Аффилиативные мотивы

Потребность в аффилиации

Методы измерения потребности в аффилиации

Именно ли удовольствие стремятся получить люди, взаимодействуя друг с дру­гом, или нет, но с полной определенностью можно утверждать, что лишение чело­века возможности взаимодействовать вызывает у него то, что называют потреб- ностъю в аффилиации, или потребностью быть с людьми. Шипли и Верофф (Ship- ley & Veroff, 1952) изучили влияние на воображение двух видов аффилиативной активации. В одном случае группе студентов, состоящих в одной студенческой общине, предложили оценить привлекательность ряда характеристик, таких как любящий спорить, любящий развлекать, скромный и искренний. Затем каждый член группы вставал, а другие записывали два прилагательных из предложенного списка, наиболее точно его характеризующие. Эта процедура позволяла опреде­лить, насколько нравился или не нравился остальным членам группы каждый из участников. Во втором случае были обследованы 35 первокурсников, не входив­ших ни в одну студенческую общину колледжа, хотя 95% первокурсников были членами таких общин. То есть этим студентам было лично отказано в возможно­сти общения, которое высоко ценилось в данном колледже. Рассказы, написанные членами эти двух групп, были сопоставлены с рассказами контрольной группы испытуемых, которые не подвергались описанной выше социометрической оцен­ке и не состояли в студенческих общинах. Рассказы, написанные после актуализа­ции потребности в аффилиации, содержали больше ссылок на отвержение, оди­ночество, просьбы о прощении или изменении способов поддержки межличност­ных отношений.

Аналогичные изменения в содержании рассказов были обнаружены после ак­туализации потребности в аффилиации в ходе социометрической оценки в дру­гой группе студентов из Мичиганского университета (Atkinson, Heyns & Veroff, 1954). Исследователи также обнаружили изменения в различных подкатегори­ях, связанных с решением задач, в системе оценки потребности в достижении (см. рис. 6.6). Аффилиативные образы были определены как образы, связанные с установлением, поддержанием или восстановлением позитивных эмоциональных отношений с другим человеком или людьми. У лиц с актуализированной потреб­ностью в аффилиации было также выявлено усиление таких подкатегорий, как инструментальная активность, предвосхищающее целевое состояние и внешние препятствия к установлению позитивных отношений. Частота включения этих категорий в рассказы в нейтральных условиях определяет показатель потребно­сти в аффилиации. Розенфельд и Франклин (Rosenfeld & Franklin, 1966) проде­монстрировали, что такая же активация повышает частоту включения этих кате­горий в рассказы не только мужчинами, но и женщинами. Инсайт-тест Френч, описанный в главе 7, также позволяет получить показатель потребности в аффи­лиации, имеющий корреляты, сходные с коррелятами показателя потребности в аффилиации, полученного на основе рассказов к картинкам (French & Chadwick, 1956).

Доказательства: показатель потребности в аффилиации

отражает мотив

Отличается ли поведение лиц с высокими показателями потребности в аффилиа­ции по трем параметрам, что свидетельствовало бы о большей мотивированности их к аффилиации? Хотя пока нет исследований, демонстрирующих связи показа­теля потребности в аффилиации с физиологической активацией, лица с высоки­ми показателями потребности в аффилиации более склонны действовать аффи- лиативно. Лучшее доказательство тому было получено в исследовании, описанном в главе 13 (Constantian, 1981). Студентов снабдили электронными пейджерами и

в течение недели в произвольное время дня подавали им сигналы. Студентов с бо­лее высокими показателями потребности в аффилиации сигнал чаще заставал за разговором или написанием письма.

Потребность в аффилиации также делает людей более восприимчивыми к аф- филиативным сигналам. Аткинсон и Уокер (Atkinson & Walker, 1956) показывали испытуемым слайды объектов, которые были изображены настолько неотчетли­во, что их нельзя было распознать. Образы проецировались на четыре сектора слайда, и задача состояла в том, чтобы определить, в каком из секторов изображе­ние было наиболее четким. Расплывчатые образы представляли собой либо лица, либо нейтральные предметы, например лампы, тарелки, близкие по размеру к че­ловеческому лицу. Испытуемые с высокими показателями потребности в аффи­лиации чаще квалифицировали сектора с лицами как наиболее отчетливые, даже если были не в состоянии распознать представленные стимулы. Особенно ярко эта тенденция проявлялась после актуализации аффилиативного мотива посред­ством описанной выше процедуры социометрического оценивания. Лица с высо­кими показателями потребности в аффилиации особенно чувствительны к визу­альным стимулам, связанным с аффилиацией, или стимулам-элементам челове­ческого лица.

Существует также третий критерий для определения того, отражает ли пока­затель потребности в аффилиации собственно мотив. По сравнению с лицами, имеющими низкие показатели потребности в аффилиации, у лиц с высокими по­казателями потребности в аффилиации быстрее формируются аффилиативные ассоциации. Задание, демонстрирующее этот эффект, предполагает запоминание отношений между людьми. Испытуемым, к примеру, говорится, что есть четыре сотрудника библиотеки — А, Б, В и Г — и предлагается запомнить отношения меж­ду ними. После прочтения сообщения о неком событии, происшедшем с данными сотрудниками, испытуемых просят выбрать верное из нескольких простых утверж­дений, например, «А нравится Б» и «В не нравится Б». Если они выбирают пра­вильный ответ, отмечая его специальным цветным карандашом, на бланке про­ступает буква В («верно»). В противном случае проступает буква Н («неверно»). Испытуемым предоставляется возможность выбрать другой ответ, сделав несколь­ко попыток. Испытуемые с высокими показателями потребности в аффилиации быстрее получают представление о социальных отношениях между персонажами в подобных заданиях, что, в частности, иллюстрирует рис. 9.1.

В выборке, состоявшей из 74 взрослых людей, общее количество правильных ответов при пяти попытках коррелировало на уровне 0,20 (р < 0,05) с показателем потребности в аффилиации; на уровне -0,08 — с показателем потребности в до­стижении и на уровне 0,08 — с показателем потребности во власти, причем два по­следних коэффициента корреляции не достигали степени статистической значи­мости. Способность лиц с высокими показателями потребности в аффилиации быстрее распознавать и запоминать социальные отношения выражена не очень отчетливо, однако она получила подтверждение во второй выборке молодых лю­дей. Это еще один пример в пользу того, что мотив облегчает освоение только то­го материала, который необходим для его удовлетворения. Ни высокие показате­ли потребности во власти, ни высокие показатели потребности в достижении не заставляли испытуемых быстрее осваивать и запоминать информацию о социаль­ных связях.

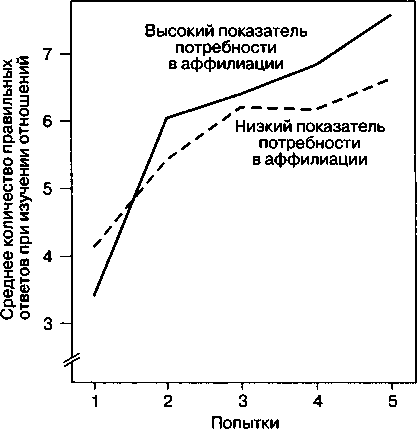


Рис. 9.1. Среднее количество отношений, правильно определенных испытуемыми с высокими и низкими показателями потребности в аффилиации

Особенности людей с выраженной потребностью

в аффилиации

Более успешная деятельность при наличии  
аффилиативных побудителей

Лица с выраженным аффилиативным мотивом также должны лучше справляться с заданиями, не имеющими аффилиативного содержания, в случае, если побуди­тель связан с аффилиацией, а не с достижением. Обычно в лабораторных услови­ях испытуемые с высокими показателями потребности в достижении запоминают больше прерванных заданий, чем испытуемые с низкими показателями потребно­сти в достижении (Atkinson, цит. по: McClelland, Atkinson, Clark & Lowell, 1953). Однако Аткинсон и Рафельсон (Atckinson & Raphelson, 1956) продемонстрирова­ли, что эта закономерность распространяется только на ситуации, когда инструк­ции и обращение с испытуемым предполагают важность успешного выполнения задачи. Авторы намеренно попытались минимизировать подобные стимулы, свя­занные с достижением, создав непринужденную обстановку и просто попросив испытуемых помочь экспериментаторам в выполнении заданий. В этом случае за­поминание прерванных заданий было связано уже не с потребностью в достиже­нии, а с потребностью в аффилиации. Иными словами, испытуемые, для которых побудитель «оказание помощи экспериментатору» был важнее, лучше запомина­ли задания, при выполнении которых им не удалось помочь экспериментатору, поскольку они с ними не справились.

Френч (French, 1955) приводит очень похожие результаты. Она предлагала задание на замену цифр символами группе кандидатов на офицерское звание на

одной из баз американских военно-воздушных сил. При этом она варьировала по­будители к работе, давая неодинаковые инструкции разным группам. В целом испытуемые с высокими показателями потребности в достижении справлялись с заданиями лучше, когда в инструкциях подчеркивалась значимость достижения (см. табл. 7.1). Френч также оценила потребности в достижении и потребность в аффилиации после того, как мужчины окончили работу над заданием, и вновь обнаружила, что лица с наиболее высокими показателями потребности в дости­жении прежде продемонстрировали наибольшее улучшение результатов в двух из трех ситуаций тестирования. Однако в непринужденной обстановке связь между показателем потребности в достижении после выполнения задания и до него не обнаруживалась. При этом выявлялась тесная связь между показателем потреб­ности в аффилиации после выполнения задания и успешностью его выполнения. Френч предложила следующее объяснение: в непринужденной обстановке жен­щина-экспериментатор была дружелюбна и попросила о помощи, поэтому в та­ких условиях лучше должны были справиться те, для кого наиболее значимым оказался побудитель оказания помощи с целью одобрения со стороны экспери­ментатора. Таким образом, те, у кого побудитель оказания помощи актуализиро­вал аффилиативную мотивацию, лучше справились с заданием.

