
2. Большая энциклопедия психологических тестов. – Эксмо: Москва, 2006.
3. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2011. – 512 с. : ил. – (Мастера психологии).
4. Карпенко, Л. А. Краткий психологический словарь / Л. А. Карпенко ; под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М. : Политиздат, 1985.
5. Ковалев, В. И. Мотивы поведения и деятельности / В. И. Ковалев. – М. : Наука, 1988. – 192 с.
6. Кузнецова, И. В. Мотив аффилиации в межличностных отношениях : дис. ... канд. психол. наук / Ирина Викторовна Кузнецова. – СПб., 2006.
7. Майерс, Д. Социальная психология : пер с англ. / Д. Майерс. – СПб. : Питер, 2004. – 793 с.
8. Макклелланд, Д. Мотивация человека / Д. Макклелланд. – СПб. : Питер, 2007. – 672 с. : ил. – (Мастера психологии).
9. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – 2-е изд. – СПб. : Евразия, 1999. – 478 с.
10. Немов, Р. С. Социальная психология : учеб. пособие / Р. С. Немов, И. Р. Алтунина. – СПб. : Питер, 2010. – 432 с. : ил. – (Учебное пособие).
11. Обуховский, К. Галактика потребностей. Психология влечений человека / К. Обуховский. – СПб. : Речь, 2003. – 294 с.
12. Орлов, А. Б. Экспериментальные и прикладные исследования мотивационных образований в зарубежной и когнитивной психологии / А. Б. Орлов // Психологический журнал. – 1990. – Т. 11, № 6. – С. 16–27.
13. Орлов, А. В. Развитие теоретических схем и понятийных систем в психологии мотивации / А. В. Орлов // Вопросы психологии. – 1989. – № 5. – С. 27–34.
14. Платонов, Ю. П. Социальная психология поведения : учеб. пособие / Ю. П. Платонов. – СПб. : Питер, 2006. – С. 37–40.

15. Серова, Л. Г. Тесты для отбора персонала / Л. Г. Серова. – Ростов-н/Д. : Феникс, 2004. – (Психологический практикум).
  16. Хекхаузен, Х. Мотивация и деятельность : пер. с нем. ; в 2 т. / Х. Хекхаузен. – М., 1986.
  17. Новейший психологический словарь / В. Б. Шапарь, В. Е. Россоха, О. В. Шапарь ; под общ. ред. В. Б. Шапаря. – Изд. 3. – Ростов н/Д. : Феникс, 2007.
  18. Buunk, B. Affiliation and helping interactions within organizations : a critical analysis of the role social support with regard to occupation stress // Stroebe W., Hewstone M. European Review of Social Psychology. – Chichester : John Wiley, 1990. – Vol. 1. – P. 293–322.
  19. Murray, H. A. Exploration in Personality / H. A. Murray. – N.Y., 1938.
- 

### *Spisok literatury:*

1. *Batarshev, A. V. Psikhodiagnostika v upravlenii: Prakticheskoe rukovodstvo: uchebno-praktich. posobie / A. V. Batarshev. – M.: Delo, 2005.*
2. *Bol'shaia èntsiklopediia psikhologicheskikh testov. – Èksmo: Moskva, 2006.*
3. *Il'in, E. P. Motivatsiia i motivy / E. P. Il'in. – SPb. : Piter, 2011. – 512 s. : il. – (Mastera psikhologii).*
4. *Karpenko, L. A. Kratkiĭ psikhologicheskii slovar' / L. A. Karpenko ; pod obshch. red. A. V. Petrovskogo, M. G. Iaroshevskogo. – M. : Politizdat, 1985.*
5. *Kovalev, V. I. Motivы povedeniia i deiatel'nosti / V. I. Kovalev. – M. : Nauka, 1988. – 192 s.*
6. *Kuznetsova, I. V. Motiv affiliatsii v mezhlichnostnykh otnosheniakh : dis. ... kand. psikhol. nauk / Irina Viktorovna Kuznetsova. – SPb., 2006.*
7. *Maïers, D. Sotsial'naia psikhologia : per s angl. / D. Maïers. – SPb. : Piter, 2004. – 793 s.*
8. *Makklelland, D. Motivatsiia cheloveka / D. Makklelland. – SPb. : Piter, 2007. – 672 s. : il. – (Mastera psikhologii).*
9. *Maslou, A. Motivatsiia i lichnost' / A. Maslou. – 2-e izd. – SPb. : Evraziia, 1999. – 478 s.*
10. *Nemov, R. S. Sotsial'naia psikhologia : ucheb. posobie / R. S. Nemov, I. R. Altunina. – SPb. : Piter, 2010. – 432 s. : il. – (Uchebnoe posobie).*
11. *Obukhovskii, K. Galaktika potrebnostei. Psikhologia vlechenii cheloveka / K. Obukhovskii. – SPb. : Rech', 2003. – 294 s.*
12. *Orlov, A. B. Èksperimental'nye i prikladnye issledovaniia motivatsionnykh obrazovaniĭ v zarubezhnoi i kognitivnoi psikhologii / A. B. Orlov // Psikhologicheskii zhurnal. – 1990. – T. 11, № 6. – S. 16–27.*
13. *Orlov, A. V. Razvitie teoreticheskikh skhem i poniatiinykh sistem v psikhologii motivatsii / A. V. Orlov // Voprosy psikhologii. – 1989. – № 5. – S. 27–34.*
14. *Platonov, Iu. P. Sotsial'naia psikhologia povedeniia : ucheb. posobie / Iu. P. Platonov. – SPb. : Piter, 2006. – S. 37–40.*
15. *Serova, L. G. Testy dlia otbora personala / L. G. Serova. – Rostov-n/D. : Feniks, 2004. – (Psikhologicheskii praktikum).*

16. *Khekkhauzen, X.* Motivatsiia i deiatel'nost' : per. s nem. ; v 2 t. / Kh. Khekkhauzen. – M., 1986.
17. Novejšiĭ psikhologičeskii slovar' / V. B. Šapar', V. E. Rossokha, O. V. Šapar' ; pod obščh. red. V. B. Šaparia. – Izd. 3. – Rostov n/D. : Feniks, 2007.
18. *Buunk, B.* Affiliation and helping interactions within organizations : a critical analysis of the role social support with regard to occupation stress // Stroebe W., Hewstone M. European Review of Social Psychology. – Chichester : John Wiley, 1990. – Vol. 1. – P. 293–322.
19. *Murray, N. A.* Exploration in Personality / H. A. Murray. – N.Y., 1938.

---

Интернет-журнал  
«Проблемы современного образования»  
2014, № 5