Влияние смены побудителя достижения на аффилиативный побудитель на­глядно иллюстрирует табл. 9.3. Аткинсон и Оконнор (Atkinson & O’Connor, 1966) попытались вновь найти подтверждение того, что лица с выраженной потребно­стью в достижении и низким уровнем тестовой тревожности в отличие от людей с низкими показателями потребности в достижении и высоким уровнем тестовой тревожности предпочитают умеренный риск, лучше справляются с заданиями и демонстрируют меньшую настойчивость, когда шансы на успех малы. Однако ре­зультаты исследования не соответствовали ожиданиям, на что указывает табл. 9.3. Испытуемые с высокими показателями потребности в аффилиации продемонст­рировали характеристики, ранее связывавшиеся с выраженной потребностью в достижении. Они предпочитали умеренный риск, были менее настойчивы при выполнении очень трудных задач и справлялись с заданиями лучше, чем ис­пытуемые с низкими показателями потребности в аффилиации. Исследователи предположили: это объясняется тем, что задания предлагались иначе, чем приня­то при стандартной процедуре. Все испытуемые были мужчинами, а тестировала их в индивидуальном порядке женщина-экспериментатор. При этом она стояла рядом и следила за их работой. Таким образом, в ситуацию вводился аффилиа­тивный побудитель в том смысле, что испытуемые в большей мере хотели угодить экспериментатору, заслужить ее одобрение, чем в ситуации группового тестиро­вания мужчиной-экспериментатором.

В любом случае результаты приобретают смысл, если допустить, что в данной ситуации оказывается: чем труднее задание, тем на большее одобрение могут рас­считывать испытуемые за его выполнение. То есть с точки зрения модели Аткин­сона, представленной в главе 7, побудительная ценность одобрения равна (1 - Ps). Если это справедливо в отношении испытуемых с выраженной потребностью в аффилиации, то при умножении побудительной ценности одобрения (1 - Ps) на вероятность успеха (Ps) должна получиться вероятность предпочтения умеренно­го риска испытуемыми с выраженной потребностью в аффилиации — именно та­кие результаты представлены в табл. 9.3.

Таблица 9.3

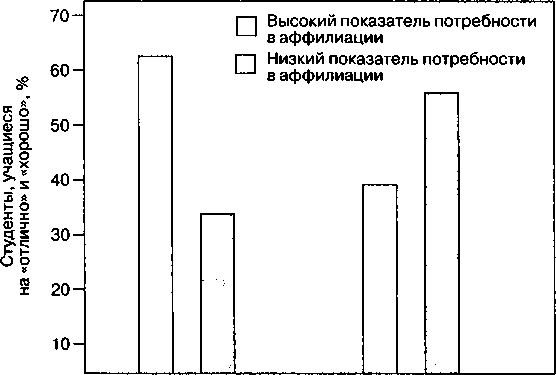
Связь потребности в достижении и потребности в аффилиации с успешностью выполнения задания под присмотром женщины-экспериментатора (по Atkinson & O’Connor, 1966)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мотив | N | Предпочитают  умеренный  риск | Быстрое выполнение задания по замене цифры — символы | Низкий уровень настойчивости при Ps = 0,05 |
| Потребность в достижении — тестовая тревожность | | | | |
| Высокая | 9 | 44% | 67% | 67% |
| Средняя | 19 | 53% | 59% | 47% |
| Низкая | 9 | 56% | 22% | 44% |
| Уровень статистиче­ской значимости р |  | Статистически  незначим | Статистически  незначим | Статистически  незначим |
| Аффилиативная потребность | | | | |
| Высокая | И | 82% | 73% | 73% |
| Средняя | 12 | 50% | 42% | 58% |
| Низкая | 12 | 25% | 42% | 25% |
| Уровень статистиче­ской значимости р |  | <0,05 | Статистически  незначим | 0,10-0,05 |

Важный теоретический момент в отношении такого анализа заключается в том, что он позволяет увидеть следующее: мотивы, отличные от мотива достижения, не только могут привести к более быстрому выполнению задания при изменении по­будителя, но также способны формировать другие поведенческие характеристи­ки, например предпочтение умеренного риска, который ранее связывался с по­требностью в достижении. Нам необходимо знать не только мотивацию человека в ситуации, но и побудительные стимулы, ради которых он работает. Женщины- экспериментаторы привносят в ситуацию более выраженные аффилиативные по­будители, чем мужчины. В одном немецком исследовании (Jopt, цит. по: Heckhau- sen, 1980) также было показано, что в присутствии женщины-экспериментатора 16-летние юноши, у которых более выражен один из аспектов потребности в аф­филиации, лучше справляются с заданием, чем в присутствии мужчины-экспери­ментатора.

Галлимор (Gallimore, 1981) проанализировал данные, свидетельствующие о том, что для студентов гавайского происхождения аффилиативные побудители более важны, чем индивидуалистические побудители к достижению. При обследовании этой культурной группы он получил результаты, сходные с результатами, пред­ставленными в табл. 9.3. Студенты гавайского происхождения с выраженной по­требности в аффилиации более ориентированы на преподавателей, легче завязы­вают контакты с другими людьми, лучше справляются с заданиями определенно­го рода, например на скорость чтения, и предпочитают задания среднего уровня трудности. При этом их показатели потребности в достижении не были связаны с их успешностью по названным характеристикам. Все, что было необходимо для объяснения полученных результатов, это предположить, что, как и в случае, про­иллюстрированном табл. 9.3, побудителем, стимулирующим гавайских студентов к выполнению более трудных заданий, является социальное одобрение, а не до­стижение.

То, как на успешность деятельности испытуемых с выраженной потребностью в аффилиации влияют аффилиативные побудители, наглядно иллюстрирует рис. 9.2. В данном исследовании (McKeachie, 1961) оценки студентов колледжа соотносились с их мотивационными показателями и характеристиками препода­вателя. Как видно из рисунка, студенты с выраженной потребностью в аффи­лиации работали усерднее и получали более высокие отметки по тем предметам, преподаватели которых расценивались как доброжелательные и дружелюбные (проявляли личный интерес к студентам, называли их по имени и т. п.). По пред­метам же, преподаватели которых не проявляли подобных качеств, студенты с выраженной потребностью в аффилиации не имели таких высоких отметок. То обстоятельство, что студенты со слабо выраженной потребностью в аффилиации в менее дружелюбной обстановке справлялись с предметом лучше, лишь означа­ет, что испытуемые с выраженными мотивами, отличными от аффилиативного, например, с выраженной потребностью в достижении или во власти, справлялись лучше при других условиях обучения.



Доброжелательный Менее доброжелательный

преподаватель преподаватель

Рис. 9.2. Связь доброжелательности преподавателя и показателя потребности в аффилиации с отметками по психологии (по McKeachie, 1961)

Поддержание межличностных отношений

Поскольку лица с выраженной потребностью в аффилиации быстрее осваивают социальные отношения, более восприимчивы к лицам, чем к другим объектам, и более склонны к общению, можно предположить, что они также стараются под­держивать контакты с другими людьми. Исследования подтверждают это предпо­ложение. Лэнсинг и Хейнс (Lansing & Heyns, 1959) отмечают, что лица с выра­женной потребностью в аффилиации делают больше телефонных звонков, пишут больше писем и чаще гостят у друзей, чем лица со слабо выраженной потребно­стью в аффилиации. В исследовании с использованием несколько иной методики оценки аффилиативной мотивации было подтверждено, что такие люди чаще зво­нят по телефону (Boyatzis, 1972). Было также обнаружено (Lundy, 1981а), что учащиеся старших классов с выраженной потребностью в аффилиации состоят в большем количестве клубов, хотя эта закономерность не распространяется на взрослых (McClelland, 1975), вероятно, потому, что многие общественные органи­зации для взрослых объединяют людей по специфическим интересам, и побуди­тель в этом случае не носит собственно социальный характер.

Для лиц с выраженной потребностью в аффилиации очень важны другие лю­ди. В качестве партнеров по работе они предпочитают друзей экспертам (French, 1956) и при предоставлении экспериментатором обратной связи относительно ра­боты группы предпочитают обратную связь относительно того, как члены группы ладят друг с другом, а не относительно того, насколько успешно группа справля­ется с заданием (French, 1958b). Оценивая изображения на слайдах и записанные на магнитофон голоса лиц, получающих пособие, испытуемые с выраженной по­требностью в аффилиации выбирали более позитивные эпитеты, чем испытуемые со слабо выраженной потребностью в аффилиации. Коэффициент корреляции между показателем потребности в аффилиации и показателем подобной позитив­ной тенденции при выборе эпитетов для лиц, столкнувшихся с проблемами, со­ставляет 0,22 (ЛГ= 134, р < 0,01) (McClelland & Klemp, 1974).

Однако расположение к людям в значительной мере зависит и от других фак­торов, таких как ожидание успеха от своей попытки наладить контакт с другими людьми, что соответствовало бы модели для прогнозирования тенденции при­ближения по Аткинсону. В табл. 9.4 представлены средние процентные показате­ли позитивных действий по отношению к другим людям, совершенных женщина­ми в малой группе в зависимости от их показателя потребности в аффилиации и их ожидания касательно доброжелательности группы (Fishman, 1966).

Таблица 9.4

Средние процентные показатели позитивных действий в малой группе как функция от потребности в аффилиации и позитивного социометрического ожидания или вероятности аффилиации (по Fishman, 1966)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Показатель потребности в аффилиации испытуемых-женщин | | |
| Низкий | Высокий | Статистическая значи­мость различий (р) |
| Низкий уровень позитивного социометрического ожидания3 | 25,8% | 23,4% |  |
| Высокий уровень позитивного социометрического ожидания | 26,1% | 36,8% | < 0,001 |

а Мера, в которой испытуемая воспринимала членов группы как дружелюбно настроенных и ощу­щала симпатию с их стороны; мера, в которой члены группы воспринимали ее как дружелюбную.

Выраженная потребность в аффилиации не приводила к более частым пози­тивным действиям, если женщина полагала, что она находится в недружелюбно настроенной группе, которая не ответит ей взаимностью.

Более того, нахождение в доброжелательно настроенной группе как таковое не обусловливает более позитивное поведение вне зависимости от показателя по­требности в аффилиации. Если рассматривать позитивное ожидание в отношении социометрической оценки как эквивалент высокой вероятности успеха аффилиа- тивного действия, то к данной ситуации можно применить модель Аткинсона: аф- филиативный мотив, умноженный на вероятность успеха аффилиативного дейст­вия, приводит к максимальной тенденции приближения или к максимальному процентному показателю реально осуществляемых аффилиативных действий.

Вариативность соотношений показателя потребности в аффилиации с други­ми переменными в разных выборках может объясняться действием других факто­ров. Например, при обследовании группы студентов колледжа было обнаружено, что высокий показатель потребности в аффилиации связан с субъективно боль­шей значимостью таких ценностей, как мир во всем мире и настоящая дружба (Rokeach, 1973). Обе эти ценности предполагают значимость для этих людей по­зитивных межличностных отношений. Однако в другой выборке взрослых ис­пытуемых в возрасте 31 года с менее однородными социально-экономическими характеристиками соответствующие связи не достигали уровня статистической значимости (McClelland, Constantian, Pilon & Stone, 1982). Показатель потребно­сти в аффилиации в этом исследовании коррелировал с субъективной ценностью счастья. Мы можем лишь догадываться о причинах этих различий, однако вполне возможно, что взрослые по сравнению со студентами колледжа считали вероят­ность мира во всем мире столь ничтожной, что даже при выраженной потребности в аффилиации не ставили его очень высоко в своей иерархии ценностей. Они ре­агировали так, как это делали испытуемые с выраженной потребностью в аффи­лиации, показатели которых представлены в табл. 9.4: не реагировали позитивно, если считали, что окружены недоброжелательно настроенными людьми.

Сотрудничество, конформность и конфликт

Можно предположить, что те, кого волнуют другие люди, более склонны к со­трудничеству и чаще прислушиваются к мнению окружающих, однако данные по этому вопросу не позволяют сделать каких-либо определенных выводов. Лица с выраженной потребностью в аффилиации, особенно мужчины, полагают, что при разрешении человеческих проблем добрая воля важнее рассудка (McClelland, 1975); женщины с выраженной потребностью в аффилиации при совместном вы­полнении задания были более склонны реагировать на просьбу партнера: «Пожа­луйста, помедленнее» (Walker & Heyns, 1962), однако у мужчин подобная законо­мерность не обнаруживалась.

Попытки связать потребность в аффилиации с конформностью при наличии и при отсутствии социальной поддержки, а также при столкновении с большинст­вом привели к противоречивым результатам (Hardy, 1957; Samelson, 1958). Лица с выраженной потребностью в аффилиации примиряются с противоположным мнением незнакомого человека, однако только в том случае, если этот человек привлекателен (Burdick & Burnes, 1958). Более того, и Дечармс (deCharms, 1957), и Харрис (Harris, 1969) обнаружили, что усиление внешних аффилиативных по­будителей повышает успешность совместной деятельности лиц с низким уровнем потребности в аффилиации в большей мере, чем успешность совместной деятель­ности лиц с выраженной потребностью в аффилиации. Это напоминает ситуацию (Wendt, 1955), когда временное структурирование работы над заданием в боль­шей мере повышает успешность его выполнения лицами с низким, а не высоким уровнем потребности в достижении. Однако чего не хватает, так это четких свиде­тельств того, что лица с выраженной потребностью в аффилиации в целом более ориентированы на сотрудничество и компромиссы.

В то же время ряд исследований указывает на то, что лица с выраженной по­требностью в аффилиации всячески пытаются избегать конфликтов. Когда ис­пытуемым предложили совместно решить некую задачу, общаясь только при по­мощи записок, участники с высокими показателями потребности в аффилиации реже указывали на потенциально деструктивные решения относительно необхо­димых действий группы (Exline, 1962). На политическом уровне было обнаруже­но (Hermann, 1980), что показатели потребности в аффилиации, полученные на основе анализа выступлений российских политических лидеров, коррелируют на уровне 0,47 (р < 0,05) с позитивным отношением к разрядке напряжения в от­ношениях с Западом: политики с выраженной потребностью в аффилиации стре­мились избежать конфронтации с Западом. Лица с выраженной потребностью в аффилиации также испытывают большее желание изменить поведение людей, которые с ними не согласны. Испытуемые с выраженной потребностью в аффи­лиации давали тем больше советов по изменению незнакомым людям, чем в боль­шей мере взгляды последних отличались от их собственных, причем данная зако­номерность не распространялась на лиц со слабо выраженной потребностью в аф­филиации (Byrne, 1962).

Лица с выраженной потребностью в аффилиации избегают таких «соревно­вательных» игр, как игра в рулетку (см. рис. 8.5). Участвуя в игре, имитирующей международную дипломатическую деятельность, лица с выраженной потребно­стью в аффилиации обычно довольно пассивны: они совершают меньше действий по конфронтации или сотрудничеству, публикуют меньше ложной информации в газетах и т. п. (Terhune, 1968b). У мужчин потребность в аффилиации негативно связана с предпочтением игры в шашки и шахматы (г = -0,29; ЛГ = 78; р < 0,05; McClelland, 1975). Молодые люди с выраженной потребностью в аффилиации из­бегают вступления в группы по интересам (г = -0,32; р < 0,01; McClelland, Cons- tantian, Pilon & Stone, 1982). Они также стараются не высказываться критически в отношении других людей (г = -0,30; р < 0,01). Как и следовало бы ожидать, по­казатель потребности в аффилиации отрицательно коррелирует с показателем потребности во власти, которая сопряжена с настроем на соревнование. Так, на­пример, в выборке из 685 мужчин-бизнесменов зрелого и пожилого возраста со­ответствующий коэффициент корреляции составляет -0,13 (р < 0,001), а в выбор­ке из 125 женщин пожилого возраста -0,32 (р < 0,001).

Боязнь отвержения

Исследователи на протяжении всей истории использования показателя потреб­ности в аффилиации считают (по разным причинам), что он отражает преимуще­ственно страх отвержения. Как уже отмечалось, лица с выраженной потребно­стью в аффилиации всячески стараются избегать конфликтов и конкуренции, как будто опасаются негативной обратной связи со стороны других людей. Более то­го, все методы актуализации аффилиативного мотива при разработке систем его оценки включали угрозу отвержения. В первой системе оценки основное внима­ние уделялось отвержению и одиночеству (Shipley & Veroff, 1952). Только потом она была дополнена более позитивными формами аффилиативного поведения (Atkinson, Heyns & Veroff, 1954). Испытуемые с высокими показателями по систе­ме оценки 1954 г. чаще оценивались как люди заискивающие, сосредоточенные на самих себе и уверенные.

Более того, в ряде исследований было обнаружено, что лица с высокими пока­зателями потребности в аффилиации менее популярны (Atkinson, Heyns & Veroff, 1954; Crowne & Marlowe, 1964; Shipley & Veroff, 1952). Авторы объясняют это тем, что лица с выраженной потребностью в аффилиации беспокоятся по поводу отно­шений с другими людьми, опасаются неодобрительной оценки, всячески старают­ся получить поддержку, что делает их менее популярными. Так, например, было обнаружено (Mussen & Jones, 1957), что мальчики с поздним половым созревани­ем, тревожащиеся по поводу своей мужественности, имеют более высокие показа­тели потребности в аффилиации.

Кроун и Марлоу (Crowne & Marlowe, 1964) установили, что лица с выражен­ной потребностью в аффилиации имеют более высокие показатели потребности в социальном одобрении, однако другим исследователям не удалось повторить данные результаты (Fishman, 1966; McClelland, Constantian, Pilon & Stone, 1982). Однако есть данные, свидетельствующие о том, что они более восприимчивы к со­циальной оценке. Если им сообщают, что во время выполнения задания за ними наблюдают через одностороннее зеркало, они испытывают большую тревогу, чем лица с низкими показателями потребности в аффилиации (Byrne, 1961а). Им так­же меньше нравятся люди, взгляды которых расходятся с их личными (Byrne, 1961b). По-видимому, они стараются избегать общения с теми, кто с ними не со­гласен. Однако при наличии высокой самооценки они испытывают меньшее бес­покойство по поводу социальных контактов. Чернокожие мужчины с выражен­ной потребностью в аффилиации и высокой самооценкой ниже оценивают соци­альную дистанцию в их отношениях с белыми людьми (Littig & Williams, 1978).

Некоторые теоретики, в частности Шехтер (Schachter, 1959), утверждают, что аффилиативный мотив и страх отвержения связаны друг с другом, поскольку лю­ди тянутся друг к другу в ответ на угрозу. Шехтер обнаружил, что угроза уда­ра электрическим током повышает время общения студенток в ожидании начала эксперимента. Конечно, ориентированность на общение не свидетельствует о на­личии аффилиативного мотива: общение с другими людьми может быть просто средством снизить тревогу. Этот момент более подробно рассмотрен в главе 10.

Поскольку была установлена связь между показателем потребности в аффи­лиации и страхом отвержения, было предпринято несколько попыток разграни­чить аспект приближения и аспект избегания (Byrne, McDonald & Mikawa, 1963; Mehrabian & Ksionzky, 1974). Дечармс (deCharms, 1957) просто разделил показа­тель потребности в аффилиации на две части, одна из которых представляла со­бой сумму всех категорий рассказа, отражающих позитивные аффилиативные те­мы, а другая — сумму всех категорий, отражающих негативные темы, темы страха отвержения. Проведенное разделение было логичным, однако оно не оправдыва­лось предшествующими исследованиями, поскольку при актуализации потребно­сти в аффилиации в рассказах усиливались и позитивные и негативные темы, да­же когда актуализация мотива предполагала главным образом страх отвержения (Rosenfeld & Franklin, 1966).

Более того, попытки использовать разные показатели не привели к получению сколько-нибудь понятных результатов (Conners, 1961; Fishman, 1966). Лауфен (Laufen, 1966) попытался выделить два аспекта аффилиативного мотива, предло­жив испытуемым до выполнения ТАТ опросник, в котором акцентировались либо позитивные, либо негативные аффилиативные темы (Heckhausen, 1980). Однако он обнаружил, что только с помощью опросника, в котором делался акцент на нега­тивных аффилиативных темах (боязнь отвержения), удалось выявить различия, поддающиеся оценке в рассказах, написанных после его заполнения. Бойяцис (Boyatzis, 1972, 1973) использовал для разграничения боязни отвержения и по­требности в аффилиации полупроективную методику и априорную систему оцен­ки. Сначала испытуемым предлагалось написать обычный рассказ о человеке, та­ком как Джон, упомянутом в кратком вводном тексте следующего рода: «Джон поступил на новую работу. Он вместе с семьей только что переехал в другой рай­он». После написания рассказа о Джоне испытуемым предлагался ряд ситуаций, которые могли возникнуть в жизни Джона, при этом испытуемых спрашивали, как бы отреагировал на них Джон. Например, «Получив от Гарри и Джоан (его новых соседей) приглашение на ужин: а) он обрадовался возможности познакомиться с новыми соседями (аффилиативный интерес), или б) он захотел понравиться но­вым соседям и надеялся, что они станут добрыми друзьями (боязнь отвержения)».

Предполагалось, что при использовании этой методики удастся избежать не­которых искажений, неизбежных в ситуации, когда испытуемые высказываются относительно самих себя, а также высказываний, свидетельствующих либо об аф- филиативном интересе, либо о боязни отвержения. Результаты, полученные с по­мощью этой методики, подтверждают гипотезу о различии коррелятов этих двух аспектов аффилиативной мотивации. Как видно из табл. 9.5, в двух разных иссле­дованиях испытуемые с высоким уровнем аффилиативного интереса имели боль-

ше близких друзей. Эта закономерность обнаруживалась и у мужчин, и у женщин, хотя в первом исследовании больший интерес к близким друзьям проявлялся у женщин лишь в более продолжительном общении с близкими друзьями, жи­вущими далеко от испытуемых. Лиц же с высоким уровнем боязни отвержения больше всего волновало совпадение мировоззрений их друзей с их собственными. Из этого можно сделать вывод, что они хотели быть уверены в согласии с ними их друзей. Кроме того, они избегали проводить время в одиночестве, как будто по­стоянно нуждались в поддержке со стороны окружающих. В одном исследовании (Constantian, 1981; см. главу 13) при подаче сигнала на пейджер (в произвольное время в течение дня) испытуемые с высокими показателями потребности в аффи- лиации реже оказывались в одиночестве. Более подробно различные аспекты страха отвержения рассмотрены в главе 10.

**\*** р < **0,05.**

\*\*р<0,01.

\*\*\*р<0**,**001**.**

Таблица 9.5

Корреляционные связи между аффилиативным интересом (АИ) и боязнью отвержения (БО), с одной стороны, и различными формами аффилиативного поведения - с другой (по Boyatzis, 1972)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Формы аффи- лиативного поведения | Мужчины | | | | Женщины | | | |
| АИ | | БО | | АИ | | БО | |
| Иссле­дова­ние 1а (N = 23) | Иссле­дова­ние 2 (N = 75) | Иссле­дова­ние 1 (N = 23) | Иссле­дова­ние 2 (JV-25) | Иссле­дова­ние 1 (N ■ 52) | Иссле­дова­ние 2 (N = 76) | Иссле­дова­ние 1 (N = 52) | Иссле­дова­ние 2 (N=76) |
| Число близ­ких друзей | 0,36\* | 0,25\*\* | 0,17 | 0,02 | 0,03 | 0,22\* | 0,05 | 0,01 |
| Продолжи­тельность об­щения с близ­кими друзья­ми, живущими далеко | 0,45\* |  | 0,08 |  | 0,37\* |  | 0,13 | 0,17 |
| Сходство ми­ровоззрений с близкими друзьями | 0,12 | 0,09 | 0,53\*\*\* | 0,25\*\* | 0,20 | 0,03 | 0,25\* | 0,17 |
| Время в оди­ночестве | 0,33\* | 0,13 | 0,08 | -0,19 | 0,13 | -0,15 | 0,04 | -0,21 |
| Удовольствие, полученное в одиночестве | 0,16 |  | 0,04 |  |  | 0,11 |  | 0,30\*\* |

а Исследование 1 включало мужчин в количестве 23 человек и женщин в количестве 52 человек; исследование 2 — 75 мужчин и 76 женщин.

Мотив интимности

Методы измерения мотива интимности

Ввиду того что показатель потребности в аффилиации отражал преимуществен­но, хотя и не только, боязнь отвержения, Макадаме (McAdams, 1980) пришел к выводу о необходимости совершенного нового подхода к измерению позитивных аспектов аффилиативного мотива. Обратившись к характеристикам любви, пред­лагаемым множеством авторов, начиная с Платона, он заключил, что при актуа­лизации мотива необходимо акцентировать такие моменты, как открытость, кон­такт, диалог, радость, общение, забота и внимание.

Он проанализировал рассказы, написанные в четырех ситуациях, приближав­шихся к описанным условиям. В первом случае происходило чествование новых членов студенческого сообщества, на котором подчеркивалось значение единства и взаимного расположения. Во втором студенты приятно проводили время на танцевальной вечеринке, и тех, кто выпил не более двух бокалов (во избежание дополнительного влияния алкоголя), попросили написать небольшие рассказы. В третьем случае рассказы писали студенты, только что принявшие участие в се­ансе психодрамы, на котором в непринужденной обстановке они познакомились и общались с новыми людьми. Рассказы, написанные во всех этих ситуациях, бы­ли сопоставлены с рассказами, написанными теми же испытуемыми в условиях, когда они не находились под влиянием аффилиативных чувств, например в клас­се (четвертый случай). Макадаме также сравнил рассказы, написанные парами влюбленных студентов (Peplau, Rubin & Hill, 1976), с рассказами, написанными другими студентами, большинство из которых не имело серьезных романтиче­ских отношений.

Выделяя категории, которые характеризовали бы рассказы, написанные при актуализации аффилиативного мотива, Макадаме опирался на идеи Мартина Бу­бера (Martin Buber, 1965, 1970) об отношениях Я — Ты, на введенное Маслоу (Maslow, 1954) разграничение бытийная любовь — дефицитарная любовь, а также на общую концепцию межличностных отношений по Салливану (Sullivan, 1953). Макадаме обнаружил, что рассказы, созданные в описанных выше четырех ситуа­циях, отличаются от рассказов, написанных в контрольных условиях, по катего­риям, представленным в табл. 9.6. Различия оказались статистически значимыми при трех из четырех сравнений, причем эти различия были стабильными по сво­ему направлению. Легко заметить, что данные категории очень близки к характе­ристикам, упоминаемым специалистами со времен Платона. Обратите внимание на то, что категории для оценки мотива интимности не описывают аспекты реше­ния проблемы, как это делала исходная схема для оценки потребности в аффи­лиации, основанная на прежних работах по потребности в достижении. Выделен­ные категории отражают главным образом состояния, т. е. качество взаимодейст­вия, а не выполнение какой-то задачи, предполагаемое при наличии ориентации на достижение. Это согласуется с теоретическими предположениями, поскольку, как отмечает Макадаме (McAdams, 1982а), активный поиск близких отношений «нарушает состояние стремления к цели, делая его менее предпочтительным, ме­нее интимным». Бубер красноречиво сформулировал это: «Встреча с Ты — это дар небес. Ее нельзя целенаправленно достичь».

Таблица 9.6

Категории для оценки мотивации интимности (по **McAdams,** 1980)

* Отношения или межличностная встреча вызывают позитивные эмоции (любовь, дружбу, радость, умиротворение, нежность).
* Происходит диалог, «обмен историями» или обсуждение отношений.
* Межличностная встреча приводит к психологическому росту и преодолению труд­ностей.
* Персонаж испытывает чувство преданности и заботы по отношению к другому человеку, причем это переживание не основано на чувстве вины или чувстве долга.
* Двое или более персонажей имеют отношения, не ограниченные рамками времени и пространства.
* Указание на воссоединение людей, находившихся врозь.
* Персонажи полагают, что находятся в гармонии друг с другом, «настроены на одну волну».
* Персонаж покоряется силе чувств, например, «они были безнадежно влюблены друг в друга».
* Персонажи находят прибежище в близких отношениях, в которых они вместе мо­гут испытывать умиротворение, свободу и пр.
* Есть указания на единение с природой, например, «им нравилось, как ветер ласкал их кожу».

В рассказах, написанных после актуализации мотива интимности, описывают­ся люди, которые получают радость от того, что находятся вместе, преданы друг другу, заботятся друг о друге, чувства которых оказываются вне времени и про­странства. Кроме того, испытуемые указывают на гармонию в отношениях, о ко­торой говорят также Эриксимах или Кондон (Condon, 1979), на воссоединение друг с другом, единение с природой, покорение силе чувств. В общем, эта система оценки отражает суть того, что подразумевается под любовью, или позитивным аффилиативным мотивом, значительно лучше, чем система оценки потребности в аффилиации.

Различия между аффилиативным мотивом  
и мотивом интимности

Показатель мотива интимности, полученный путем оценки описанных выше ха­рактеристик в рассказах, написанных в нейтральных условиях, отражает диспо­зицию, которая отличается от аффилиативной потребности. Коэффициент кор­реляции между показателем потребности в аффилиации и показателем мотива интимности составляет всего лишь 0,32 (р < 0,05) (McAdams & Powers, 1981).

В табл. 9.7 представлены сравнительные данные относительно оценок, кото­рые дают сверстники людям с высокими показателями по каждому из мотивов (McAdams, 1980). Как и следовало ожидать, лиц с выраженным мотивом интим­ности считают более доброжелательными, искренними, внимательными и любя­щими, а также менее доминантными и эгоцентричными, в то время как ни одна из этих характеристик не оказалась так же тесно связана с показателем потребности в аффилиации.

Еще большую ясность вносят самооценки разных характеристик, представ­ленные в табл. 9.8. Молодые люди с выраженными мотивами интимности и аф- филиации считают себя более мягкими, естественными, лояльными, довольными к реалистичными, чем испытуемые с низкими показателями выраженности обоих мотивов. В то же время только испытуемые с высокими показателями потреб­ности в аффилиации считают себя более самоотверженными, готовыми к сотруд­ничеству, общительными и предупредительными. Обратите внимание: многие из этих характеристик предполагают, что человек делает нечто ради других. Эти ха­рактеристики подразумевают, что человек считает, что он всячески старается уго­дить другим людям. Лица с выраженным мотивом интимности не придерживают­ся такого мнения о себе.

Корреляции между показателями мотивов и оценками сверстников  
(по McAdams, 1980)

Таблица 9.7

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Эпитет | Мотив интимности | Потребность в аффилиации |
| Естественный | 0,59\*\*\* | 0,14 |
| Доброжелательный | 0,54\*\*\* | 0,27 |
| Искренний | 0,50\*\*\* | 0,12 |
| Внимательный | 0,37\* | 0,26 |
| Любящий | 0,34\* | 0,21 |
| Чувствительный | 0,27 | 0,13 |
| Честный | 0,49\*\*\* | 0,21 |
| Спокойный | 0,44\*\*\* | 0,04 |
| Доминантный | 0,43\*\* | -0,05 |
| Прямой | 0,41\*\* | -0,02 |
| Эгоцентричный | 0,40\*\* | -0,13 |
| С богатой фантазией | 0,41\*\* | -0,25 |
| \* р < 0,05.  \*\*р<0,01. \*\*\*р< 0,001. | | |

Таблица 9.8

Корреляции между показателями потребности в аффилиации, мотива интимности и самооценками личностных качеств у лиц молодого возраста **(N** = 78)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Оба мотива | | | Корреляции статистически значимы3 в отношении по­требности в аффилиации | | | Мотив интимности | | |
|  | г6 | гв |  | г6 | гв |  | г6 | rD |
| Реалистичный | 0,39 | 0,40 | Самоотвер­  женный | 0,31 | 0,05 | Уверенный в себе | 0,11 | 0,27 |

Таблица 9.8 (окончание)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Оба мотива | | | Корреляции статистически значимы3 в отношении по­требности в аффилиации | | | Мотив интимности | | |
|  | г6 | гв |  | г6 | гв |  | г6 | Г в |
| Довольный | 0,31 | 0,24 | Готовый к со­трудничеству | 0,24 | 0,07 | Предусмотри­  тельный | 0,01 | 0,29 |
| Лояльный | 0,30 | 0,22 | Терпеливый | 0,27 | 0,10 | Легкомыслен­  ный | -0,01 | 0,26 |
| Мягкий | 0,25 | 0,23 | Общительный | 0,37 | 0,12 | Бестактный | 0,12 | 0,38 |
| Естественный | 0,23 | 0,27 | Стабильный | 0,34 | 0,13 | Обидчивый | 0,11 | 0,28 |
|  |  |  | Уравновешен­  ный | 0,30 | 0,05 | Трусливый | -0,03 | 0,27 |
|  |  |  | Предупреди­  тельный | 0,30 | 0,05 |  |  |  |
|  |  |  | Доброжела­  тельный | 0,24 | 0,11 |  |  |  |
| Позитивные чувства каса­тельно Я и межличностных отношений | | | Тяготение к другим людям | | | Восприимчивость к чувст­вам других людей | | |
| а г = 0,28 при р < 0,05 и г = 0,30 при р < 0,01.  6 Показатели, представленные в этой графе, представляют собой коэффициенты корреляции вы­бора соответствующего прилагательного и показателя потребности в аффилиации. в Показатели, представленные в этой графе, представляют собой коэффициенты корреляции вы­бора соответствующего прилагательного и показателя мотива интимности. | | | | | | | | |

Фактически, как явствует из правой части табл. 9.8, они довольно негативно оценивают себя как людей легкомысленных, бестактных, обидчивых и трусливых. Из этого следует, что они придерживаются более высоких стандартов относитель­но своих отношений с другими людьми и поэтому более склонны обращать вни­мание на ситуации, когда, как им кажется, они задевают чужие чувства. Лица же с выраженной потребностью в аффилиации, по-видимому, не столь восприимчи­вы к чувствам других людей.

Оценки сверстников, полученные в одном из последующих исследований (McAdams & Powers, 1981), подтверждают эту гипотезу. С одной стороны, лиц с высокими показателями мотива интимности считают значительно более нерв­ными, а лиц с высокими показателями аффилиативной потребности почти стати­стически значимо менее нервными. С другой стороны, сильный мотив интимно­сти обычно сочетается с восприятием человека как более искреннего, любящего и готового к сотрудничеству, причем все эти характеристики реже приписыва­ются лицам с выраженной потребностью в аффилиации. В данном исследовании испытуемых с выраженной потребностью в аффилиации расценивали как более восторженных и экспрессивных по сравнению с испытуемыми с выраженным мо­тивом интимности, которым эти качества не приписывались. В исследовании Мак- адамса и Константин (McAdams & Constantian, 1982) студенты с высокими показа­телями потребности в аффилиации в моменты, когда сигнал пейджера заставал их в одиночестве, чаще, чем лица с выраженным мотивом интимности, испытыва­ли потребность в ком-то. Кроме того, представляется вероятным, что выраженная потребность в аффилиации предполагает более активный подход к межличност­ным отношениям, который сочетается с потребностью в контакте и поддержке.

Доказательства: показатель интимности отражает мотив

Есть ли основания утверждать, что для лиц с высокими показателями интим­ности характерны более интенсивные действия, связанные с близкими межлич­ностными отношениями? Два научных сотрудника наблюдали и кодировали по­ведение участников во время сеансов психодрамы, причем большинство сеансов снималось на видео, что позволило в дальнейшем оценить и другие характеристи­ки (McAdams & Powers, 1981). Как явствует из данных, обобщенных в табл. 9.9, студенты с более высокими показателями потребности в аффилиации или мотива интимности вели себя более аффилиативно. Они становились ближе к другим участникам, говоря о сценарии, чаще употребляли слово «мы», чаще вызывали смех у группы и давали меньше указаний другим участникам. Различия между эффектами аффилиативного мотива и мотива интимности наиболее ярко прояв­лялись при выборе тем для сценария. По сравнению с участниками, имевшими низкие показатели мотива интимности, участники с высокими показателями зна­чительно чаще выбирали тему позитивных эмоций при межличностном общении и покорения чувству. Эти и некоторые другие признаки поведения, характерного для лиц с выраженным мотивом интимности, были объединены в общий показа­тель поведенческой интимности, который оказался тесно связанным с показате­лем интимности испытуемых, полученных при анализе их рассказов, однако не коррелировал с полученным по рассказам показателем потребности в аффилиа­ции. Возможно, наиболее ярким примером влияния мотивации интимности на поведение является прикосновение. Несмотря на то что часть данных была поте­ряна в связи с поломкой видеокамеры, очевидно, что участники с сильной моти­вацией интимности чаще прикасались к другим членам группы, причем эти при­косновения были мягкими, не угрожающими.

Переходя ко второму типу поведения, свидетельствующему о наличии мотива, необходимо отметить, что другие исследования также подтверждают такой факт: для лиц с высокими показателями интимности характерны более глубокие отноше­ния с другими людьми. Четырех- и шестиклассники с сильной мотивацией друж­бы (упрощенный вариант показателя мотива интимности) владели более подроб­ной информацией относительно своих лучших друзей и давали более глубокое описание межличностным отношениям, чем мальчики и девочки со слабо выра­женной мотивацией дружбы. Их дружба также оказалась более устойчивой и про­должительной (McAdams & Losoff, 1982). Когда студентов колледжа попросили припомнить подробности ряда эпизодов, связанных с дружескими отношениями, те из них, у кого была более выражена мотивация интимности, чаще описывали эти отношения как предполагающие выслушивание (а не просто личные дейст­вия), самораскрытие и взаимное доверие (McAdams, Healey & Krause, 1982).

Таблица 9.9

Корреляции между мотивационными показателями и поведением на сеансах психодрамы: **N =** 43 (по McAdams & Powers, 1981)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Поведение на сеансе психодрамы | Мотив  интим­  ности | Потребность в аффилиа- ции |
| Отдельные формы поведения | | |
| Физическая близость протагониста к ближайшим участникам | 0,42\*\* | 0,35\* |
| Количество упоминаний «мы» за минуту на вводном этапе | 0,39\* | 0,30 |
| Количество случаев общего смеха за минуту действия | 0,32\* | 0,31\* |
| Количество указаний в минуту на вводном этапе | -0,31\* | -0,26 |
| Темы сценария | | |
| Позитивные эмоции | 0,68\*\*\* | 0,33\* |
| Диалог | 0,55\*\*\* | 0,33\* |
| Покорение чувствам | 0,45\*\* | 0,12 |
| Неугрожающее прикосновение3 | 0,31f | 0,08 |
| Общий показатель интимности | 0,70\*\*\* | 0,27 |
| а Этот параметр оценивался на основе видеозаписей, позволивших отследить поведение только 28 испытуемых. Он не включается в общий показатель интимности.  t Р < 0,10.  \* р < 0,05.  \*\*р<0,01.  \*\*\*р< 0,001. | | |

Макадаме (McAdams, 1979) обнаружил, что мотив интимности делает челове­ка более восприимчивым к лицам людей. Он показывал испытуемым схематиче­ские изображения человеческих лиц, которые Брансвик и Райтер (Brunswik & Reiter, 1928) изначально использовали для того, чтобы показать: суждения о лич­ных характеристиках зависят от расположения глаз, носа и рта. Макадаме устано­вил, что испытуемые с выраженным мотивом интимности значительно более вос­приимчивы к вариациям в расположении различных черт лица. При изменении конфигурации изображаемого лица 66% испытуемых с выраженной мотивацией интимности по сравнению с 31% испытуемых со слабо выраженной мотивацией интимности (р < 0,01) варьировали свои эпитеты, касающиеся изображенных лиц, чаще, чем в среднем по выборке. Эта закономерность распространялась на прила­гательные, связанные с интимностью, например, дружелюбный/враждебный и ис- кренний/неискренний, но не распространялась на прилагательные, с нею не свя­занные, например умный/глупый или честный/нечестный.

Полученные результаты согласуются с теориями, в которых контакт лицом к лицу рассматривается в качестве существенного элемента интимных отноше­

ний. Качество такого контакта между матерью и младенцем связано с качеством отношений привязанности между ними год спустя (Blehar, Liebermsn & Ains­worth, 1977). У взрослых о близости отношений сигнализирует контакт лицом к лицу или визуальный контакт (Argyle & Cooke, 1976). Некоторые специалисты полагают, что визуальный контакт выступает в качестве релизинг-механизма (или естественного побудителя) в отношении материнских реакций, связанных с забо­той и уходом (Brazelton, Koslowski & Main, 1974), либо с межличностной интим­ностью в целом (Patterson, 1976). Если это так, то неудивительно, что люди с вы­раженной мотивацией интимности особенно восприимчивы к вариациям в «ли­цевых сигналах» даже при схематическом изображении лица.

Мотив интимности также влияет на избирательность памяти. В одном из ис­следований лица с выраженным мотивом интимности вспоминали больше авто­биографических эпизодов, связанных с близкими отношениями (McAdams, 1982b). В другом исследовании испытуемых просили внимательно прослушать истории к двум картинкам: «Мы вернемся к ним чуть позже» (McAdams & McClelland, 1983). В истории к первой картинке речь шла о группе старых друзей, отмечаю­щих на природе 25-летие окончания колледжа. В рассказе содержались ссылки на дружбу, диалог, доброжелательность и межличностную гармонию. История ко второй картинке не содержала тем интимности. В ней речь шла о мужчине, кото­рый путешествует из Юты в Мехико и в конце концов становится владельцем собственной пиццерии. Рассказы были примерно одинаковы по объему, каждый содержал 33 факта, которые можно было вспомнить. Прослушав рассказы, испы­туемые приступали к другим занятиям, длившимся около часа, а затем их попро­сили припомнить оба рассказа. Мотивация интимности оказалась тесно связан­ной с количеством припомненных фактов из первого рассказа (г = 0,56; р < 0,001), но не была связана с количеством припомненных фактов из нейтрального рассказа (г = 0,07; статистически недостоверно). Различия между корреляциями оказались весьма значительными.

В другом, похожем исследовании испытуемым показывали на экране одну картинку с комментарием — длинным рассказом, содержащем 30 фактов, связан­ных с властью, 30 фактов, связанных с интимностью, и 18 нейтральных фактов (McAdams & McClelland, 1983). Испытуемые, у которых показатели мотива ин­тимности оказались выше показателя потребности во власти, вспомнили значи­тельно больше фактов, связанных с интимностью, по сравнению с фактами, свя­занными с властью. Для испытуемых с более выраженной потребностью во власти была характерна обратная зависимость. Мотив интимности, как и другие мотивы, влияет на избирательность памяти.

Исследование мотива интимности началось совсем недавно, однако результа­ты двух последних исследований свидетельствуют о том, что это крайне важная характеристика человека. Если продолжающиеся уже веками теоретические рас­суждения о любви верны, те, кто в большей мере способны любить, или те, кто любит и любим, должны быть людьми более зрелыми, здоровыми и счастливыми. Макадаме (McAdams, 1982а) отмечает, что лица с более высокими показателями мотива интимности, если рассматривать их как меру способности любить и быть любимыми, отличаются большей психологической зрелостью (по методике неза­конченных предложений для оценки развития Эго Левингер; Loevinger Sentence

Completion Measure of Ego Development, 1976) и находятся на более высоком уровне приверженности религиозным убеждениям.

Кроме того, было обнаружено (McAdams & Vaillant, 1982), что показатель мотива интимности тесно связан с личностной адаптацией группы молодых лю­дей — выпускников колледжа. Психосоциальная адаптация 57 выпускников муж­ского пола одного из престижных колледжей оценивалась, когда им было около 47 лет. До этого примерно 30 лет назад они проходили тестирование и интервью в колледже и с тех пор приглашались на собеседование каждые пять лет. Таким образом, была получена возможность оценить их адаптацию, опираясь на непре­рывно получаемую информацию об их жизненном пути: об успехах на работе (о которых можно судить по их доходам, продвижению по службе, удовлетворен­ности работой); вне работы (о чем можно судить по регулярным отпускам и удов­летворенности отдыхом); о благополучии в семье (о котором можно судить по продолжительности брака — не менее 15 лет при обоюдном удовлетворении су­пругов); отсутствии серьезных проблем (о чем можно судить по низкой частоте обращения за психиатрической помощью, небольшому количеству дней на боль­ничном, отсутствию проблем с алкоголем и наркотиками).

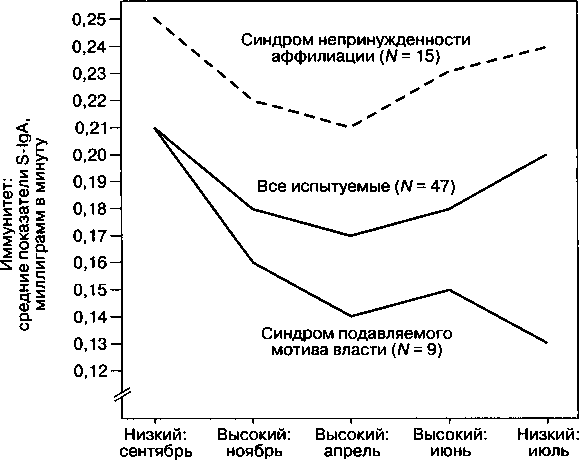
В один из визитов, примерно 10 лет спустя после окончания колледжа, муж­чин попросили выполнить ТАТ, результаты которого впоследствии оценивались на предмет разнообразных социальных мотивов. Испытуемые с высокими показа­телями мотива интимности в возрасте 30 лет оказались значительно более адап­тированными, чем в возрасте 47 лет. Примерно такая же тенденция отмечалась в отношении лиц с более высокими показателями потребности в достижении в возрасте 30 лет, однако подобные различия в отношении потребности в аффилиа- ции или потребности во власти не обнаруживались. Эти результаты убедительно свидетельствуют о том, что способность любить так, как ее отражает показатель мотива интимности, позволяла этим мужчинам жить более счастливо, быть более адаптивными в работе, вне работы, в межличностных отношениях. Основания для подобного вывода были бы еще более убедительными, если бы мотивацион­ные показатели получили при обучении испытуемых в колледже, однако в ны­нешнем варианте имеются данные, охватывающие период жизни в 17 лет и свиде­тельствующие о том, что мотив интимности способствует лучшей психосоциаль­ной адаптации.

Аффилиативные мотивы и здоровье

В главе 8 описывается ряд исследований, указывающих на то, что подавление мо­тива власти (по крайней мере, умеренная потребность во власти, превосходящая потребность в аффилиации, в сочетании с высоким уровнем сдержанности) свя­зано с активацией симпатического отдела нервной системы и ухудшением состо­яния здоровья. Противоположный результат — лучшее состояние здоровья — в целом связан с противоположным мотивационным синдромом (потребность в аффилиации, превосходящая потребность во власти, в сочетании с низким уров­нем сдержанности, или синдромом непринужденности — аффилиации). В иссле­дованиях были получены данные в пользу благотворного влияния аффилиатив- ных мотивов на здоровье. В лонгитюдном исследовании артериального давления показатель потребности в аффилиации, полученный у выпускников колледжа в возрасте 30 лет и несколько старше, оказался отрицательно связан с показате­лем диастолического артериального давления 20 лет спустя (г = -0,26; р < 0,05; McClelland, 1979а). Анализ табл. 8.10 позволяет увидеть, что лица с синдромом непринужденности — аффилиации имеют наиболее низкий средний показатель тяжести заболеваний (47,4), который статистически значимо отличается от сред­него показателя тяжести заболеваний всех других испытуемых (94,2).

Аналогично мужчины-заключенные, у которых показатель потребности в аф­филиации превосходил показатель потребности во власти и которые также испы­тывали меньший стресс, имели более низкие показатели тяжести заболеваний, чем все другие испытуемые (McClelland, Alexander & Marks, 1982). Эти результа­ты иллюстрирует рис. 8.11. Лучшее здоровье этих заключенных проявлялось так­же в большей устойчивости их иммунной системы: у них отмечался более высо­кий уровень концентрации иммуноглобулина А в слюне (S-IgA), являющегося первой линией защиты против вирусных инфекций, особенно инфекций верхних дыхательных путей.

Такие же и даже еще более наглядные результаты были получены в другом ис­следовании (Jemmott, 1982). Эти результаты показаны на рис. 9.3. В данном слу­чае мотивационные показатели были получены при обследовании первокурс- ников-стоматологов перед началом обучения, летом. В течение года в периоды разного уровня стресса обучения у этих студентов измерялась концентрация S-IgA и анализировались данные о болезнях в предшествующие шесть недель. Особенно напряженными для студентов были ноябрь, апрель и июнь, поскольку в эти месяцы у них были экзамены, от результатов которых зависела возможность



Уровень стресса

Рис. 9.3. Средние показатели иммуноглоболина А в период высокого/низкого уровня стресса в разных мотивационных группах (по Jermott, 1982)

продолжения обучения. В целом у всех испытуемых концентрация S-IgA значи­тельно снижалась в периоды напряженной учебы и восстанавливалась до преж­него уровня в периоды незначительного стресса, в частности в июле, следующем за первым годом обучения. Рисунок 9.3 также иллюстрирует различия между дву­мя группами, противоположными в мотивационном плане. Обратите внимание: у студентов с синдромом непринужденности — аффилиации (потребность в аф- филиации превосходит потребность во власти, низкий уровень сдержанности) в течение года отмечалась более высокая концентрация S-IgA, что свидетельству­ет о более устойчивом иммунитете, чем у студентов с синдромом подавляемого мотива власти, для которых был характерен менее устойчивый иммунитет, осла­бевающий на протяжении учебного года и не восстанавливающийся. Как можно предположить на основании этих результатов, в период с апреля по июнь испы­туемые с синдромом непринужденности — аффилиации реже болели простудами, чем испытуемые с синдромом подавляемого мотива власти.

Есть и другие данные, свидетельствующие о том, что актуализация аффилиа- тивных состояний связана с признаками хорошего состояния здоровья. В одном из исследований (McClelland & Kirshnit, 1983) в один день (день обследования) у испытуемых оценивали мотивационные характеристики и S-IgA. Несколько дней спустя (день воздействия) испытуемых небольшими группами приглашали в лабораторию и показывали фильмы, призванные актуализировать разные моти­вационные состояния. Один фильм — «Триумф воли» — представлял собой доку­ментальные хроники, живописующие первые успехи Гитлера во Второй мировой войне и его жесткость по отношению к евреям. Этот фильм был призван актуали­зировать мотивацию власти и оказал влияние на содержание рассказов, написан­ные после его просмотра. Как видно из рис. 9.4, у большинства испытуемых он не снижал уровень S-IgA. Однако снижение S-IgA наблюдалось у лиц с подавляе­мым мотивом власти.

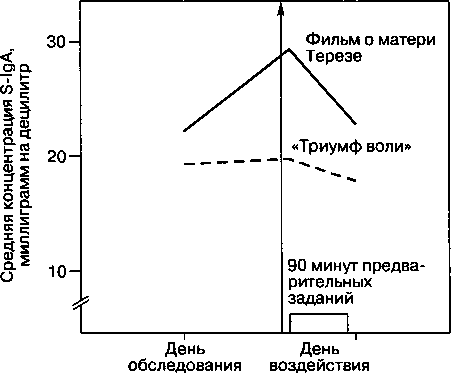


Рис. 9.4. Влияние двух фильмов на уровень иммуноглобулина А в слюне (по McClelland

& Kirshnit, 1982)

Другой фильм был документальной хроникой о жизни матери Терезы — мона­хини, посвятившей свою жизнь заботе о бедных, больных и умирающих в трущо­бах Калькутты. Этот фильм был призван актуализировать аффилиативные моти­вы и также повлиял на содержание рассказов, написанных после его просмотра. Как видно из рис. 9.4, просмотр этого фильма приводил к немедленному повыше­нию уровня S-IgA. Это свидетельствует о том, что способность матери Терезы да­рить любовь вызывала аналогичную реакцию у зрителей, что положительно отра­жалось на защитных силах их организма. Полученные данные требуют дополни­тельных подтверждений и уточнения, однако они согласуются с общей картиной, складывающейся по результатам аналогичных экспериментов: аффилиативные мотивы, или способность любить и быть любимыми, в определенной мере связа­ны с лучшим состоянием здоровья, на что указывал и Эриксимах более двух ты­сячелетий назад.

Истоки аффилиативных мотивов

В лонгитюдном исследовании, в котором были установлены связи между опреде­ленной практикой воспитания и показателями потребности в достижении и по­требности во власти, не было выявлено каких-либо закономерностей в отноше­нии формирования потребности в аффилиации или мотива интимности, которые соответствовали бы строгим критериям кросс-валидизации (McClelland & Pilon, 1983). Удалось обнаружить лишь два фактора, имеющих отношение к истокам этих мотивов. Утверждение матери, что когда ее ребенку было пять лет, она чаще использовала похвалу в качестве приема социализации, оказалось связано с пока­зателем мотива интимности у взрослых. Хотя коэффициент корреляции был не­высок (г = 0,26; р < 0,05), он обнаруживался практически во всех подвыборках (мужчины/женщины, средний/низший социальный класс) и, безусловно, согла­суется с теоретическими предположениями о благотворном слиянии позитивного ободрения на способность любить. С другой стороны, если мать утверждала, что не всегда реагировала на плач ребенка, такое ее отношение было связано с более высокими показателями потребности в аффилиации у взрослого человека (г = 0,27; р < 0,05). Особенно отчетливо эта закономерность проявлялась у представителей среднего класса и у девочек, а у мальчиков и представителей низшего класса эти результаты не достигали уровня статистической значимости. Данный вывод тоже согласуется с представлением о том, что выраженная потребность в аффилиации связана с боязнью отвержения, поскольку представляется вполне закономерным, что у малышей, матери которых отказываются подойти к ним, когда им плохо, скорее сформируется устойчивая неосознаваемая потребность в поддержке, обод­рении или боязнь отвержения. Подобная интерпретация также согласуется с дан­ными о том, что дети, воспитывающиеся в детских домах, т. е. окруженные меньшей заботой и лаской, имеют более высокие показатели потребности в аффилиации, особенно ее негативного аспекта — боязни отвержения (Youngleson, 1973).

То обстоятельство, что представленные выше данные об истоках аффилиатив­ных мотивов значительно менее определенны, чем данные относительно потреб­ности в достижении и потребности во власти, свидетельствует либо о том, что в формировании этих мотивов более важную роль играет поздний опыт, либо что группа Сирса, который определял параметры стиля воспитания, была более ори­ентирована на действия, а не на состояния (Sears, Maccoby, & Levin, 1957). То есть большинство из более чем сотни параметров родительского поведения, которые они оценивали, отражало то, что делали или не делали родители по отношению к ребенку. С теоретических же позиций можно предположить, что формирование аффилиативных мотивов ребенка в большей мере зависит от отношения родите­лей, а не от конкретных воспитательных приемов. Таким образом, необходимы дополнительные исследования (см. Sroufe & Waters, 1977) отношений между ро­дителями и детьми, которые позволили бы лучше понять, почему одни люди бо­лее способны любить, чем другие.

Связь сексуальности с аффилиацией  
и интимностью

Есть ряд теоретических оснований полагать, что развитие сексуального мотива должно быть связано с развитием мотивов аффилиации и интимности. Эти осно­вания представляют собой информацию, полученную в самых разных исследова­ниях — от клинических случаев сексуальных дисфункций до исследований Хар­лоу, показавшего нарушение сексуальной функции у обезьян, лишенных в раннем возрасте ритмических поглаживаний, характерных для нормальных отношений между матерью и младенцем (см. главу 5). Однако эмпирических исследований, которые бы подтвердили наличие подобной закономерности, с использованием методов, описанных в данной главе, пока нет.

Ученых, исследующих аффилиацию и мотив интимности, пока не заинтересо­вала возможность изучить их связь с сексуальным опытом или сексуальным по­ведением. Самое большее, что они выяснили по данному вопросу, это то, что по результатам широкомасштабного национального исследования частота любовно окрашенного взаимодействия мужа с женой (предполагающего сексуальную ак­тивность) не связана с показателем потребности в аффилиации мужа (Veroff, Dep- ner, Kulka & Douvan, 1980). He связано с показателем аффилиативной потребно­сти и мотива интимности и отношение матери к сексуальности в детском возрасте (McClelland & Pilon, 1983), хотя можно было бы предположить, что наказание за мастурбацию и сексуальные игры должно подавить развитие мотива интимности. Вероятно, сексуальный мотив относительно независим от двух других, несмотря на их предполагаемое теоретическое родство. В то же время полученные данные никоим образом нельзя назвать окончательными. Они лишь заставляют обратить пристальное внимание на необходимость более глубокого изучения истоков, раз­вития и взаимосвязей сексуального и аффилиативных мотивов.

Примечания и вопросы

1. Фрейд считал, что либидо (сексуальное влечение) проходит в своем разви­тии несколько стадий, которые можно охарактеризовать привязанностями на оральном, анальном, фаллическом и генитальном уровнях. В главе 8 мы проанализировали систему Стюарт для оценки фиксированное™ взросло­го человека на каком-то из этих уровней. Из данной главы следует, что уро­вень тестостерона может свидетельствовать о степени активации сексуаль­ного мотива мужчины. Можно ли тогда проверить теорию Фрейда, оценив количество тестостерона, вырабатывающегося у мужчины в ответ на сти­мулы, характерные для стадии, на которую они более ориентированы, со­гласно системе Стюарт? Например, можно ли предположить, что мужчины, ориентированные на стадию I, должны сильнее реагировать на чтение мате­риалов, связанных с властью, чем мужчины, ориентированные на стадию II? Или подобное различие должно проявляться только в отношении более от­кровенно сексуальных стимулов, т. е., к примеру, мужчины, фиксированные на стадии I, должны интенсивнее реагировать на оральный секс, чем муж­чины, фиксированные на стадии II? Что означало бы отсутствие различий в уровне тестостерона, вырабатывающегося в ответ на разные стимулы у взрослых, ориентированных на разные стадии? Опровергали бы эти дан­ные теорию Фрейда?
2. На что указывают данные о том, что мальчики с некоторым отставанием в половом созревании имеют более высокие показатели потребности в аф- филиации? Означает ли это наличие связи между сексуальностью и любо­вью? Это означает лишь то, что поздно созревающие мальчики испытыва­ют одиночество и стараются устанавливать межличностные отношения. Мей отмечает, что молодые люди с выраженным паттерном П — С также испы­тывают чувство одиночества. Каким образом согласуются эти факты?
3. Большинство людей может сказать, в какой момент они чувствуют хоро­ший контакт с каким-то человеком. Это называют «настроенностью на од­ну волну», т. е. примерно то же, на что указывает Кондон, описывая гармо­ничное соответствие голосового и пантомимического взаимодействия. Ре­зультаты экспериментов Харлоу с реальными и суррогатными матерями (см. главу 5) свидетельствуют о том, что способность взрослых людей уста­навливать подобные гармоничные отношения зависит от качества взаимо­действия ребенка с матерью. Если аффилиативные мотивы или мотив ин­тимности формируются на основе удовольствия от гармоничного взаимо­действия, не означает ли это, что хорошее взаимодействие матери и ребенка должно быть связано с показателями потребности в аффилиации и мотива интимности у взрослых? Подумайте, какой аспект взаимодействия матери и ребенка скорее всего может привести к усилению аффилиативного моти­ва в противовес мотиву интимности.
4. Почему, по вашему мнению, так трудно получить устойчивые результаты о связи потребности в аффилиации с готовностью к сотрудничеству или конформностью? Какие иные факторы могут влиять на эти поведенческие характеристики? Попытайтесь, принимая во внимание эти факторы, спла­нировать эксперимент, который бы позволил продемонстрировать связь по­требности в аффилиации с сотрудничеством и конформностью.
5. Если для лиц с выраженной потребностью в аффилиации в определенных условиях характерно предпочтение умеренного риска (о чем говорилось в этой главе), какой можно сделать вывод о том, что предпочтение умеренно­го риска характерно для лиц с выраженной потребностью в достижении, на что указывалось в главе 7? Объясняет ли это неоднозначность отношений между поведением и лежащими в его основе мотивами? Или есть такое по­ведение, которое однозначно свидетельствует о наличии определенного мо­тива, например мотива достижения или аффилиации?
6. Если использование разных побудителей позволяет активизировать пове­дение людей с разными мотивами, означает ли это, что, например, учителя могут повысить успеваемость учеников, используя широкий диапазон по­будителей? Или использование одного побудителя повышает успешность деятельности людей с одним типом мотивации и снижает ее у людей с дру­гим типом мотивации? Проанализируйте работу Маккичи (McKeachie, 1961), упомянутую в этой и предыдущей главах.
7. В главе 8 подчеркивался тот факт, что мотивы проявляются по-разному Как это распространяется на аффилиативный мотив? Человек с выражен­ной аффилиативной потребностью может иметь много друзей, проводить много времени с небольшим числом друзей, часто звонить по телефону или писать письма. Если все это подлинные проявления потребности в аффи­лиации, как можно получить общий показатель, который доказал бы этот факт?
8. В этой и в предыдущей главе утверждалось, что менеджеры с выраженной потребностью в аффилиации более чутко реагируют на индивидуальные потребности и с трудом придерживаются универсальных правил, однако эта гипотеза не была проверена эмпирически. Спланируйте эксперимент для ее проверки.
9. Объясните данные Макадамса и Константян (McAdams & Constantian, 1982), согласно которым испытуемые с выраженной потребностью в аффи­лиации, а не мотивацией интимности чаще выражают желание быть с кем- то, а не оставаться в одиночестве.
10. При анализе отчетов студентов, получавших сигналы на пейджер через произвольные интервалы времени в течение недели, было обнаружено, что женщины почти в два раза чаще, чем мужчины, думают о межличностных отношениях. Однако мужчины и женщины не различались по средним уровням мотивации интимности и потребности в аффилиации (McAdams & Constantian, 1982). Что это может означать? Каким способом лучше из­мерять силу мотива — с помощью ТАТ или с помощью сообщений по сигна­лу пейджера? Какие другие переменные могут влиять на результаты изме­рения в каждом случае?
11. Медитация, как правило, связана с релаксацией (Benson, 1975) и с усиле­нием потребности в аффилиации (Alexander, 1982). Как вы считаете, связа­на ли медитация с улучшением здоровья? Попытайтесь обосновать свой вывод.
12. Если любовь связана с улучшением состояния здоровья, можно ли предполо­жить, что любящие пары реже болеют? Как бы вы проверили эту гипотезу?
13. Один аспирант провел исследование, в котором обнаружил, что кареглазые студенты колледжа испытывают большее сексуальное возбуждение (т. е. пишут рассказы с более сексуальным содержанием) при виде фотографии красивой голубоглазой женщины, чем при виде фотографии не менее кра­сивой кареглазой женщины, и наоборот: голубоглазые мужчины испытыва­ют большее возбуждение от фотографии кареглазой женщины. Если бы эти результаты подтвердились, как вы их объяснили бы? Имеют ли они какое- либо отношение к представлению о том, что глаза играют особую роль при активации аффилиативных мотивов?
14. В главах 4 и 5 утверждается, что мотивы основаны на разнообразных пози­тивных и негативных эмоциях. Макадаме и Константян (McAdams & Соп- stantian, 1982) обнаружили, что лица с сильным мотивом интимности, взаи­модействуя с другим человеком, испытывают больше позитивных эмоций. В ситуациях, не связанных с взаимодействием, подобные различия не обна­руживались. Подтверждают ли эти данные наличие связи между мотивом и эмоциями, или выявленную закономерность можно объяснить как-то иначе?

Комментируя исследование влияния алкоголя на содержание мыслей и фантазий женщин, Уилсон и Лоусон (Wilson & Lawson, 1976b) утверж­дают: «Неясно, что означают эти сомнительные проективные тесты без их валидизации с использованием подходящих объективных методик». В ка­ком смысле содержание мыслей и фантазией «сомнительно»? Предлагае­мый критиками подходящий объективный метод оценки сексуального воз­буждения — вагинальный фотоплетизмограф, который при его помещении во влагалище измеряет вагинальное пульсовое давление и объем кровото­ка. Что, если полученные разными способами показатели сексуального воз­буждения не совпадут? Можно ли утверждать, что физиологический пока­затель всегда предпочтительнее и должен использоваться для валидизации методик оценки материалов воображения? Подумайте, например, что мо­жет происходить во время изнасилования.